

成長企業の人材戦略 34

一人材育成編

MIC
MIZUKAMI INSATSU CO.,LTD.

“ アウトプットに留まらない
提案思考のデザイナーに ”

水上印刷

クリエイティブ制作部課長 アートディレクター 黒柳直人さん

マーケティングから企画提案、デザイン制作、印刷、配送、システム構築まで担う水上印刷。今回は同社の黒柳直人さんが受講した講座の活用法を聞いた。



顧客のバックグラウンドを調べ尽くし課題抽出からできる存在に

クリエイティブの入口から出口までを一貫して手がけるフルサービスカンパニー、水上印刷（東京・新宿）。そんな同社でクリエイティブ部門が立ち上がって8年。設立間もない頃から部門内で活躍する黒柳直人さんは、会社のクリエイティブチームを率いる。「以前は出版社やデザイン会社、広告会社などで働いてきましたが、これからの時代、デザイナーがデザインを制作するだけの仕事では顧客ニーズに応えるのは厳しくなってくるだろうと思い、水上印刷に入社しました」と黒柳さん

は話す。ただ依頼を受けるだけでなく、常に攻めの姿勢を貫く同社では、積極的にコンペにも挑み、着実にその実績を積んできた。

そんな水上印刷の創業は1946年と、歴史は長い。一方で平均年齢は29.6歳と若く、社内も活気があふれる。黒柳さんは中途入社だが、新卒採用も多く、「日本で一番勉強する会社」と掲げながら教育にも率先して投資する。黒柳さんが所属する部門では入社4年目以上を迎えると宣伝会議の「アートディレクター養成講座」を受講する教育プログラムがあり、黒柳さんもその初期の修了生。講座では特に、水野学

さんから学んだ「デザイナーの仕事とは、アウトプットだけでなく顧客の課題抽出から取り組もう」という姿勢が今でも活かされているという。「アウトプットをする前に顧客の歴史から何もかも調べ尽くすという下準備次第で、顧客の悩みを明確にし、かつそこに自分の考えを乗せて課題を抽出できるのだと学びました。受講の前後でお客さまを理解する解像度も格段に高くなったと思います」。

デザイナーの手がけるべき領域が増えているからこそ、提案思考のマインドは欠かせないと黒柳さん。企画提案からできるデザイナーを目指す。



顧客から提示された課題をそのまま受け入れるのではなく、徹底した下調べをもとに問題点が他にないかと多角的に模索する。

黒柳さんが顧客の課題抽出から取り組む力を養った講座は、「アートディレクター養成講座」でした。

これまで2100名以上の方が学んできた日本で唯一の、アートディレクションを教える学校。今、この時代に求められるアートディレクターになるために、一流の講師陣のもとで、自らを見つめ直し、掘り下げ、そして今よりもう一段階、自分を引き上げます。

<次回の開講のご案内>

講義日程：2021年8月17日(火)

回数：全30回

講義会場：東京・南青山

受講定員：90名

詳細URL：https://www.sendenkaigi.com/class/detail/art_director.php

