

株式会社都恋堂

PR コンテンツを「作る」から「並走するパートナー」へ

30周年を前に挑む、組織変革と付加価値の再定義

株式会社都恋堂は、出版社からの編集受託業務をルーツに持つクリエイティブ・カンパニーです。来年度で設立30周年という節目を迎える同社は、2008年頃から大手広告代理店経由の案件を数多く手掛けるようになり、企業や官公庁が発信する広報物や広告コンテンツの企画・制作を主軸としています。長年培ってきた「編集プロダクション」としての確かな制作能力を武器に、課題の特定やコンセプトの策定などから携わり、顧客それぞれに適したアウトプットプランを提案しています。

多種多様なPRコンテンツ制作を通じてクライアントを支援している同社が、本事業をどのように活用したのか、代表取締役 小林奈巳様にお話を伺いました。

企業名：株式会社都恋堂

所在地：新宿区新宿 5-11-1 ホームスト新宿 7F

代表者：小林 奈巳

企業HP：<https://www.torendou.co.jp/>



スタッフが集合して恒例の年賀状撮影

Q. どのようなきっかけで本事業に参加しましたか。

広告・クリエイティブ業界は今、SNSの普及やAI技術の急速な進歩、さらにはインフルエンサーの影響拡大など、激しい外部環境の変化にさらされています。これまでの「受注して作る」というビジネスモデルだけでは価格競争に巻き込まれやすく、企業の持続的な成長には限界があるという危機感がありました。特に、広告代理店の下請け的なポジションから脱却し、直接企業と向き合っ​​てコンサルティング段階から価値を提供したいという思いを強めていました。

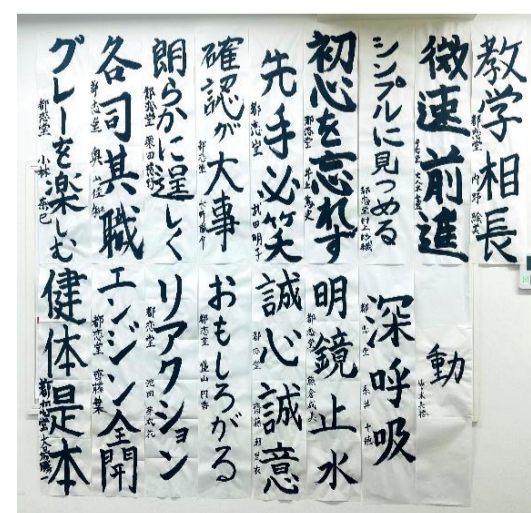
しかし、社内を見渡すと別の課題が浮き彫りになりました。都恋堂は長年、高いスキルを持つスタッフがそれぞれの案件を完結させる「個人商店」のようなスタイルで成長してきましたが、その一方で「組織としてのマネジメント」や「中長期的な戦略共有」が手薄になっていました。私も現場の主要プレイヤーとして奔走し続け、経営に集中する時間が取れない状態が続いていました。30周年という大きな転換点を前に、属人的な「個の集合体」から、戦略的に付加価値を生み出す「組織」へと生まれ変わるため、本事業への参加を決意しました。

Q. 貴社の取り組みに対してどのような支援がありましたか。

本事業への参加を通じて、アドバイザーの協力のもと、組織の現状分析と「個の力」を「組織の力」へ昇華させるための具体的な施策に取り組みました。

まず、作成した事業計画書をもとに自社の課題を可視化しました。そこで浮き彫りになったのは、私自身が現場の実務に留まらず、経営の仕事にもエネルギーを注ぐための体制作りの必要性でした。また、組織が個々になってしまっている背景には、これまでの社風もあり、私自身やスタッフそれぞれの実力や強みといった「タレント性」を把握しきれていなかったという原因がありました。この課題を解決するため、アドバイザーの支援を受けながら、改めて「自分を知る、仲間を知る」ということに注力し始めました。

具体的な施策の一つが「タレント表」の作成です。これはスタッフ一人ひとりのスキルや実績だけでなく、同社が大切にしている「あきらめない」「面白い」といった



新年は書初めで行動指針を言語化

『都恋堂イズム 5 箇条』の行動指針に基づいた強みを言語化し、全社員で共有する取り組みです。全スタッフが自身の強みをプレゼンする場を設け、誰がどのような領域で力を発揮できるのかを可視化しました。

さらに、マネジメント体制の刷新として、定例の朝会での報告会や月次での役員と部長陣による報告・フィードバックのサイクルを確立しました。部長陣が自律的に動き、その成果を代表者が経営的視点からレビューするという、プロフェッショナルな組織としての意思決定プロセスを構築しました。

Q. 本事業に参加して得た成果はありますか。

アドバイザーによる伴走支援は、組織文化と経営効率に大きな成果をもたらしました。最も顕著な変化は、社内コミュニケーションの質が向上し、スタッフの意識が同じ方向へ向き始めたことです。

「タレント表」を作成し、互いの強みを認め合う文化が醸成されたことで、スタッフは自身の役割を再認識し、受動的な制作作業から一歩進んだ「自律的な働き方」を意識するようになりました。これにより、複雑なクライアント課題に対しても、組織一丸となって対応するという意識が芽生え、各スタッフの得意分野を活かした最適なチーム編成をするためのベースができてきました。



「デザイン思考」を学ぶセミナーを開催

経営面での大きな成果は、私自身が現場の細かな実務に携わる機会が少しずつ減少し、経営判断や新規事業の構想に充てる時間を確保できはじめたことです。まだ私自身も部長陣への教育を兼ねて並走している段階ではありますが、各々が責任を持って現場を動かすという習慣や意識が、組織に根付きはじめた手応えを感じています。適切なタイミングで報告・相談が行われる仕組みが整ってきたことで、組織としての安定感も増しました。これにより、必要な局面で客観的な視点での確な改善指導を行えるようになり、以前と比べると経営と現場のバランスが非常に健全な形へと変化しています。

また、自社の課題を整理したことで、制作の価値を正に評価してもらうための価格交渉や、コンテンツ制作に伴う提案力の強化などなど、収益性を高めるための具体的な戦略が明確になりました。こうした組織の筋肉質化が、外部環境の変化に左右されない強い企業体質へと導いています。

Q. 今後の展開について教えてください。

本事業で得た組織基盤を土台に、さらなる付加価値の提供と新事業の確立を目指しています。

短期的には、これまでのコンテンツ制作で培った知見を体系化し、単なる制作請負ではない「コンテンツ・コンサルティング」を事業の柱の一つに育て上げます。クライアント企業が自社の魅力をどう発信すべきかという戦略立案から、具体的なツール制作までをワンストップで提供するパートナーとしての地位を確立する考えです。

また、既存事業と関連した新事業の構想、例えば「働く女性管理職向けメディア」を核とした新事業などについても、今後スタッフを巻き込みながらプロトタイプの検証を加速させていく予定です。

設立 30 周年を目前に控え、「30 周年プロジェクト」として自社のブランディングを再構築し、Web サイトの刷新やロゴの見直しなども検討しています。今回整備した「タレント表」や「都恋堂イズム 5 箇条」に基づく評価・教育サイクルをルーティーン化し、全体では半期に一度の振り返りを行っていきます。スタッフの個人面談は 1.5 ヶ月に一度の頻度で実施しており、コミュニケーションの活性化を図っています。今後は、部長とスタッフ間で業務連絡に留まらない日常的な会話が増え、社員同士が自然に助け合える環境を目指したいです。組織全体での協力体制がより深まることで、スタッフ全員が常に成長を感じながら働ける、実りある環境づくりを追求していきます。

アドバイザーからのコメント

都恋堂様は、企業変革スクールを通して学んだフレームワークや考え方を活かして、「さあ、新規事業の事業計画書を作成しよう！」というモードから始まりました。しかし、改めて現在の状況を分析した結果、目指したい姿とのギャップに気づかれ、既存事業の組織の課題に取り組むことになりました。この気づきは、非常に意義のあるものだと感じております。

都恋堂様は、社員に対して「タレント」という言葉を使うことがありますが、多彩なスキルや実績をもたれている正に「才能（タレント）」が多く、小林代表が上手く人材を巻き込むことで、「タレント表」の作成と自律的な組織づくりが進み、また現在検討中の新規事業アイデアの発想につながっていると感じています。

組織変革を遂げた都恋堂様による新規事業の展開を楽しみにしております。