

中小企業を活性化し、成功を探求する経営誌

理念と経営

CORPORATE
PHILOSOPHY

11

2015 November

たった一つの言葉にも、
人生を変える力があります

【アスリート篇】 清宮幸太郎 / 高橋尚子

【作家・文人篇】 城山三郎 / 浅田次郎 / 森繁久彌

人間紀行 挑み続ける男

イチロー、錦織圭、羽生結弦の勝負哲学

スポーツ心理学者 児玉光雄

巻頭対談 志を貫く— 創造の経営

「サービス業」は日本のモノづくりの、もう一つの柱だ

加賀電子会長

塚本 勲

VS

加賀屋相談役

小田 禎彦

創刊10周年記念号

オフィスから手書き伝票が消える危機感からの出発

札幌市豊平区にある社員六名の小さな印刷会社、丸吉日新堂印刷株式会社。創業者である父の後を継いで阿部晋也氏が代表取締役役に就任したのは一九九六(平成8)年のことだった。当時、IT化によって世のオフィス環境は激変しようとしていた。

「先代の頃から売り上げの九割を占めていたのが、各社の住所やロゴの入った伝票の印刷です。ところがWindows95の登場で事務仕事が変わりました。同業者は『大丈夫だ、パソコンなんておもちゃだ』と言うばかりでしたが、私は、一〇年後には手書きの伝票がなくなってしまうと思ったのです」

二〇年たった現在からみれば阿部社長の危機はズバリ当たっていた。さらにその後、売り上げの四割を占めていた得意先の上場廃止による業績悪化が、若き社長を襲った。

このまま消えていくしかないのか。有力な取引先を失った喫緊の経営不振と、業界の将来への不安に押しつぶされそうになった。焦燥感に駆られ営業に回るも、人と接するのが苦手。飛び込み営業で初対面の人と話すとおどおどしてしまう。と、緊張で汗ばんだその手には、いつも名刺があった。

るのは安さと早さのみ。しかし阿部社長は考えたのだ。「名刺は人の出会いの場になくはならないもので、決して間違いの許されない大事なもの。皆がやりたがらないなら、あえて名刺に特化しよう」と。

「安く、早く」が常識の名刺を社会貢献のツールに変えた

そんな阿部社長のもとに、二〇〇二(同14)年、大手の北海道キリンビレッジからある依頼が舞い込んだ。それは、回収したペットボトルで名刺を作ってほしいということ。しかしペットボトルをリサイクルして紙を作るメーカーなどない。

「大手印刷会社や製紙会社が皆、断ったからうちの小さな小さいところいらしたんでしょうね。インターネットで調べたら滋賀県に回収したペットボトルからシートを作る会社がありました。工場長に名刺が作れないか電話してみると、『それはおもしろい、やってみましょう』となって、試行錯誤の末、生まれたのがペットボトル再生材のエコ名刺です。キリンビレッジさんはアイデアを囲い込まずに外販を許可してくれました。ならばせつかくだからと、名刺一枚につき一円の自然保護活動への募金をつけました」

人は夢見たところまで絶対に行ける

丸吉日新堂印刷株式会社
代表取締役
阿部晋也

IT化でオフィスのペーパーレスが進み、印刷業界全体に逆風が吹くなか、北海道札幌市の従業員わずか六名の印刷会社社長が始めたのは、小さな名刺で地球環境と途上国の貧困問題解決に貢献するという、驚きのプロジェクトだった。共感する顧客はのべ五万三〇〇〇名。名刺注文のリピート率は八五・四割にも及ぶ。大きな夢が実現した秘訣はどこにあったのだろうか。

取材・文 北室かず子 撮影 藤倉孝幸

「名刺か……。どんなに仕事の内容が変わろうと、人と人が出会うとき、必ず必要になるのが名刺だ。名刺に賭けてみるか」それは人見知りという社長らしからぬ弱

点が与えてくれたひらめきだったのかもれない。

印刷会社にとって額の小さい名刺は、サービスで引き受けるっついで仕事で、求められ



阿部社長(中央)と社員の方々

さらに、阿部さんは名刺への点字加工を障がい者の施設に発注した。点字・ピン配置図を見ながらマスの中のピンを押して文字を作っていく、緻密で神経を使う作業だ。

「仕事をお願いしている社会福祉法人の方がおっしゃるには、障がい者が変わったと。ものすごく集中していいいに作ってくれて、達成感と社会参加している充実感があるようです」

障がい者への発注の陰には、阿部社長の母への思いがあった。脳梗塞で半身不随になった

母に対して、幼い阿部少年は言うてはいけない言葉を発してしまったのだという。すると母は、「好きでこんな体になったのではない。世の中にはこういう人がたくさんいて、言葉で傷つくんだよ」と。

困っている人の立場でものを考えるやさしさが、点字名刺からにじみでてくるようだ。

「安く、早く」が常識の名刺ビジネスで、エコ名刺は割高だ。けれども使うたび、社会に貢献できている誇りが胸中に湧いてくる。名刺交換の相手とのコミュニケーションも膨らむ。エコ名刺はどんどん広がった。

札幌の会社でありながら顧客の八割が北海道外というのは、ビジネスにおいて感性や理念への共感が得られれば、距離の制約などは軽々と越えられる可能性を示しているのではないだろうか。

エコ名刺の利用顧客から始まった世界への雄飛

〇八(同20)年、製紙会社各社による再生紙偽装が発覚した。封筒、コピー用紙、印刷用紙等の古紙配合比率に偽りがあったのだ。「コストのかかる再生紙よりも、実は違法



伐採や途上国の安価な労働によるバージンパ
ルプの方が安いのです。私は製紙工程の最初
の原料から最後まで、自分で見極めたいと思
うようになりました。そんなとき、ある講演
会でバナナの話を聞いたのです。バナナ
が実るのは一本の茎に一度きり。収穫後は巨
大な茎を伐採するので、毎年、大量に廃棄物
が出るのだとか。ならばこれで紙が作れない
かと」

とはいえ、海外には何のツテもない。阿部
社長の脳裏をよぎったのは、あろうことかエ
コ名刺の顧客の名だった。

「東京在住のスウェーデン人環境コンサル
タのペオ・エクベリさん。さっそく会いに行
き、バナナの茎を活用すれば木を伐採せずに
紙を作れること、そして紙作りが地域の雇用
創出にもつながること、ザンビアならできそ
うなことがわかりました」

エクベリ氏はさっそくザンビアへ飛ぶ。エク
ベリ氏と交流のあった村でプロジェクトは始
まった。

バナナの茎を割いて繊維をほぐして乾かし
たものを日本へ空輸してパルプに加工する。
村ではこれまで日給1ドルの仕事があればいい
方で、違法伐採や密猟に手を染めざるをえな
い人々もいた。女性には仕事自体がなかった。
そこで村の人々に、報酬をきちんと支払



バナナペーパーの原料となるバナナの茎を天日干しするザンビアの女性たち*

はないんですよ」

ビジネスのための名刺を通した交流会が
ビジネス交流会でなくて何なのだろうか。疑
問に思っていると、

「仕事をもらおうとする人たちがばかり集ま
るのが、ビジネス交流会。そうではなく、経営
者は自分が学び成長するために出会うを求
めるべきではないか。そうすれば仕事はあと
からついてくるのではないかと思うのです。駆
け引きなく、心豊かにいい人とつながること。

い、労働時間を順守するフェアトレードを徹
底した。その結果、「女性たちは働くことが
うれしくて、一日中、ずっと休まないほど」と
苦笑する。自分たちの作る繊維が日本で紙に
なっていることが女性たちの誇りになったの
だ。やがて働いたお金で先生を雇って英語を
学ぶようになった。

しかし、製紙工場がないザンビアでは紙は
依然、輸入品のままだったので、現地の人が
使える紙を作ろうと、昨秋からパルプ工場建
設を始めた。資金はインターネット上で賛同
者を募るクラウドファンディングなどで、
四〇〇万円以上が集まったそうだ。

バナナペーパーを自社が独占しては需要が
広がらないと考えた阿部社長とエクベリ氏
は、同業他社にも声をかけ、ワンプラネット・
ペーパー協賛会を設立した。印刷会社や
封筒メーカーなど、日ごろ、しのぎを削ってい
るライバル同士がこの目的に関しては手を組
んだのだ。それによって多彩な製品が生まれ、
現地の雇用がさらに増えた。イオンのメッ
セージカード、自然素材のせっけん、知られ
るラッシュの包装紙など、意識の高い企業の
賛同も得られるようになった。

「フェアトレードによって作られた紙は世界
にまだありません。その認知度を高めるため
に現地状況をさらに整備していきたい」

交流会ではお客さま同士が親友のような感
じなんですよ」

丸吉日新堂印刷では六名の社員が、ネット
制作と顧客対応にあたり、いつ、どの顧客が、
どんな注文をしたかを画像と一緒に保存し
ている。再度、注文があれば、一〇年前のデー
タでもすぐに画面上で見られるシステムだ。
単価の安い名刺は利益が出にくい、こうし
た徹底的な情報管理で効率化を図る。

印刷会社といえば大きな印刷機が回って
いるイメージがあるが、丸吉日新堂印刷はい
たてて静か。印刷は、旭川にある提携会社の
工場部門が行なっている。

「インターネットがあることで北海道外のお
客さまから注文をいただくことができます。
でもうちの仕事は、人と人がつながるきつ
かけを作ること。忘れてならないのは、デジタル
もインターネットもそのための手段だとい
うことです」

阿部社長の中ではデジタルとアナログが互
いの長所を生かして融合している。

夢に向けていつも準備して ここぞというときに踏み出す

「経営理念として大事にしているのは善の
循環です。人が見ていてもいなくても、相手

と、阿部社長は瞳を輝かせる。

顧客同士の交流会は 駆け引きのない出会いの場

さて、丸吉日新堂印刷では、ペットボトル、
バナナなど全二一種類の素材のエコ名刺を
そろえている。

北海道産小麦わら、琵琶湖のヨシ、間伐
材、雑誌、牛乳パック、帆布の糸クズなど。広
島の平和記念公園の折り鶴を再生したもの
や、サッカー・スタジアムの刈り芝の入った素
材もある。結婚式のあいさつ状を子宝に恵ま
れるようバナナペーパーで、披露宴の席次表
を大海原に漕ぎだすイメージの帆布ペーパー
で作ったカップルもいるそうだ。

紙といえばアナログの代名詞。無機質な情
報を載せるためだけにデジタルメディアで
もいいのかもしれない。しかし素材に思いを
馳せ、手触りを楽しめるのは、実体がある紙
だからこそ。そこから生まれるコミュニケーション
シヨンはあたたかい。

その一つが交流会だ。
「お客さまは全国にのべ五万三〇〇〇名も
おられます。そもそも名刺はいい出会いのた
めのもの。ならば出会いのための交流会があ
ればいいと。でも、いわゆるビジネス交流会で

が誰でも正しいことを行なう。昔、飛び込み
営業していたとき、邪険に対応されるとその
会社の商品を消費者として買いたくなく
なったものです。ですから、仕入れ先や配達の
人が来社なさったときはお客さまとして対応
しようとする社員に言っています。善の循環は、近
江商人の『三方よし』にもつながります」

三方よしとは、売り手よし、買い手よし、
世間よしで、人を蹴落したり、いじめたり
して敗者をつくらない。そして顧客に喜ばれ
るのはもちろん、世間、つまり社会貢献がで
きてこそ、良い商売であるという近江商人が
モットーとした姿勢だ。まさにバナナペーパー
の取り組みと重なっている。

さらに加えて座右の銘は「人は夢見たとこ
ろまで絶対に行ける」だそうだ。

「高校時代、世界地図を眺めて、世界を回る
仕事がしたいと思っていました。ゼロから一へ
の距離は、一から一〇〇〇よりも遠い。まず
は第一歩を踏み出すことが大事です。夢に向
けていつも準備しておいて、ここぞというとき
に踏み出すのです」

生まれ育った街で父の会社を継ぐという、
ひとつ場所に立脚する生き方を選ぶ一方で、
自由に世界へ雄飛している。人と人をつなぐ
名刺の力、紙の力を信じたとき、阿部社長の
夢の扉が開いたのだろう。

* 写真提供 丸吉日新堂印刷株式会社

丸吉日新堂印刷株式会社ホームページ <http://www.nissindou.co.jp/>

きたむろ・かずこ 1962年生まれ。筑波大学第二学群比較文化学類卒業後、婦人画報社(現・ハースト婦人画報社)入社。女性月刊誌の編集に携わる。91年よりフリーで執筆
ふじくら・たかゆき 1950年生まれ。広告写真スタジオ勤務後、82年にフリーに。APA写真展広告写真作品部門3回連続入選他受賞多数。広告写真、エディトリアル写真、出版、講師など幅広く活躍中