

テレコミュニケーション 9

通信業界のビジネスリーダーのための専門情報誌

Sep.2013

事例分析から分かった

成功するワークスタイル変革 3つのアプローチ



[インタビュー]NTTドコモ 坪内和人副社長
在宅医療でモバイル活用が広がる
ターゲット拡大で伸びるUTM市場



最強のケータイショップへの道Ⅱ 第4回

（ 善の循環を生み出す名刺屋さん ）

北 俊一 | 野村総合研究所 上席コンサルタント

札幌にある日新堂印刷は、バナナの茎をはじめとするエコ素材を使った名刺「エコビー」で顧客を増やしている。1人でも多くの人々が環境への意識を高め、環境の保全や貧困の解決などにつなげる「善の循環」を目指している。

今回は、法政大学・坂本光司教授の講演において「驚嘆すべき中小企業」の一つとして取り上げられ、7月号で簡単にご紹介した丸吉日新堂印刷（以下、日新堂）取材した。

日新堂は、札幌市内にある創業31年目、従業員数7名の小さな会社であるが、阿部晋也社長の経営哲学と想いは、波紋のように全国へと広がっている。同社のエコペーパーを使ったエコ名刺「エコビー」の顧客は現在のべ4万人弱、リピート率は9割に達し、毎月顧客が積み上がっている。その8割は本州の居住者だという。

名刺はコミュニケーションツール

日新堂印刷は、阿部社長の父の代から伝票印刷を中心とした業務を営んでいた。阿部社長は当初、会社を継ぐ意志はなかったが、父が知り合いの会社の上場を手伝うために役員として迎えられ、いきなり日新堂の

北 俊一（きた・しゅんいち）



1990年（株）野村総合研究所入社以来、一貫して情報通信関連の調査・コンサルティング業務に従事。特に移動体通信をライフワークに据え、市場の持続的成長のための提言や人材育成のための研修などの活動を行っている。総務省情報通信審議会専門委員

経営を任せられることになった。

飛び込み営業で走り回る毎日が続いたある日、お客様から「印象に残る名刺を作れないか」という依頼があった。名刺は初めて出会う人が最初に手にする大切なツールであり、そこからコミュニケーションが始まる。この出来事をきっかけに、同社のユニークな名刺づくりが始まり、顧客ベースを増やしていった。

ペットボトルで名刺づくり

転機は約10年前に訪れた。キリンビバレッジ社から、ペットボトルで名刺が作れないかという相談が舞い込んだ。当時ペットボトルは、ペットボトルとしての再生がメインで、他の用途への利用は一般的ではなかった。阿部社長が知り合いを通じていろいろ調べたところ、ペットボトルからペット樹脂を製造している滋賀県の会社を見付け出し、再生ペット名刺の製品化が実現した。廃棄された500mlペットボトル5本で100枚の名刺を作成することができる。

これを契機に、もともとサーフィンや釣り、スノーボードなどのアウトドアスポーツが趣味で、地球環境の保全に関心のあった阿部社長の気持

ちに火がついた。多様な素材を活用した「エコ名刺」づくりが始まった。

バナナは地球を救う

バナナは一度収穫されると茎ごと切り倒されるが、その破棄される茎で紙が作れるということを阿部社長が知ったのを機に、「バナナ名刺プロジェクト」はスタートした。どこから手をつけてよいか分からない状況から糸口を探しているなか、エコ名刺の顧客で株式会社ワンブランネット・カフェ取締役、環境について著書もあるスウェーデン人のベオ・エクベリ氏を通じて、アフリカのザンビア共和国エンフェエ村を紹介され、実現

Company Profile

丸吉日新堂印刷株式会社

■ 代表取締役社長

阿部晋也

■ 設立

1982年4月8日

■ 資本金

1000万円

■ 従業員数

7名

■ 所在地

北海道札幌市豊平区平岸6条12丁目11-2

■ 事業内容

各種エコ素材名刺製造・販売、印刷業務全般・デザイン・企画・制作、販売促進支援業務



本社は北海道産のサクラ材を利用したログハウス



事務所内には木の香りがただよう



丸吉日新堂印刷代表取締役社長の阿部晋也氏

に至った。

1日わずか1ドル程度の収入しかなかった村人が、茎から取り出した繊維を売ることによって、新たな雇用が創出され、貧困から救われ、違法伐採や違法狩猟が減少する。つまり、この名刺を我々が使うことで、ザンビアの貧困と環境を守ることができるのだ。

もし世界でゴミとして捨てられているすべてのバナナの茎を紙にすれば、全世界の紙がまかなえるという。バナナ名刺の利用者たちは、名刺交換の際、この名刺にまつわるストーリーを相手に伝えることで、コミュニケーションが広がり、同時に、良き出会いの輪が広がっていくことになる。それはビジネスに結びつく

こともあるだろう。

同社のエコ名刺の素材は、とうきび、小麦わら、牛乳パック、竹、間伐材パルプなど、現在16種類にまで増えている。エコ名刺の売上の1%は、環境団体「1% for the Planet」もしくは公益財団法人日本盲導犬協会に寄付される。

名刺が育む「善の循環」

阿部社長は、名刺を単なる自己紹介のためのツールとしては考えていない。名刺は人と人とを繋ぐ大切なツール。そんな想いを持って、同社は、お客様同士の交流会を頻繁に開催している。

7月中旬、鎌倉で行われた「第28回幸せエコ名刺ユーザー交流会」に

参加した。環境経営で有名な米国Patagonia社の日本法人社長辻井隆行氏の講演会と、参加者全員での名刺交換会と懇親会があった。講演会では、Patagonia社の経営哲学と環境に与える悪影響を最小限に抑えるためのさま

ざまなチャレンジについてのお話を、参加者は真剣に聞き入った。単なるビジネス交流会ではなく、環境に対する学びの場だ。

エコ名刺によって、環境への意識を持つ人が一人でも増えてくれることを願う。そんな阿部社長の想いが人から人へと伝播していく。阿部社長はこれを「善の循環」と呼んでいる。我々一人ひとりが環境に対してできることは限られている。しかし、その想いが伝わり、関わる人が増えていけば、やがて大きな力となる。

スタジアムの芝が名刺に!

エコ名刺は、さらに新たな展開を見せている。湘南BMWスタジアム平塚と湘南ベルマーレ馬入ふれあい公園練習場の刈芝と、0463地域の市役所役場から排出されるシュレッダーくずから作られる「湘南芝ペーパー」名刺だ。

これは、市外局番が0463の地域である平塚市・秦野市・伊勢原市・大磯町・二宮町の自治体職員を中心に設立されたNPO法人からの依頼で誕生した。パンフレットには、「この「湘南の芝名刺」が人から人へ手渡しで広まり「地域の宝」となること



日新堂社内にある、「バナナ名刺プロジェクト」を紹介する掲示板

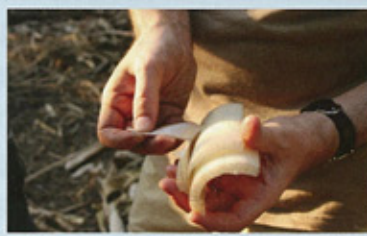


大人の身長をはるかに上回るザンビアのバナナの木
(写真の男性はベオ・エクベリ氏)

バナナは収穫を終えた後、茎ごと切り倒され大量に廃棄されている



タマネギのように繊維質が豊富なバナナの茎



バナナの茎を乾燥した「バナナファイバー」を日本へ空輸し、パルプに加工する



伐採されたバナナの茎を縦に割り広げる。生まれて初めて仕事で報酬を得るとい女性も多い



茎の繊維質が見えて和紙に似た風合いが特徴のバナナ名刺

を祈ります」と書かれている。

ケータイは人と人を繋ぐツール

札幌の小さな印刷屋さんが全国的に有名になれたのは、阿部社長の思いへの共感が、ネットやFacebookを通じて伝播したからだ。全国どこからでも、PCで名刺を注文することができる。そのようなITの普及した時代だからこそ、逆にフェイスツーフェイスの重要性が高まるのだと阿部社長は言う。その初めて出会う人が最

初に手にする大切なツールが名刺なのだ。

ケータイも人と人を繋ぐツールだ。しかし最近、若者の「スマホ依存症」という問題がクローズアップされてきた。LINE等のSNSや「パズドラ」等のソーシャルゲームのやり過ぎで、寝る時間や勉強する時間が削られる若者が急増している。

離れていてもコミュニケーションできる便利なツールとして進化してきたケータイが、逆にユーザーを束

縛しているというのは、決して望ましい状態ではない。

ケータイショップは、未成年者とその家族に対して、スマホの本来の使い方をしっかりと伝える役割の一翼を担っている。未成年者にもスマホを売れば売上が伸びる、ARPUが高まるという商売に永続性はない。不必要なものは売らない、フィルタリングをかけないなら使わせないという覚悟が必要だ。

阿部社長の座右の銘は「三方よし」だ。売り手(自社)だけでなく、買い手(顧客)と世間(社会)にとってもプラスになるかどうかを考えて常に行動する。その行動は伝播し、回り回って自社に戻ってくる。その「善の循環」を巻き起こせた企業だけに、永続的な成長が約束されるのだ。



鎌倉で開催された「第28回幸せエコ名刺ユーザー交流会」の様子(最前列左端が阿部晋也社長、その隣がPatagonia日本法人の辻井隆行社長、最後列左から3人目が筆者)