



目指すは「業界知名度100%」。
柔軟な発想で社内改革と差別化戦略に挑み、
「マージネット」ブランドを全国区へ。

Zoom in Success 成功する企業はここが違う!

株式会社マージネット

●代表者/代表取締役社長 池田 朗氏 ●創業/1989年7月 ●従業員数/30名(グループ全体)
●所在地/和歌山県西牟婁郡上富田町生馬811-1 ●URL/http://mergenet.co.jp

写真右 代表取締役社長 池田 朗氏 写真左 常務取締役 西浦 航平氏

「見える工場、見えない情報」

日本三大温泉地の一つ、南紀白浜からほど近い、和歌山県の上富田町に本社を置くマージネット。1989年(平成元年)にデザイン会社として設立し、地元の印刷会社や自治体などを顧客とした地域密着型ビジネスを展開していたが、2002年に印刷・製本設備を導入し総合印刷会社へと大胆に業態転換。印刷業としてスタートしてから18年弱の若い会社だ。30名の従業員を率いる池田朗社長は2代目。2014年に父親である池田真一氏から経営を引き継いだ。

そんな池田社長が経営ビジョンに掲げるのは、「業界知名度100%へ」。特色あるサービスや取り組みで差別化を図り、それを積極的に発信することによって、業界で広く知られる存在になることを目指している。

「この辺りは人口も少ないですし大学もなく、人材確保の面でも流通面でも有利な環境とは言えません。そんな中で事業を続けていくには、独自の強みを持って、地元だけでなく全国に知られる存在にならなければいけないと思っています」(池田社長)

独自性の追求は、先代から受け継がれた姿勢でもある。2010年には県内で初めてニスコーター付き6色UV機を導入し、擬似エンボスや特殊紙印刷、クリアファイルなどを品目に加えた。2014年からは、このUV機を活かした商材として圧着ハガキDMの製作を本格展開。圧着ハガキに特化したWeb注文サイトも立ち上げ、着実に商圏を拡大していった。

圧着ハガキの受注拡大に伴い、個人情報や扱う仕事も増加してきたことから、2017年、セキュリティ体制を強化した新工場を開設。それが現在の本社だ。印刷工

場らしからぬ外観もさることながら、「見える工場、見えない情報」という独自のコンセプトに基づく社内設計にも特徴がある。「各部署の仕切りは可能な限りガラス張りとし、現場の作業の様子を見える化しました。一方で、宛名印字などの個人情報を扱う部門は、一部の社員しか入室できないセキュリティルームになっています」

工場内を案内していただくと、通路からガラス越しに作業の様子がよく見えるオープンな雰囲気は印象的だ。同社はクライアントや同業者の工場見学も積極的に受け入れている。これは、社内の取り組みを外部に発信すると同時に、「お客さまと直接顔を合わせる機会をつくることで、現場の社員の意識を高める」という狙いもある。このコンセプトや設計の革新性が評価され、同工場は和歌山県から「中小企業新事業活動促進法に基づく経営革新計画」として承認を受けている。



和歌山県内初導入のニスコーター付きUV6色機。



制作部門の様子。通路からガラス越しに室内を見通せるが、入室にはIDカードが必要。

ものづくり補助金を活用し 社内変革に着手

新工場の竣工と併せ、同社は、ワークフローの見える化、作業の効率化を図るべく、さまざまな取り組みを進めていった。そのための基盤として、「ものづくり補助金」を活用して「XMF/XMF Remote」とMISを導入。これも県内初である。「私はよく他の印刷会社さんを見学させていただくのですが、そこでさまざまなヒントを得て、良いものは自社に合う形で積極的に採り入れています。設備導入が必要な場合は、このような補助金を使うと非常に進めやすくなりますね」(池田社長)

「ものづくり補助金」は、企業が革新的サービスの開発や生産プロセスの改善などを行なう場合に、必要な設備投資の3分の2の補助(上限1,000万円)を受けられるというもの。審査では、その設備の活用計画に革新性・新規性があることなどが求められるが、同社の申請内容はその要件を満たし、みごと採択された。では実際にどのような革新的取り組みを行なっているのだろうか。

「XMFとMISの運用を開始する際、全社員を集めて説明会を実施し、そこで皆に言ったのは、“ノーコミュニケーション”を目指そうということです。社員は驚いていましたが、この真意は、仕事の話や口で伝達するのはやめようということ。休憩中に雑談するのは構わない。業務上必要な情報はデジタルで伝え、伝達ミスなどをなくそうと考えたのです」(池田社長)

西浦常務によると、現場には当初戸惑いもあったが、現在は社内にしっかりと浸透し、作業効率が大きく向上しているという。「仕事の進捗はXMF Remoteで共有できるようになりましたし、ジョブの情報をMISに集約することによって、作業指示書のペーパーレス化も実現しました。これにより、指示書の紛失や、電話で営業に確

認する手間や時間がなくなり、残業時間も確実に減っています」(西浦常務)

口頭でのコミュニケーションをデジタル化することで作業の効率化を進める一方、同社はMISで原価管理を行なうことで、コストの見える化を図るとともに、社員一人ひとりの意識改革を促している。「会社として利益を出すためには、一人いくら稼がなければいけないか。その認識が社員によってバラバラだったので、まずそれを統一したかった。MISでは、各工程の作業が所定の時間を超えるとどれだけ赤が出たのかがわかり、その際には赤字になった理由を入力することになっています。オペレーターからは当初、「いいものをつくろうと思って頑張っているのに、時間で管理されて息苦しい」と反発もありました。しかし、赤字になったことを責めることはしない。そこからどう改善していくか、現場が自分たちで対策を考えて実践できるようにしたかったのです」(池田社長)

背景にあるのは、「全員が経営に参加しているという意識を持ってほしい」という池田社長の思いだ。MISによる原価管理のほかにも、全社員を対象とした決算報告会を開催したり、「5S」「CSR」などの委員会を設けて自主的な活動を推進したりと、社員に経営を身近に感じてもらうための環境づくりに力を入れている。その成果は確実に表われているようだ。「週に1回、会社全体の清掃をしようとか、ボランティアに参加しようといった声が、社員の間で自発的に出てくるようになりました。自分たちが会社を動かしているという意識が高まってきているのを感じますね」(池田社長)

自ら仕事を創り出し、 楽しさを感じてほしい

独自の発想で見える化・効率化を推し進め、着実に効果を挙げているマージネット。その取り組みにはクライアントや同業



圧着ハガキ専門の注文サイト「圧着ハガキファクトリー」。
(<https://ac-factory.com/>)

者から高い関心が寄せられており、最近では関東などの遠方からも見学の申し込みがあるという。「業界知名度100%」の目標達成も近いのではないだろうか。池田社長に、今後の取り組みについて伺った。「先代が強力なリーダーシップで成長させてきたこの会社を、次のステージへ引き上げるには、やはり社員が自分で考えて動ける集団にならないといけないと思います。ここ1~2年で、コストや時間などを意識しながら仕事ができるようになってきましたが、今後は、「こういうことがやりたい」というアイデアや「この設備を入れたらどうか」という提案も現場から出てくるようにしたいですね。やらされるのではなく、自分たちで仕事を創り出すことで、楽しさ、やりがいを感じてほしいのです」(池田社長)

一人ひとりの人材がモチベーションを高めて能力を最大限に発揮できる環境をつくる。そのために、補助金などの制度も積極的に活用しながら、最新の設備を採り入れる。こうした変革への取り組みの積み重ねが、「マージネット」を全国区のブランドへと成長させていくに違いない。

PROFILE

1989年、デザイン会社「株式会社ばじゃ」として設立。2002年に印刷機・製本機を導入し総合印刷業へと業態転換し、現社名に。商業印刷をメインとしながら、UV6色機を活用した特殊印刷や圧着ハガキ製造なども手がける。2016年、UVニス圧着ハガキの製造技術で和歌山県の「1社1元気技術」登録企業に選出されたほか、翌年には新工場を核とした経営革新計画が県から承認を受けるなど、独自の技術や取り組みが高く評価されている。