

2026 年 1 月 26 日
株式会社 ニ ッ ピ

PR 広告策定の社内プロジェクトチームを発足し、

「二つでひとつ (モノづくり×ミライづくり)」を“事業理解”へ進化

株式会社ニッピ（本社：東京都足立区、代表取締役社長：伊藤裕子、以下「当社」）では、「二つでひとつ (モノづくり×ミライづくり)」という当社の価値をより確かな企業イメージとして確立していくことを目的に、昨年に引き続き社内にて 2026 年「コラーゲンの日」の PR 広告策定プロジェクトチーム（以下「PT」）を発足しました。本 PT によるプロモーション活動は、2026 年 1 月 26 日より開始します。

Ⅰ メインビジュアルと PR 広告のコンセプト

今年のメインビジュアルは、その価値を“より具体的に、事業として”伝えるため、6 つの事業それぞれに取材・インタビューを実施し、現場の声とともに制作しました。

各ビジュアルには、取材時の写真を用い、インタビューを通じて浮かび上がった「事業の輪郭」と「強み」がひと目で伝わる構成としています。6 事業分のビジュアルが一つの集合体として並ぶことで、当社の多様な事業がそれぞれ独立して存在するのではなく、根底で同じ志と技術に支えられていることを表現しました。



Ⅱ 「コラーゲンの日」について

今から約 65 年前、コラーゲンという名称は一般にはまだ馴染みが薄く、研究者の間では「動物の体内に非常に多く存在する一方で、水に溶けないタンパク質」として認識されていました。当時の当社研究員であった西原富雄博士は、加水分解酵素を用いて未変性のコラーゲン溶液を得る方法を発明し特許（第 306922 号）を取得しました（出願日：1960 年 1 月 26 日）。

この発明は、今日のコラーゲン製品の基礎となり、コラーゲン研究の発展における大きな分岐点となりました。当社では、この日を「コラーゲンの日」と定め、一般社団法人日本記念日協会の認定を受けています。

Ⅲ 2026 年「コラーゲンの日」PR 広告策定 PT について

さまざまな部門から集結した社員を主要メンバーとする PR 広告策定 PT を発足し、広告の方向性やターゲットに届けたいテーマ、ビジュアル表現などを検討しながら制作を進めてきました。今年は、前述のメインビジュアル制作に加え、特設サイトにも注力し、6 事業それぞれの取材記事を通じて、当社事業の強みを深く紹介しています。

当社は、今後もタンパク質研究のエキスパートとして、「生み、育み、支える」という当社の DNA と、ものづくりのこだわりを大切にしながら、事業のさらなる発展と社会への貢献に取り組んでまいります。