

作る力に、伝える力を。

 GridPub

商品情報と制作構造を“会社の力”に変える

## 1 なぜ今、印刷カタログ制作やWeb更新作業に手が付けられなくなっているのか...？

カタログ制作やWeb更新が止まっている原因は、  
忙しさではなく、「**構造**」にあります。

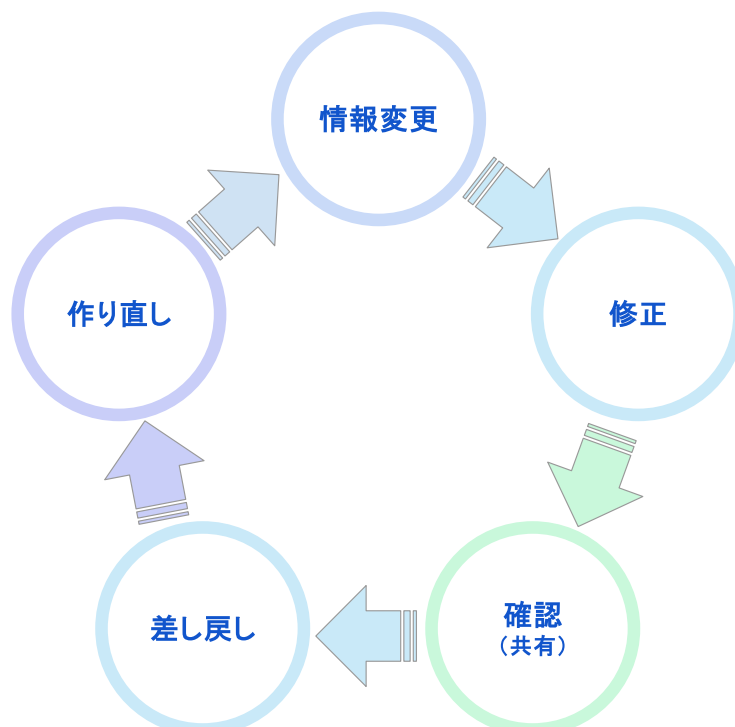
### 【現状 | いま現場で起きていること】

- 新製品の追加や、価格・仕様変更、削除が増え続けている
- 商品データをまとめるだけで精一杯になっている
- Web用・PDF用・営業資料用に、同じ情報を別々に管理している

### 【違和感 | なぜ前に進まないのか】

修正のたびに、元データを探し、内容を確認し、複数の資料を直す工程が発生します。

その結果、**作り直す前に、また変更が入る** 状態が繰り返され、制作に着手できない感覚が積み重なっていきます。



## 【問題の正体 | 人ではなく構造】

### 同じ商品情報を、別々の形で管理し続けている構造

この構造が、時間と人件費を静かに消耗させています。

この構造をどう整理すればいいのか。

次のページで、GridPubが提示する考え方を説明します。

#### 【補足 | 制作現場で実際に起きていること】

印刷カタログ制作の現場では、  
商品ごとに品番・品名・サイズ・図面・注記など、  
複数の異なる情報を同時に扱う必要があります。

これらの情報は商品ごとに内容が異なるため、  
確認と誌面への割り当てに手間がかかります。

さらに、新商品の追加やシリーズ構成の変更によって、  
時間をかけて作ったデザインが前提から崩れることも少なくありません。

そのたびに、制作側と社内担当者が内容確認に集中し、  
最終的な整合責任は社内に残る構造になっています。

## 2 GridPubは何を解決しようとしているのか？

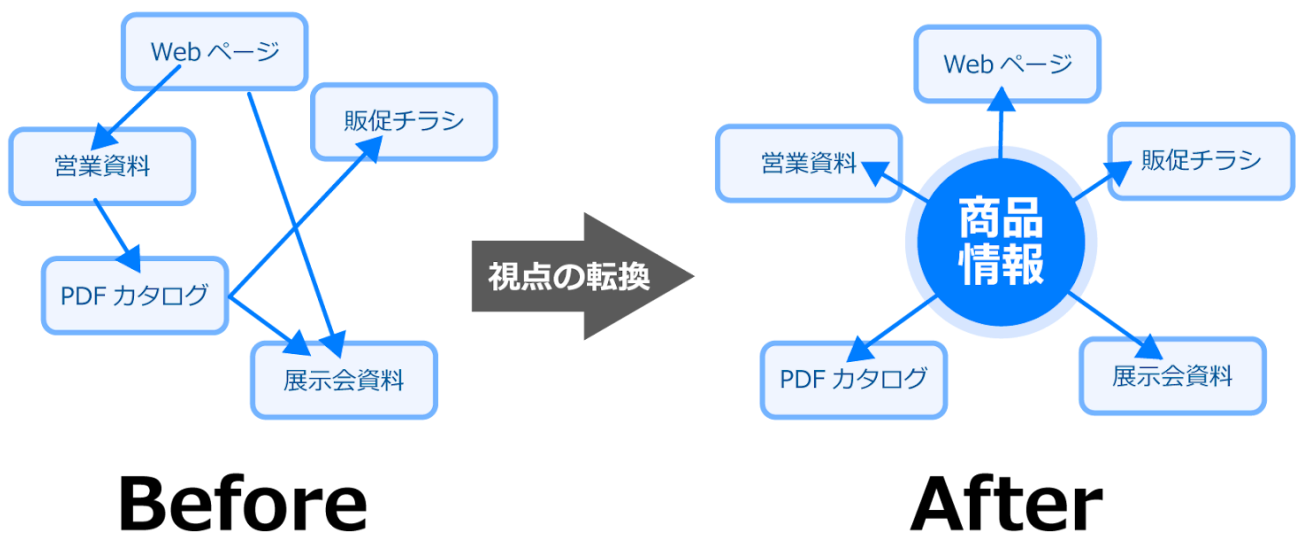
GridPubが解決しようとしているのは、  
制作そのものではなく「**更新が回らない構造**」です。

### 【これまでの前提 | 完成品を作る制作】

これまでのカタログ制作では、**完成した状態** がゴールになりがちでした。

- 一度仕上げたら終わり
- 変更があれば、また作り直す
- 完成品ごとに管理が発生する

この前提では、変更が増えるほど負担が重くなっていきます。



※完成物を直すのではなく、情報を起点に更新を回す構造に置き換えます。

## 【視点の転換 | 更新され続ける情報を中心に考える】

GridPubは、完成品ではなく、**更新され続ける商品情報そのもの**を中心に据えます。

- 商品情報を一度きちんと整理する
- Web・PDF・営業資料を同じ情報から作る
- 修正は「作り直す」のではなく「**更新する**」

---

## 【得られる状態 | 制作が回り始める】

この考え方に切り替えることで、

- **修正のたびに全体を作り直さなくて済む**
- **情報が探さなくても見つかる**
- **WebとPDFのズレが起きにくくなる**

制作は、**止まるものではなく、回り続けるもの**に変わっていきます。

---

では、なぜGridPubには複数のプランがあるのか。  
次のページで、その考え方を説明します。

### 3 なぜサービスの提供形態が分かれているのか？

**GridPubのサービス差は、機能の違いではなく  
「どこまで制作と管理の責任を引き受けるか」の違い。**

---

#### 【誤解されやすい点 | 機能差ではない】

GridPubは、「高機能だから上位」「低機能だから下位」という考え方では分かれていません。

違いは、制作に関わる責任を、どこまで扱うか にあります。

---

## GridPub Server(サーバー)

- 印刷
  - 再利用
  - 著作権
  - 教育
- 

## GridPub クラウド利用

- 更新
- スピード
- 業務利用

## GridPub Server（サーバー） 責任が重くなる領域 | 印刷と再利用

- 印刷クオリティ
- 制作物の再利用
- 著作権・管理ルール

この領域を扱う場合、責任の重さが一気に増します。

色・解像度・運用ルール・社内運用の教育まで含めた設計が必要になります。そのためGridPubでは、クラウド利用とServerを明確に分けています。

**クラウド利用の上位サービスではなく  
制作を社内資産として扱うための導入の考え方**です。

---

## GridPub クラウド利用 共有クラウドで扱える範囲

共有クラウドで提供するサービスでは、

- Web・PDFを使った業務利用
- スピードと柔軟性を重視した運用
- 情報更新を止めないこと

を重視しています。

この領域では、**印刷クオリティや著作権管理は扱いません。**

---

では、印刷クオリティを扱うとはどういうことなのか。  
次のページで詳しく説明します。

## 4 「印刷クオリティ」を扱うということは 出力ではなく「責任」を扱うことです。

※ 本ページは「なぜServerのみが印刷クオリティを扱うのか」を理解するための前提整理です。

### 【よくある誤解 | 印刷＝出せば終わりではない】

「なぜクラウド利用では印刷クオリティを扱わないのか」という質問をよく受けます。理由はシンプルで、印刷は単なる出力作業ではないからです。



印刷クオリティを扱うとは、  
これらすべてを組織として引き受けることを意味します。



## 【印刷で発生する責任領域】

印刷を前提とした制作では、

- 色の再現
- 解像度
- データ形式
- 管理方法

まで含めて責任が発生します。

## 【再利用と権利管理の問題】

さらに、

- いつ・どこで・どの制作物を使うのか
- 再利用の可否や判断基準
- 著作権や使用範囲の管理

といった判断も必要になります。

## 【なぜ共有クラウドでは扱えないのか】

これらの要素は、共有クラウド上で不特定多数が利用するクラウド利用では、責任が担保しづらい環境です。

## 【結論 | Server（サーバー）で扱う理由】

そのためGridPubでは、印刷クオリティを扱う領域をServerに限定しています。

**Server（サーバー）は、印刷に耐える制作と管理を、組織として引き受けるための導入サービスです。**

**責任をどこで引き受けるかを決めることは、制作の効率化ではなく、経営としての判断領域を定めることです。**

---

では、この判断が経営にどのような変化をもたらすのか。  
次のページで、経営視点から整理します。

## 5 経営視点で見るGridPubの効果

GridPubの効果は、作業効率ではなく  
「意思決定（判断）と人の時間の使われ方」に表れます。

### 【これまでの状態 | 制作が占めていた時間】

これまでの制作現場では、

- 修正や更新のたびに確認作業が発生する
- 判断よりも作業に時間が使われる
- 制作対応が優先され、企画や検討が後回しになる

といった状態が起きがちでした。

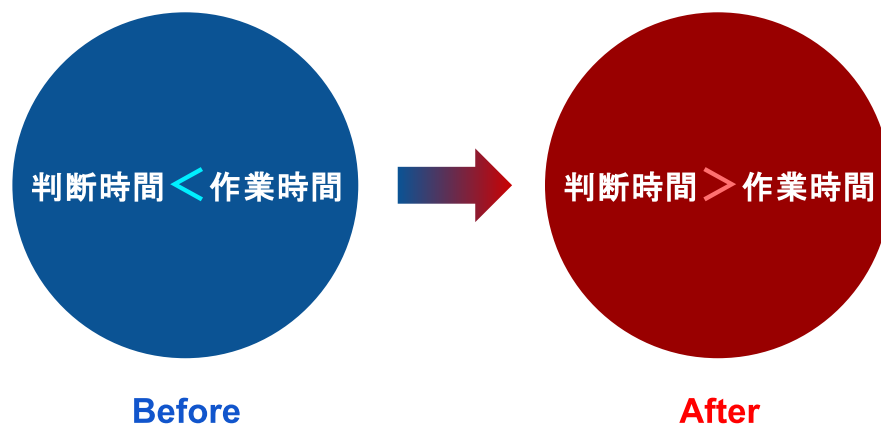
### 【変化するポイント | 時間の使われ方】

GridPubによって情報が整理されると、

- 制作・更新に追われていた時間が減る
- 確認や差し戻しの往復が少なくなる
- 担当者が判断に集中できる時間が生まれる

ようになります。

### 【判断と作業の時間配分の変化】



## 【組織としての効果 | 属人化しにくい運用】

制作ルールや判断基準が共有されることで、

- 担当者が替わっても進め方が大きく変わらない
- 外注に頼らず社内で判断できる範囲が広がる
- 制作が一部の人に依存しにくくなる

といった変化が生まれます。

---

## 【結論 | 経営への影響】

これは「現場改善」の話ではなく、**経営判断**の話です。

その結果、制作コストそのものよりも、**意思決定のスピードと組織の余力**が変わっていきます。

GridPubは、**制作を通じて組織の余力を生み出す仕組み**です。

こうした変化を、一時的な業務改善ではなく、会社として引き受ける領域まで踏み込む場合、GridPubではクラウド利用とは別に **Server** という導入の考え方を用意しています。

---

## 6 導入後の成功イメージ

GridPub導入後の成功は、「売上」ではなく  
「制作と更新が無理なく回っているか」で判断されます。

### 【クラウド利用が定着した状態 | 日常業務として回る】

クラウド利用領域が社内で定着すると、

- 修正や追加が発生しても、まず「データを直す」という判断が共有される
- 営業・広報資料は、作り直すものではなく組み合わせて使うものになる
- WebとPDFの内容がズレにくくなり、確認や差し戻しが減っていく

といった変化が起き始めます。

### 【Serverが定着した状態 | 社内資産として蓄積される】

Server導入が社内で定着すると、

- 制作物が外注成果物ではなく、社内資産として蓄積される
- 印刷・Web・社内運用の教育資料が同じ情報をもとに作られる
- 制作ルールと判断基準が、組織の中に残る

という状態に変わっていきます。



## 【長期的な変化 | 判断の軸が変わる】

こうした積み重ねによって、

- 作れるかどうかではなく、どう使うかを考えられる
- 制作が経営判断の足かせにならない
- 情報更新が前提の業務運用が自然になる

といった変化が、時間をかけて定着していきます。

---

## 【結論 | 成功の指標】

**GridPubにおける成功とは、  
制作と更新が負担なく回り続けている状態を、  
組織として維持できているかどうかです。**

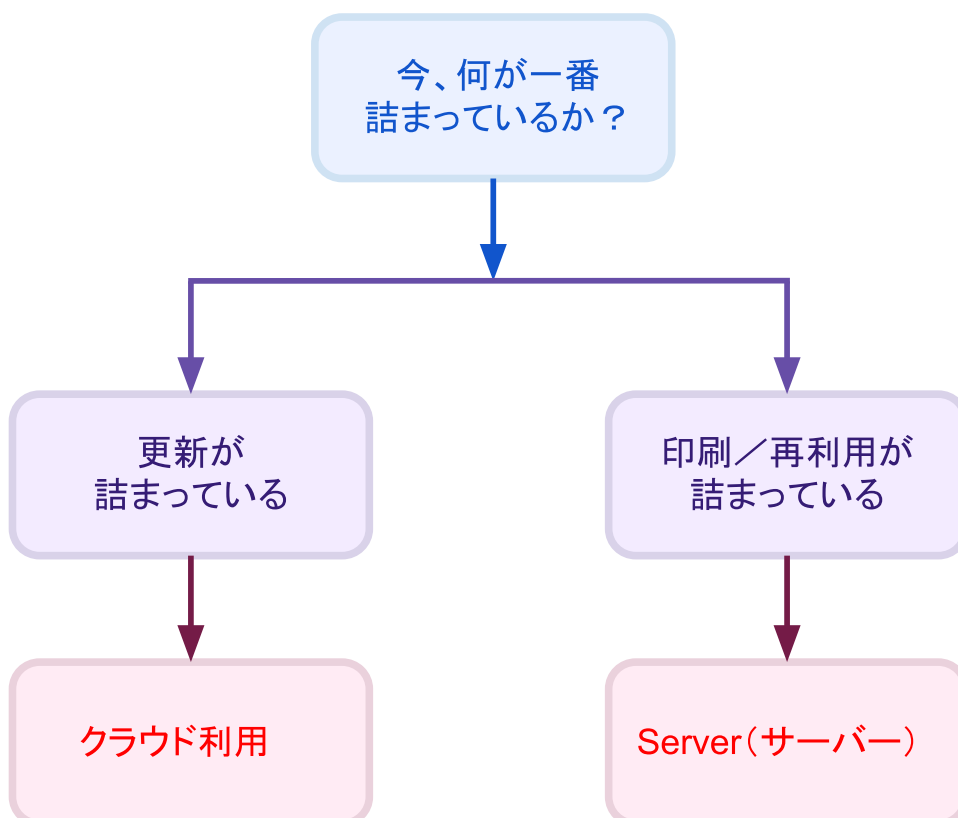
では、どこから始めるのが適切なのか。次のページで整理します。

## 7 どこから始めるべきか

GridPubで重要なのは、  
「どのプランが正しいか」ではなく  
「今、どこから始めるか」です。

### 【前提 | 一気に導入する必要はない】

GridPubは、すべての企業が最初から大きく導入することを前提としていません。  
まずは、現在の制作や情報管理の状態を整理することから始められます。



## 【入口としての選択肢 | クラウド利用領域】

クラウド利用領域は、

- 今の制作フローを[見直す](#)
- 情報の扱い方を[体験する](#)
- どこが負担になっているかを[可視化する](#)

ための入口です。

まずは小さく始め、

- 日常業務として[情報更新を回したい](#)
- 営業・広報資料を[社内で完結させたい](#)

といった段階に応じて、利用範囲を広げていくことができます。

---

## 【踏み込む判断 | Serverという選択】

Serverは、

- 制作や情報管理を長期的な[社内資産](#)として扱いたい
- [印刷・再利用・権利管理](#)まで含めて整理したい

場合に検討される導入の考え方です。

---

## 【判断軸の整理 | 選び方】

重要なのは、

- どのサービスが優れているか
- いきなりどこまで導入するか

ではありません。

現在の課題と、目指す状態を整理したうえで、

**「今どこから始めるか」** を選ぶことが判断軸になります。

---

## 8 次の一步 | 対話への入口

GridPubは、導入を決める前に  
「**整理する対話**」から始まります。

---

### 【前提 | この資料の位置づけ】

この資料は、GridPubのすべてを説明するためのものではありません。

価格や仕様を検討する前に、**自社の制作や情報管理のどこが詰まっているのか**を整理することを目的としています。

---

### 【シンプルな導線図】



- 読む（資料で考え方を知る）
- 考える（自社の詰まりを可視化する）
- 話す（専門スタッフと一緒に整理する）

---

### 【GridPubが大切にしていること】

GridPubは、

- 無理な導入を前提にしない
- 今のやり方を否定しない
- 判断材料を増やすことを重視する

という考え方で設計されています。

---



## 【次の一歩 | できること】

現在の制作フローや課題を共有いただければ、

- どこから手を付けるのがよいか
- クラウド利用で十分か、Serverを検討すべきか

を一緒に整理します。

---

## 【ご案内 | 対話の場】

- オンライン相談（30分・無料）

※営業・売り込みを目的としたものではありません

---

## 【参考】

- GridPub α版 Webページ（概要）  
<https://www.bidoor.co.jp/gridpub/>
- 実際の操作画面（α版）動画（無音・短尺）  
<https://www.youtube.com/watch?v=xVWS8V16A7k>



実際のPC画面動画▶

※ 本動画はクラウド利用用のα版（無音）です。

## 【お問い合わせ】

株式会社ビドー GridPub（グリッドパブ）相談窓口

TEL：06-6972-3824（受付：平日10:00–17:00）

[info@bidoor.co.jp](mailto:info@bidoor.co.jp)