

“フリーな” COMPANY PROFILE

株式会社ファイコム
1997年5月設立(商号変更1998年12月)
代表取締役社長 浅野 由裕
〒530-0043 大阪市北区天満1-19-6 日成建設ビル 4F
TEL.06-4800-6711

株式会社ファイコムは情報セキュリティマネジメントシステム(ISO27001)の
国際規格の認証(ISO/IEC 27001:2013 / JIS Q 27001:2014)を取得いたしました。



MEMBER 委任多いですけど!

ディレクター WEBデザイナー フロントエンドエンジニア
アートディレクター グラフィックデザイナー
アシスタントデザイナー コピーライター マネジメント



<https://www.faycom.net/>



フリーな ワークスタイル 2020

3600秒

週1回、1時間の英会話レッスン



new story!

Name: Paul
Age: 49 years old
Job: English teacher
Favorite: My favorite movie Private Ryan

2

2つ目の場所で
“やりたい”を叶える



18時以降、そして土日、仕事以外の活動で稼ぐことを認めている。若いスタッフでも自立心が強くなり、経験も増えインペーションの創造になる経験や、つながりが増えると信じている。クリエイターのやりたき気持ちに制限をなくし、マネジメントもできるスタッフとして成長できる可能性も秘めている。

新メンバーが加入

4月入社の新卒採用を行った。内定後、卒業までの期間はアルバイトとして少しずつ業務に携わり、社内の雰囲気にも馴染んでいってもらった。後輩ができることで、先輩社員は先輩らしい振る舞いを学ぶこともできる。



新たな新名物
LEGOの街並み
※社員私物

6回

2019年は6回食事に行けました



売上が好調だった翌月には必ず飲み会。雰囲気はアットホームじゃなく友達づきあいの方。社員有志でお店を選び、人気は「焼肉・お寿司・イタリアン・BBQ」で一番人気はやっぱり焼肉。

7.5h

朝30分の余裕で1日がスムーズに

2019年6月から始業時間を9時から9時半に、就業時間を30分縮め7.5時間労働に。朝の30分の余裕は忙しい朝にゆとりを持たせ、時間が餘ることで運動ラッシュも避けられる。30分短いことを意識することで、効率的に働くきっかけにも。

「やりたいことはなんですか」と聞かれたら
なんて答えますか?

これだけ社会の多様化が進み、意見や気持ちもバラバラで、その中で「やりたいこと」を声に出して言るのは勇気がいりますよね。

21年前に「会社がやりたい」と口に出して始めたファイコムですが、どんな会社がやりたかったかと聞かれると、そのころは3年続くいや10年続く永く要される会社にしたい、と思っていました。

なので、どんなことがあってもやり通す、並々ならぬ決意でやってました。「やりたいこと」に自分らしさをプラスできれば、最高のモチベーションで最大のパフォーマンスも出せる。

でも、社会の一員として会社をやっていると、取引先や協力会社、地域など様々な避けては通れないステークホルダーとの関係で、自分を殺したり、これがしたいことだったのか、という疑問を抱いたり悩んだりすることもあります。

ならば、どうすればいいのか? 難しく考えず関係する人たちと「友達付き合い」をすればいいんじゃないかな、というのが21年目に出した答えです。

単純な考え方かもしれないが、無理をするから苦しい。

伸びびをしたり、いい格好をしたりすると自分が納得できず、相手に責任転嫁し、自分勝手に嫌いな人たちを増やしていく。

嫌いな人を増やすより、わがままに「自分の好きな人たち」と、仕事をしたい、

と考え、クライアント・パートナーの皆さんと「フレンドシップ」で付き合う方針で解決したいと思います。

のために、半歩先を行くこと、刺激をうけること、社内外の人とよく話すことなど、自分の見識を増やし、豊かな経験を積んでやりたいことをちょっとずつ具現化していかなければと思います。

会社はやりたいことのカタマリと全社員が思えるようにしたい。

そのためのことなんて、なんでもへっちゃら。

先回りして、考え、うまくハマれば、めっちゃ楽しい。

もっとわがままでいきましょう。



浅野 由裕

20th
先にいきます!

年

周年

記念

年

記念

B to C

Business to Customer

グリコファンサイト

ファンクラブサイト運営、保守



お客さまと共に！ ファンサイト運営の
様々な課題にチャレンジ！

2001年に携帯ファンサイト「ボッキー友の会」の運営がスタートした当初からのお付き合い。現在もPC/スマートフォン向けファンサイトの運営サポートを担当しています。担当になって15年以上が経ち、現在はお客さまに信頼いただき、様々な関連会議に出席することも多く、常に「グリコさんと一緒に課題にチャレンジ！」



グリコファンとの“共創”をサポート

ファンミーティングや工場見学、グッズ制作、お菓子試食会など、お客さまと一緒に創る“共創”をサポート。イベントのお手伝いから撮影や意見の集約、レポート作成を行うことも。

ぎせんこうガイド CHANGING

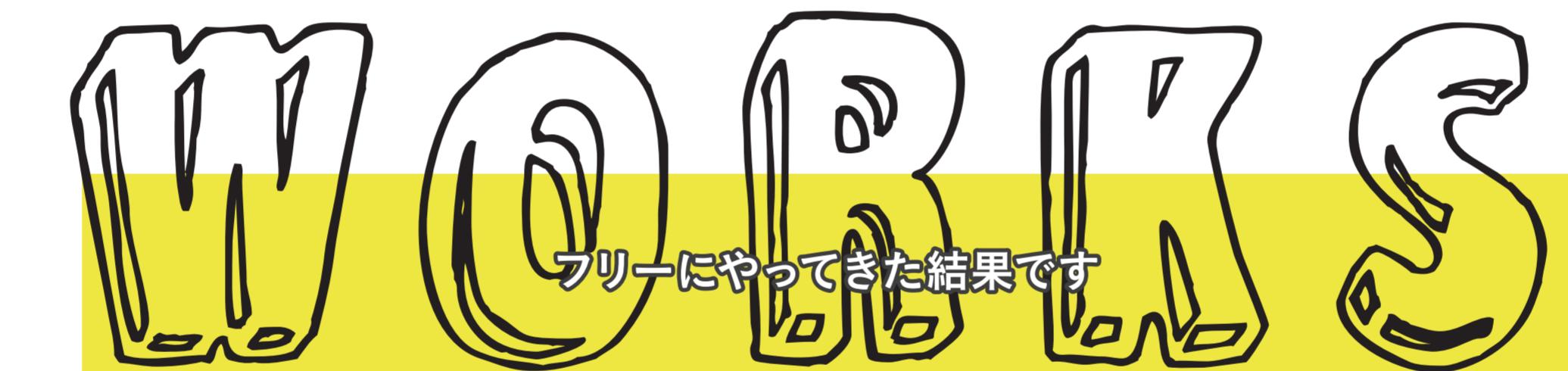
リーフレット



キャッチャーなビジュアルで
各校の特徴や、楽しい雰囲気を表現

「ファンサイト事務局」として活動

メールや電話での問い合わせ対応からプレゼント発送業務まで請け負っています。お客さまからのあらゆる疑問、問い合わせにも丁寧にお応え続けてきましたからだと思います。ミッションが実現でき、担当者に喜んでもらえることがよりうれしくモチベーションが上がる瞬間です。

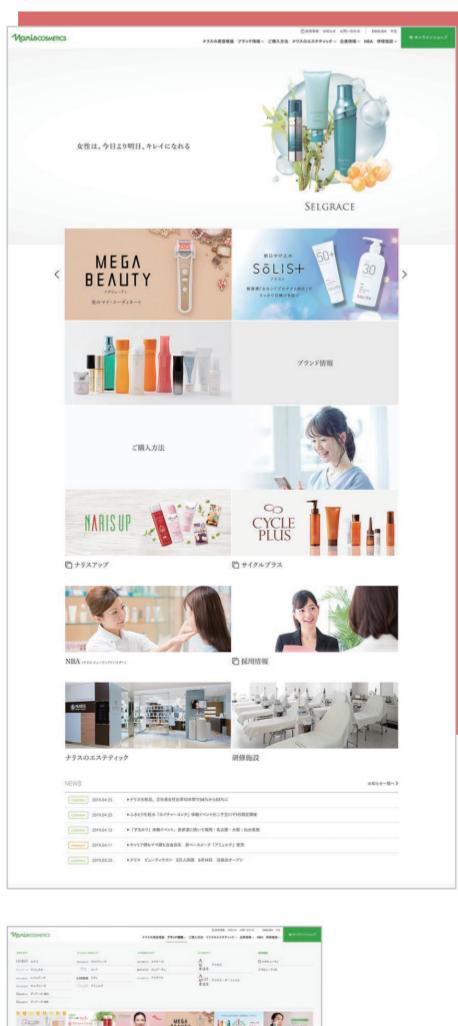


株式会社 ナリス化粧品

コーポレートサイトリニューアル

商品の使用感まで
伝わるデザインに

「余分なものを取り除き、必要なものを作る」という美容理論でふきとり化粧水国内売上シェアNo.1[※]を誇る、ナリス化粧品のコーポレートサイトをリニューアル。各ブランドのキービジュアルを見直し、成分や使用感をあしらったこだわりのデザインで仕上げました。



株式会社がんばる舎

コーポレートサイトリニューアル



オリジナルの
学習メソッドを
便利に、わかりやすく
伝える

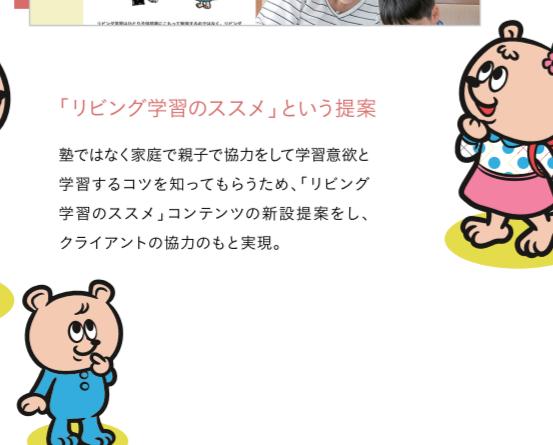
幼児から小学生、中学生まで、通信教材を毎月プリントで提供する、大阪市のがんばる舎の公式WEBサイトをリニューアルしました。長年に渡り親しまれてきたがんばる舎のメソッドを、さらに便利に活用できるようお客さまのニーズにあつたアプローチでコンテンツを高めています。

グローバルメニューの見せ方
工夫して一覧性を高めた

グローバルメニューのメガメニュー、サイトマップ型のフッターナビなど、どのページにいても遷移しやすいユーザビリティに設計し、シンプルで見やすいコーポレートサイトとして再構築。

またお客さまの承認のもと、ワイヤーフレームの確認時ではAdobe XDを活用してやりとりさせていただきました。

[※]「ふきとり化粧品」販売動向調査2015年～2018年度 TPC マーケティングリサーチ株式会社(2018年8月版)



Others

ほかにもいろいろある

大阪製ブランド

大阪製ブランドリニューアル



製品発掘からプロモーションまで トータルでプロデュース

2012年から始まった大阪府の認定制度で、2年目から弊社が担当。中小企業が荒廃にまわれる中、今の生活様式にあった日用品や、誰かにあげくなるような雑貨など一般向けの製品づくりに励む企業があります。そんな大阪のものづくり企業の存在を知り得てもらうこと、そして企業が認定をきっかけにやりたかったことに挑戦したり、企業同士がつながることも

目的。毎年、相棒の“フランダ”と探索・掘り起しから取材に3ヶ月、プロモーション(冊子・WEB)まで1年がかりの大仕事ですが、大阪府と一緒に誇りを持って楽しめながらやっています。2019年度はファイコムがプロデュースした製品が認定され、この8年間で大阪製ブランドは98製品に。夢は、大阪万博の会場で並ぶ200個の大阪製ブランド！



<https://shitatari.jp/order/>

MOOV,press

オウンドメディア

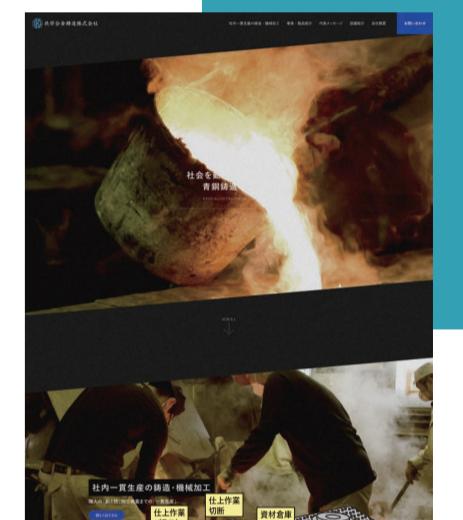


大阪発パワフル社長のリアルな話を 定期刊行物でお届け

サンソウカンのb-pratz press。メビック刷研のSUPER:と続き、現在はものづくり企業のための情報誌を編集。メビック刷研で知りあったライター・カメラマンとともに単発の取材、巻頭特集の座談会などを実施。名物社長と言いたい、個性的強い社長と出会う不思議と元気になる。

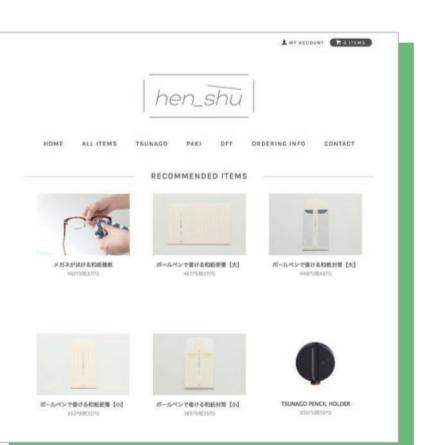
共栄合金鋳造株式会社

コーポレートサイトリニューアル



hen_shu

ちょっといいものが買える、自社オンラインショップ



つながるネットショップ 'hen_shu'

大阪府の「TSUNAGO[®]」をきっかけに、関係が近いブランドの商品取り扱いを開始。ECサイトの構築から、受注～発送業務まで全てを自社で完結し、ノハウを蓄積中。



株式会社中島重久堂

ブランディング



毎年制作するカタログで
アートディレクションを担当

年1回リリースするカタログでは、透明の鉛筆削りとペンシルフレームアートの世界觀を伝えるデザインを、カメラマンと試行錯誤しながら創ります。毎年違うデザインを考えるのは正直大変ですが、達成感もひとしおです。

商品がもつ魅力を可視化することで 正しい価値を伝える

大阪製ブランドをきっかけにお付き合いがスタート。弊社は、アートディレクターとして商品開発やパッケージデザインに携わっています。既存の鉛筆削りはカラフルなもののが主流でしたが、クリエイティブチームで毎月行う会議の中で、商品やパッケージを透明にすることを提案し、デザインの大切さや「透明」の価値に気づいていただきました。デザインを大事にして下さる会社なのでやりがいがあります。新商品、新潟燕三条のTAKEDA DESIGN PROJECTのコラボレーションアイテム「beit(エイト)」は、2枚刃から生まれたペンシルフレーム(削りす)の造形美が特長。金属の台座に見合う、ソリッド感のあるVカットパッケージが採用され、1万円という価格ながら海外での販売や、2018年4月の銀座ロフトリニューアルのお披露目イベントなどで初回生産100個を完売。手ごたえを感じました。

パリの展示会へ同行
ブースの装飾を担当

想いをつなぐ鉛筆削り「TSUNAGO[®]」が大ヒットし、2018年1月に念願のメゾン・エ・オブジェ・パリに出演。現地でブースプロンプトや装飾を担当しました。有名なライヤーに目に留めてもらい、そぞろとされたデザインや考え方で勝負できる場所だと実感。

大阪市立大学

創立140周年記念特設サイト



学長や、学生を巻き込んだ プロジェクトが反響を

2020年、創立140周年を迎える大阪市立大学のスペシャルサイトです。現役の生徒や卒業生が参加できる投稿や140周年シボルマークの募集、さらには現地で開催される展示会へ同行する企画など、これまでにない取り組みが盛り込まれています。

