



実践経営

PRACTICAL COMPANY

今月のクローズアップ企業
丸吉日新堂印刷 株式会社

TOPICS

P1 >> 収益性向上の為のBS改善

P2 >> 最先端の“お金”レポート

P3 >> 実践経営インタビュー

第六回 資金繰り表の重要性

従業員の退職に対する備えを万全に

『丸吉日新堂印刷 株式会社』



エコ名刺業界
売上No.1

衰退する印刷業界のなかで
世界を救うビジネスを創造した
その経営ストーリーとは!?

実践経営

北海道札幌市にある名刺制作特化の印刷会社。エコ名刺業界売上No.1の実績を誇り、エコ名刺作成実績はのべ6万人以上にも及ぶ。ペットボトル再生材からマガジンペーパー、牛乳パックからアフリカザンビアのバナナの茎まで、素材は全部で20種類。また3カ月に2回のペースでエコ名刺を購入したユーザー同士が集う「エコ名刺ユーザー交流会」や「大人の寺子屋 日新堂印刷セミナー」を開催。人と人をつなぐ名刺の制作から派生して、ビジネスマッチングの支援をおこなっている。坂本光司さん著作「ちっちゃいけど世界一誇りにしたい会社」を始め、テレビ番組など多くのメディアで取り上げられている。



企業名 ◆ 丸吉日新堂印刷株式会社 / 設立 ◆ 1982年 / 年商 ◆ 8,100万円 / 従業員 ◆ 7名(2017年8月時点)

“エコ名刺業界売上No.1”衰退する印刷業界のなかで世界を救うビジネスを創造したその経営ストーリーとは!?

すべては商品に対する「思い」から

植田 ◆ 本日は北海道札幌市で印刷業を営む丸吉日新堂印刷さんにお伺いしております。阿部社長、本日はよろしくお願いします。

阿部 ◆ よろしく申し上げます。

植田 ◆ 日新堂印刷さんは印刷業のなかでも名刺に特化された経営をされていますが、そのきっかけは何だったのでしょうか。

阿部 ◆ 印刷業界では、名刺の制作は単価も低く、利幅も少ないので、あまりやりたがらない会社が多いですね。ちょうど名刺に特化するきっかけになった



17年ほど前の当時は、その他の単価の高い商品に付随したサービスとして、中には無料で名刺の制作をしている印刷会社もありました。弊社も当時は名刺の制作は外注しておりました。しかし、名刺の注文は

急を要する場合も多く、お客様にご不便をかけるために、外注先に無理を言うことも多々ございました。しかし、名刺は人と人をつなぐ大切なものですよね。誰もが初対面のときは名刺交換をするわけです。その人との出会いが人生を変えるかもしれない。そんな人と人をつなぐ大切な名刺を、単価や利幅の問題で取り扱わなかったり、外注先に無理を強いたりするのはどう

なんだろうと思ったんですね。どうせどこも好んで取り扱わないのならうちが全部引き受けようと思ったのがきっかけです。

植田 ◆ 人と人をつなぐ大切な名刺を大事にしたいという思いからだったんですね。その後の経営はどのように進めていかれたのでしょうか。

阿部 ◆ 名刺を積極的に受け入れるようになってから、とある雑誌のなかで当時名刺業界で売上No.1だった企業が特集されていました。社員が70~80人いる東京の企業だったのですが、名刺を前端的に受け入れて経営していくと決めたこともあり、思い切ったその経営者に会ってみようと思いました。お会いすると懐の大きい方で、どうすれば名刺に特化して経営がうまくいくのかをすべて赤裸々に教えていただきました。そこでどのようにして収益を確保していくのか、そのためにはどのようなシステムが必要なのか、経営から財務的な部分までしっかり教わりました。そこをまずモデルとしてしっかり真似をするところから始めました。

お客様の声から生まれた新規ビジネス

植田 ◆ 守破離の「守」の部分を徹底されたわけですね。その後名刺のなかでもエコ名刺に特化されるようになるわけですが、そのきっかけは何だったのでしょうか。

阿部 ◆ きっかけは2002年でした。名刺の仕事を受けていた北海道キリンビバレッジ様から「回収したペットボトルを使って名刺をつくってくれないか」と

依頼されたのがきっかけです。当時はまったくその事例もなかったのですが、私はやってみようと思いました。いろいろと調べていると滋賀県にペット樹脂を完全にリサイクルして卵ケースやクリアファイルを作っている工場があることを知りました。その工場長の方に取り合って、キリンビバレッジで全面的に使用するからということで、紙作りに挑戦していただきました。何ヵ月かかけてようやくペットボトル再生紙が完成し、弊社としても初のエコ名刺であるペットボトル再生紙の名刺が完成しました。せっかく環境に貢献できる名刺なので、購入してくださる方がわかりやすいように、「名刺1枚につき1円募金」という仕組みを整えて一般にも販売することにしました。



1枚の名刺が世界を救う

植田 ◆ お客様からの要望を形にするところからすべてが始まったのです。今の主力商品はバナナペーパーの名刺ですが、こちらを始められたきっかけは何だったのでしょうか。

阿部 ◆ とあるセミナーでバナナの茎から繊維がとれることを聞きました。そして名刺の発注のあったお客様のなかに、ペオ・エクベリさんというスウェーデン出身の環境コンサルタントの方がいて、その方なら何か知っているかなということで声をかけたところがスタートですね。二人で会ってすぐにバナナの茎から再生紙を創るプロジェクトがスタートしました。

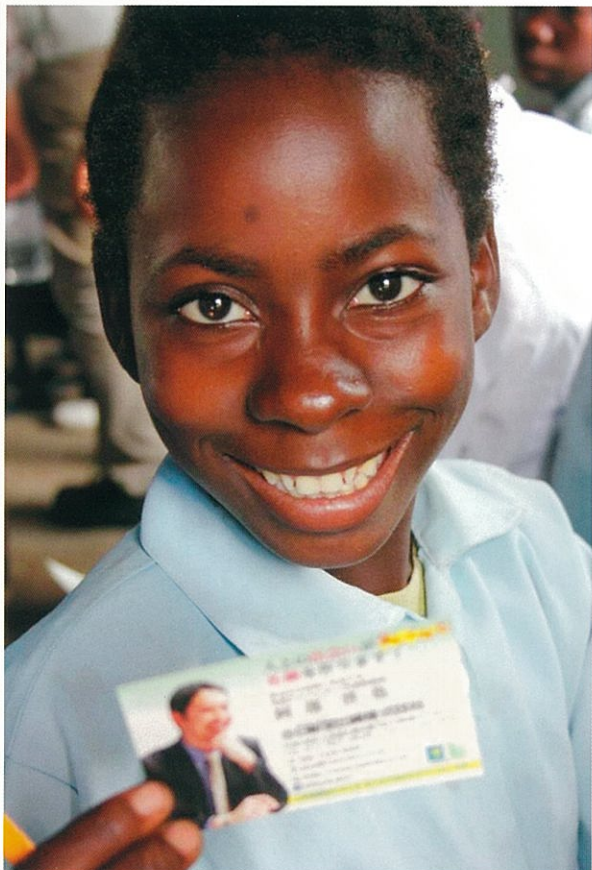
アフリカのザンビアでは大量のバナナの茎が伐採・処分されていて、環境にもよくないとされていました。もしバナナの茎から紙をつくることができれば、世界中の木々を伐採せず済むという統計も出ていました。また一方でザンビアの村の人々は仕事がなく貧困に



苦しんでおり、子供たちに学校で勉強をさせてあげることもままならない状況だったんですね。バナナの茎から繊維をとって再生紙をつくることができ、それを商品として販売することができれば、ザンビアの村の人々にも仕事ができ、村の人々を救うこともできるし、環境問題にも貢献できると考えたんですね。実際に多くの課題を乗り越えてついにバナナの茎からの再生紙を作ることに成功し、ザンビアの村の人々に仕事を提供することができて、始める前はその村の平均寿命は30代だったのが、50代にまで上昇しました。これはボランティアではなく、完全にビジネスですね。今では紙としては日本で唯一、国際フェアトレード認証繊維を使用した紙として正式に認定されましたし、現地に工場をつくることもできました。ありがたいことにこのバナナペーパーの一連の取り組みについて、日本の高校英語の教科書に掲載いただけるようにもなりました。

植田 ◆ 阿部さんの一声から、グローバルな視点で多くの人々を救い、環境問題にも貢献されているのです。すべては阿部さんの「思い」と「行動力」からできた新しいビジネスであり、それが衰退する印刷業界においても新たな価値を見出したのです。





阿部 ◆ パソコンが台頭してきた頃に、多くの印刷業界の経営者は甘く見ていたのですが、私は「これはやばい」と思いました。すぐにパソコンも導入しましたし、IT化が進むなかでどうすれば印刷会社として生き残っていけるかを考えました。名刺は人と人をつなぐ大切なもの。当時は名刺に特化することで業界を生き抜く道を見出しましたが、この名刺というモノもゆくゆくはなくなるかもしれません。常に時代の流れをとらえて先を見据えることが重要で、エコ名刺の事業だけでなく、新たな新規ビジネスについても動き始めています。北海道の良さを世界に広められるようなビジネスも考えていますね。私はもともとグローバルに仕事がしたいという思いがあったので、印刷業に携わる身として、どのように世界に役立てるか、日本の良さを世界に広められるかを考えています。

顧客&従業員満足度の向上も「思い」から

植田 ◆ 阿部さんの圧倒的な行動力も、すべてはグローバルで仕事がしたいという感情や、人々を救い

たい、人と人とのつながりを大切にしたいという「思い」からなのですね。そして人と人とのつながりというところでは、エコ名刺ユーザー同士の交流会などもおこなわれているのですよね？

阿部 ◆ そうですね。全国のエコ名刺ユーザーが一月半に一度集まって交流会をおこなっています。年に8回ほど開催しておりまして、今では第100回になりますね。著名な方々をお招きしたセミナーなどをおこなっておりまして、みんなでいっしょに勉強しようというスタンスでおこなっています。エコ名刺ユーザー同士が集まると皆さん業種はバラバラですので、新しいビジネスが生まれたりします。これも人と人とのつながりの素晴らしさで、そんな場所を提供できたらなという思いで力を入れて取り組んでいます。



植田 ◆ お客様のロイヤリティも高まる素晴らしいお取り組みですね。日新堂印刷さんはお客様だけでなく、従業員さんも大変やりがいを持って満足度高く働かれていると伺っておりますが、そちらのお話もお聞きしてよろしいですか？

阿部 ◆ うちの6名の小さな組織ですが、みんなが働きやすいと思えるような職場づくりを心掛けていますね。例えば子供がまだ小さい従業員もいるので、子供が職場に来るのもOKにしています。夏休みになると子供が遊びにきていますね。またうちはあえて給料を手渡しにしています。あらかじめ従業員一人一人がその他の従業員一人一人に対してありがとうを伝えるコメントを書いて、それを私がまとめて給料袋に入れて一人一人に渡しています。そして給料日は面談日にもして、従業員一人一人の話を何でも思う存分聞く日にしています。始めたころは一人5分や10分で

終わっていたのですが、今では一日がかりです(笑)
ただ、従業員がなんでも私に話してくれるので、どうすれば従業員が働きやすいと思ってくれるかがわかります。まずは「聞くこと」がとても大切だと思いますね。

植田 ◆ 顧客満足度だけでなく従業員満足度もしっかりと考えられているんですね。本日は大変貴重なお話をしていただき、誠にありがとうございました。

阿部 ◆ ありがとうございました。

従業員から見た 丸吉日新堂印刷



吉谷清美さん / 入社7年目 役職 / 総務部主任

植田 ◆ 吉谷さんから見て日新堂印刷はどのような企業ですか？

吉谷 ◆ 本当に感謝しても感謝しきれないくらい、いつも会社に対して「ありがとう」でいっぱいです。会社としてこんなに働きやすい会社は多くはないと思います。入社きっかけは結婚後の再就職活動のなかで、札幌で事務を希望したなかでの一つの企業だったのですが、事務での再就職はとても難しく、合格をいただけた際にはとても感謝したことを今でも覚えています。主人のビジネスについても宣伝をしてくださったり、困難があった際も社長が助けてくれました。社長は従業員の話なんでも聞いてくれて、改善してほしいことなどを言ってもいつも親身に対応してくれます。私が改善してほしいと思ったことは、「吉谷さんがこう言っている」ではなく、社長の意見として従業員全員に話してくれるんですね。社長は素直で優しくて、とても親しみやすい方なので気兼ねなく何でも話すことができます。

植田 ◆ すばらしい会社で働けて吉谷さんも幸せですね。給料日のサンキューカードはいかがですか？

吉谷 ◆ もらうととても嬉しいですね。幸せな気分になります。いつも給料日を楽しみにしていますし、給料明細よりも先にサンキューカードを見てしまいます(笑)

植田 ◆ 従業員さんが幸せを感じることができるのはとても良い取り組みですね。お忙しいなかお時間いただきまして誠にありがとうございました。

吉谷 ◆ ありがとうございました。

コンサルタントの 視点



株式会社船井総合研究所

植田 英嗣

業界の衰退が必ずしも企業を衰退させるわけではない。ピンチにこそチャンスは隠されていて、成功の種は必ずどこかに埋まっている。大切なのは「思い」。誰かのために何かを「やりたい」という「思い」。阿部さんは「やりたい」と思ったことを信念を持って行動に移し、実現されています。結果、国内だけではなく世界中の人々の命を救い、そして世界的な環境問題にも貢献されています。「いいもの」は必ず広まり、必ず成功します。大切なのは「思い」です。現在はビジネスとして大きくなったエコ名刺も、きっかけはお客様の声から。お客様の要望に対して親身に耳を傾けること、それを実現しようと本気になること。それが商売の基本であり最も重要なことだと再認識しました。成功の種はいつもお客様のなかに隠されているということを今一度、考えてみていただけるとよいと思います。