

# 株式会社 ニップ コーポレーション

代 表 者 代表取締役会長 奥下 雄 康  
代表取締役社長 内海広一郎

本 社 東京都豊島区東池袋 1-25-8 タカセビル 9F  
TEL / 03-5952-5501 (代) FAX / 03-5952-1051

設 立 1958年(昭和33年)5月19日

資 本 金 9,341万円

許 可 番 号 国土交通大臣許可(般-27)第13581号

事 業 内 容 壁装材・床材、ディスプレイ・インテリア資材の企画・開発・販売・施工

主要取引先 内装工事業者、リフォーム業者、店舗装飾業者、看板業者  
イベント装飾業者、ディスプレイ業者 他

Company profile  
会社案内



# ニップ社員一人ひとりの力が日本のインテリア業界を発展させる。

ニップコーポレーションの財産は何よりも「人」だと考えています。向上心を持ち、従来の考え方や行動に縛られないチャレンジ精神を持った社員を求めています。

## 経営理念

**「私たちは、人間性豊かに、創造力を発揮し、信頼される企業を目指します。」**

企業としてその役割と使命を果たせるか否かは、社員一人ひとりが持つ「豊かな人間性」にかかっています。当社の社員には、「自立心・熱意・粘り強さ」といった力とともに、「感受性・誠実さ・品性・やさしさ」といった感性を備え、「周りの人に活かされている自分」を忘れず、感謝することのできる人間であってほしいと考えています。豊かな人間性に基づいてこそ、真のチームワークが生まれ、「創造力」が発揮される企業となるのだと思います。

## 代表挨拶



当社では数多くのインテリア・ディスプレイ商品を取り扱っておりますが、まず第一歩はお客様に当社の人間力をご提供することから始めます。お客様が商品にご納得いただき、購入していただくことが最終目的ですが、その過程において「マンパワー（個人力）」を求めてはおりません。当社では商品を販売する前に個々の人間力を磨く「人づくり」から始めなければならないと考えております。お客様にご満足いただける販売を目指す為には「人づくり」が大切であると考えております。

「人づくり」と言いますと研修やセミナーを受講するような人材教育を想像される方が多いと思います。当然ながら各階層別に多くの研修プランを採用しておりますが、まずは、各々が最大の「パフォーマンス」を発揮していくには、どのような環境や仕組みを構築すればよいのか。また、自分自身を成長させるために何を課題に取り組んで成果を上げていくのか。自分自身で納得をしていたき、業務に就いていただいております。

具体的には、新入社員も含めて全社員が6ヶ月毎に「目標チャレンジシート」を作成します。各自が作成したシートは、所属長とマンツーマンで内容を協議し、自分自身の考えを伝えます。最終目標は所属長が決定しますが、そのプロセスの中で取り組まなければならない課題や、その取り組み方法はすべて自分自身で決めていただきます。その結果を「評価」に置き換えていきます。自分自身で考え、自分自身で行動に移す、そして、自分自身が分析をおこない、自分自身で更なる目標に挑戦する。そんなPlan・Do・Check・Actionの場を実行することで成長を目指します。そんな「人づくり」から始めていただき、日々の業務に繋げていきます。

ニップコーポレーションは「人」の成長を一番に考え、「オープン、フラット、フェア」な社風作りに取り組んでまいりました。そんな社風が「人づくり」の環境には必要であると考えております。まだまだ、成長途中ではありますが、これからも数多くの「人づくり」の場を考えていきたいと考えております。

自分の仕事は、すべて自分自身で決める。そんな機会を求めている方々は当社に興味を持っていただければと思います。結果を求める前にプロセスを大事にしていきたいと考える企業です。そのプロセスの中で自分自身の力を発揮してください。当社の成長を後押ししていただける力強い人材に期待しております。

株式会社 ニップコーポレーション  
代表取締役社長  
**内海 広一郎**

# ニップの歩み

2017年に、当社は創立60周年を迎えました。前身である(株)吉村が、展示装飾材料店として創立した直後の1950年代は、「インテリア」という概念が日本でもようやく根づき始めた頃でした。当社の「新しい素材の開発と提供の歴史」は、「インテリア業界の発展の歩み」と重なります。色物加工紙の販売会社としてスタートし、今では、豊富なバリエーションを誇る壁紙「ニップクロス」を始めとした自社開発商品、そして他メーカーの優秀な製品を厳選し、壁装材・床材・ディスプレイ資材など、バラエティー豊かなラインナップを揃えた商社として、幅広いお客様のニーズにお応えしています。

(株)吉村を設立。 創始者・吉村友三が日本で初めて展示装飾材料(色物加工紙)を開発。	1948
東京芝新橋に(株)吉村・東京支店を開設。	1950
福岡市に(株)九州吉村を設立。	1956
札幌営業所を(株)北海道吉村として設立。 (株)名古屋吉村を設立。	1958 (設立年) 1960
日本インテリアプロジェクト(NIP)を設立。 本社を(株)東京吉村に置き、全国7社によるニップグループを形成。 同時にブランド名を「NIP」に統一。	1972 1973
ニップグループの統一商品を次々に開発し、 全国市場に送り出すなど、企画・開発・販売・ 施工のトータルインテリアシステムを確立。	1975
(株)東京吉村、(株)名古屋吉村、(株)マルヨシ インテリア、(株)ニップサンヨ、(株)仙台吉村、 (株)広島吉村の6社及びその関連会社を合併し、 (株)ニップコーポレーションを設立。	1989 1994
ニップグループ売上200億円達成。	1989
東日本事業部、中日本事業部、西日本事業部、 福岡事業部に加え、東京・大阪のコンバート (デジタル広告)部門を統合し、コンバート事業部 として新設。	1994 1997
コンバート事業部を、(株)コンバートコミュニケー ションズとして分社独立。	2004
設立20周年記念式典を開催。 社史「ニップの歩み」発刊。	2008 2014
(株)ニップコーポレーション設立25周年	2017
創立50周年記念式典を開催。	2017
創立60周年を迎える。	2017
(株)ニップコーポレーション設立30周年を迎える。	2023



東京吉村のブース



主要6社らがひとつになり、ニップコーポレーションが誕生



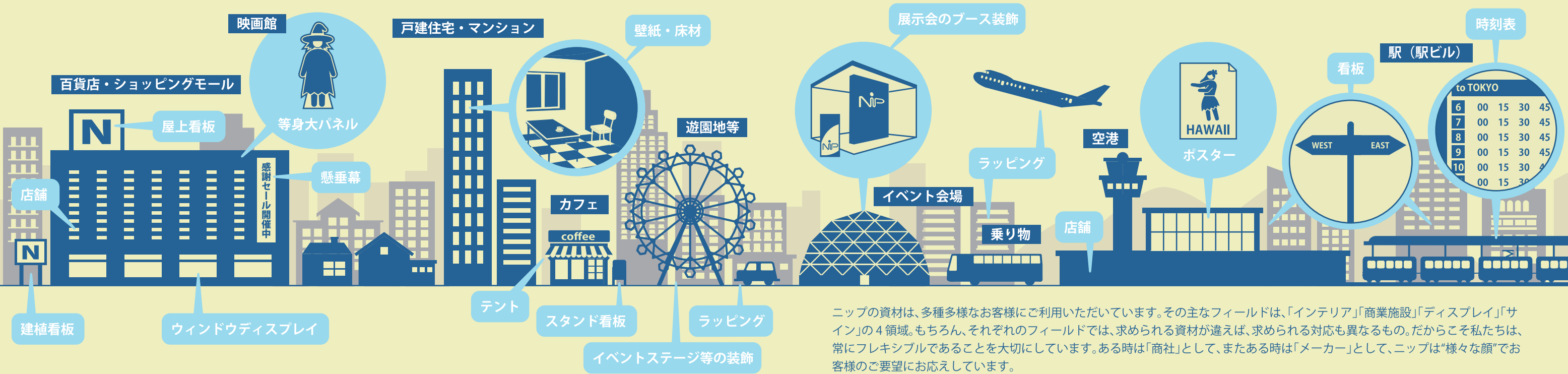
合併当時の合併委員会メンバー



「ニップの歩み」



# “4つの領域”から、街や人の暮らしの豊かさに貢献しています。



ニップの資材は、多種多様なお客様にご利用いただいています。その主なフィールドは、「インテリア」「商業施設」「ディスプレイ」「サイン」の4領域。もちろん、それぞれのフィールドでは、求められる資材が違えば、求められる対応も異なるもの。だからこそ私たちは、常にフレキシブルであることを大切にしています。ある時は「商社」として、またある時は「メーカー」として、ニップは“様々な顔”でお客様のご要望にお応えしています。

## 4つの領域

### 1. インテリア Interior

主な取引先  
内装工事業者、リフォーム業者など  
住宅、オフィス、学校、病院など、さまざまな建物

### 2. 商業施設 Commercial facility

主な取引先  
店舗装飾業者など  
百貨店、駅ビル、飲食店など、さまざまな業態の店舗

### 3. ディスプレイ Display

主な取引先  
ディスプレイ業者、イベント装飾業者、TV 舞台装飾業者など  
さまざまな展示会場、百貨店、博物館、TV 番組や舞台のセット

### 4. サイン Sign

主な取引先  
屋内・屋外広告業者、看板業者など  
屋内・屋外・交通広告、その他さまざまな場所での標示・看板

## 「素材商社」と「ブランドメーカー」、2つの役割を持っています。

私たちは、数ある資材メーカーから寄せられたさまざまな商品を厳選してお届けする「素材商社機能」と、お客様のご要望を積極的に取り入れた商品開発を可能にする「ブランドメーカー機能」で、空間演出に最適な資材を提供しています。



## 素材の流通形態



# ニップコーポレーションを支えているのは、各セクションの社員一人ひとりです。

全社員がそれぞれの分野で活躍し、協力し合いながら、ニップの発展を支えています。ニップの社員はやりたいことを積極的に自分で探し、チャレンジ次第では早いスピードで成長していくことができます。



数千種にも及ぶインテリア・ディスプレイ資材をお客様に提供している当社。その第一線で活躍しているのが、営業部門です。内装工事店やディスプレイ業者などのお客様を訪問し、商品のご提案をするのが主な仕事です。単に受注をするだけでなく、一人ひとりが信頼関係を築き、お客様へ新鮮な情報をお届けしたり、時には空間設計のアドバイスも行います。また、自社商品開発に役立つ現場の声を集めるのも、重要な仕事のひとつです。

営業所にて、お客様からの注文に応じて必要な商品を時間通りに正確に手配しています。その他、見積書・資料作成やカタログの調達なども行います。当社の「営業事務職」は「フロアセールス」という名称であり、事務をこなすだけではなく、お客様との関わりを多く持つ重要なポジションです。日々、電話での注文や様々なお問い合わせにお応えしており、会社の顔ともいえる存在です。

## 営業部門

マーケティング部門では、自社商品の企画・開発、開発した商品の販促活動を行っています。市場調査の結果や営業拠点からの情報を分析し、様々なニーズを反映した商品開発を行い、特定物件やイベント会社・デザイン事務所等へのアプローチ、商流の解析を通じて、営業部門と連動しながらセールスを支えています。常に市場に目を向け、業界をリードするセクションです。

## マーケティング部門



## 物流部門

在庫管理と配送を行っている部門です。全国から送られてきた注文書に基づき、発注、入庫、梱包、出荷、配送までの流通を一手に引き受けています。合言葉は「ジャスト・イン・タイム」。その日の11時までであった注文は、その日のうちに配送するというスピーディーな対応が自慢です。

## 管理部門

企業活動をバックアップしている部門です。人材育成や社員採用、給与計算や金銭の出納管理、不動産・車両の管理などを行い、職場環境の充実化を図っています。企業の資源に関する業務を通じて、各部署の業務をスムーズにさせることが役割です。

## フロアセールス部門



## 情報システム部門

新しい技術や仕組みを取り入れ、会社全体がより効率的に仕事ができるようにシステムや情報を提供している部門です。専門的セクションではありませんが、システムや機器・計数情報で他部門と深く関わり、会社の根幹として全社員を支えています。



# 仕事紹介

## 営業職の仕事

法人向けルートセールスが中心で、内装工事業者・リフォーム業者・ディスプレイ業者・サイン業者などのお客様を定期的に訪問し、数千種類にも及ぶ商品を提案・販売しています。単に商品を受注するだけでなく、物件の打合せや新たな案件の情報収集、最新の商品のご紹介などを行い、時には現場への商品のお届けも行います。営業職は、お客様との「信頼関係構築」というとても重要な役割を担っており、日々のお客様のニーズを引き出しながら新鮮な情報を提供し、スピーディーで臨機応変な対応を通してお客様と信頼関係を築いています。また、自社商品開発に役立つ現場の生の声を集めるのも、重要な仕事のひとつです。

### 営業の1日の仕事例

8:15	出社 メールや一日のスケジュール確認など
8:30	朝礼 1日の行動予定の共有
8:50	お客様先への訪問準備や、 営業車への書類・見本帳、商材の積み込み
9:30	営業車で既存・新規顧客先へ
12:00	休憩
14:00	現場への納品 商材の打ち合わせ
17:00	見積り作成やメーカーへの資料依頼 営業日報の作成、翌日の準備など
17:30~	退社

1日10件~  
20件ほど訪問

## フロアセールスの仕事

フロアセールス(営業事務職)の業務内容は、見積書や資料の作成の他、営業担当やお客様である工務店・内装業者・ディスプレイ業者などからの在庫状況の確認、商品の価格・規格に関するお問合せ対応、商品の発注処理、配送手続きなど多岐にわたります。幅広い商品を取り扱っている上にお客様のご要望も様々なので、毎日勉強になることが多く、異なる刺激も味わえます。「迅速・正確」に商品を手配し、お客様の注文から商品をお届けするまでを結びつける大切な役割を担っています。

### フロアセールスの1日の仕事例

8:15	出社 制服に着替え、メールやFAXのチェックなど
8:30	TELやFAXで商材を受注 受注した商品の発注業務
10:30	主なインテリアメーカーの発注メ① 配送の手配
12:00	休憩
13:00	午前の業務で残った配送手配や 発注作業
14:00	主なディスプレイメーカーの発注メ 見積り作成や発注作業
16:00	主なインテリアメーカーの発注メ② 配送の手配や1日の伝票整理・片付け
17:30~	退社

# 充実の研修制度

