



株式会社ミヤギ

代表取締役 宮城邦弘氏

取材・構成 ● 西原勝洋

経済評論家

今年で創業102年――。

株式会社ミヤギの歴史は「こだわりのあるお客様（個人、法人）」をターゲットに展開してきたと言えそう。呉服包装紙の販売から始まり、文房具販売から事務機販売へと展開し、今は「オフィスのあらゆる需要に応える企業」へと、業態を変えてきた。その原動力となっているのは、曾祖父から4代目の今日まで、アイデアを産み、それを実現していく行動力だ。

他所にない商品と、
他人がしないことで勝負

例えば――「売上拡大とともに人員も増え、オフィスが手狭になった。そこでオフィスを移転したまでは良かったのだが、広くなった分が実感できない。使い勝手はかえって悪くなった」――よく聞く話だ。広くなった方がいいが、オフィス内の配置が悪く、人の動線が滞ってしまうためだ。オフィス機器や什器の配置、人の動線などをしっかり見極めることが

大事なのだが、素人が知恵を出し合って侃々諤々してもなかなか上手くはいかない。

支店の新設や移転が頻繁にある大手企業なら専門の人材はいるが、中小企業ではそうはいかない。アドバイザーはいないのか――。ミヤギの4代目社長である宮城邦弘氏が、そんな需要が増えると読んだのが「オフィス環境」部門。どのくらいの広さが最適か、出入りする顧客に合う内装は、移転の準備と実際の作業、さらには旧オフィスの原状回復から、移転後のレイアウト

大正3年、畳紙たとうしの販売で創業、今は、 オフィスのあらゆる需要に応える企業

ト変更や設備の保守点検まで、すべてを社内で行き受ける。

ミヤギの成長部門だが、「オフィスが抱える困りごとの解決」がビジネスになると見定められるのも、文房具・オフィス機器の販売を通じて積み重ねてきた歴史の「濃さ」ゆえだ。

それだけでなく、4代の経営者が「他所よそにない商品」「他人ひとがしないこと」を追求してきた結果なのだ。



ミヤギの小売店舗「MUCCO」



代表取締役 宮城邦弘氏

「呉服用畳紙で成功、しかし
「呉服の時代は終わる」

「たとうがみ」あるいは「たとうし」と聞いても、若い世代は「？」だろう。「畳紙」と書く（文庫紙ともいう）。大切な物を包むための特別な和紙のことだ。

いろいろな畳紙があるが、1914年（大正3年）に宮城高次氏が浅草で創業した「宮城商店」が扱ったのは、畳んだ呉服を包むための紙だった。厚地の和紙に渋や漆を塗り、折りやすくしてある。

もちろん当時は和服の時代だが、普段着は畳紙には包まない。高級な和服をしまっておくための特殊な和紙だ。当時の浅草は高級呉服店が多く、畳紙の店は大いに繁盛した。

しかし1923年の関東大震災で大被害を受けた宮城商店は人形町に移転、2代目の耕平氏が後を継いだ。耕平氏がいつも言っていたのは「他とは違ったことをしよう」「他にはない新しい品を扱おう」だった。

そして耕平氏は優れたアイデアマンだった。それまでとはまったく違ったデザインの上に、通気性を良くし、使い勝手の良さも向上させた独自の



オフィス環境部門による最新ミーティングシーン実例

畳紙を開発した。
耕平氏はそれを当時の白木屋（旧東急百貨店日本橋店）に持ち込み、採用を売り込んだ。

白木屋の呉服担当者は「宮城商店の畳紙」にすっかり惚れ込み、呉服の各仕入れ先に「必ず宮城商店の畳紙を付けて納品するように」と命じた。やがて三越も「宮城商店の畳紙」を採用した。

耕平氏は時代の流れを見る目も鋭かった。呉服用の畳紙で商売をしな
がらも、「これからは呉服の時代ではなくなる」と見ていた。そこで3代

目の貞一郎氏（現会長）は、文房具
問屋に修行に出された。

貞一郎氏はここで文房具の商売を
学び、宮城商店に戻ると有限会社に
組織変更して、文具事務用品の販売
部門を新設した。

戦後の1947年のことだ。
この時すでに貞一郎氏の目は、学
用品としての文房具ではなく、オフ
イスでの需要の方を向いていたのだ。

文房具・事務機への展開

1956年に株式会社に変換し、
59年には「ミヤギ」に社名を変更した。
人形町は証券街や日本銀行に近い。

貞一郎氏は「行動力抜群の人」だ。
貞一郎氏は、会計検査院に足しげく
通った。会計検査院に「しっかりし
た品を確実に納品してくれる会社だ」
と認められたら、他の官庁ひいては
銀行や証券会社への売り込みにも弾
みがつくのでは……そう考えたのだ。

そして官庁の仕事を見ているうち
に、輪転機が売れるとひらめい
た。まだコピー機など夢想もされな
かった時代だ。

当時、その部門で最高のメーカー
と言われたのはドイツのゲーハー社

だった。旧西ドイ
ツのハノーバーで
開かれた国際事務
機展示会に行き、
ゲーハー社の輪転
機とオフセット
印刷機の日本総
代理店契約を締結
した。

当然、ドイツに
送金しなければ
ならない。ところ
が当時、人形町に

あった銀行の支店は外国為替業務に疎
かった。困っていると、東京都民銀
行がドイツへの送金業務を引き受け
てくれた。東京都民銀行とは、それ
以来の付き合いになる。

貞一郎氏は1972年にはイギリ
スに渡り、ビジネスエイド社の製本
機の日本総代理店になった。この時
も、英語がわからず苦労したようで、
息子の邦弘氏には「語学の大切さ」
を説いた。

「そのまま引き継ぐなら 帰ってくるな」

貞一郎氏の息子、邦弘氏は大学を
卒業すると大手筆記具メーカーに入



「クラフト・デザイン・テクノロジー」ブランドの商品

社。アメリカ法人勤務になり、実用
英語を身につけた。邦弘氏はその後、
オフィス・コンピュータ大手への転
社を経て、ミヤギに入社した。

ミヤギがアスクルの事業開始と同
時にエージェントになったのも、ア
メリカでのビジネス経験が「通信販
売の威力」を実感させていたからだ
ろう。

1994年に邦弘氏が4代目の社
長に就いた。新社長は、今まで通りの
消耗品御用聞きビジネスは、アスクル
のようなネット通販にとって代わら
れる、という危機感を持った。これか
らは文具や事務用品はもちろん、ユニ
フォーム、家電製品、防災関連品……
オフィスで必要な物なら何でもお聞



MUCCO 店内

い合わせただけの会社」に変わっていき必要性を感じた。現在は、オリジナル企画品、DM宛名ラベル貼りや、ノベルティ商品とパンフレットのセッティング、さらには全国各支店への配送手配まで代行する。

これに関連することだが、ミヤギを含む大手の文具具販売企業が共同出資して設立した協同物流会社ジョブステスクに、すべての在庫管理、配送業務を委託した。物流経費を抑

えるには、物量を増やすことが一番という発想だ。

2005年からは、モノ作りを通じて、より快適な空間の創造を提案するブランドとして「クラフト・デザイン・テクノロジー」の設立に参画した。日本の伝統的な色彩、匠の手による制作にこだわった商品だ。

例えば1本5000円のハサミは、左利きの人も使えるユニバーサルデザインとなっている。これらの商品は文具店ではなく、デパートの高級メゾングッズの売り場やライフスタイル店で売られている。こだわりのあるお客様を狙った商品なのだ。

地下鉄の人形町駅と水天宮駅を結ぶ通りに面して、ミヤギの小売店である「MUCCO」がある。外から見える棚に並んでいるのは「人形町ハンカチ」。「明治座と水天宮がある



人形町ハンカチ



人形町からくり櫓の向かい側に「MUCCO」

人形町には老舗が多いが、食べ物以外のギフト品となるとないので、そこで人形町を思い出し出してもらえような記念の品をつくらうと考えるできたものです」と邦弘社長は言う。

すき焼きの「人形町今半」や軍鶏料理の「玉ひで」など、人形町の有名人気店の協力を得て、その店の象徴となる図柄が入っている。

店の地階にはのし袋が何十種類もある。伝統的なデザインから、アツと驚く新スタイルまで。そういえば、のし袋も広い意味では「畳紙」の一種だ。大切な物をくるむ和紙なのだから。

ところで5代目はどうなるのか。

「いま、筆記具メーカーに修行に出しています」と邦弘社長。「新しい展開を考えて帰ってくるように言っています。ここをそのまま継ぐつもりです。



MUCCO 店内、たくさんののし袋が並ぶ

りなら、帰ってくるなど」なるほど、ミヤギの伝統はこうして昔からつながり、今につながる、ずっと引き継がれていくのだ。

(にしはら かつひろ)

株式会社ミヤギ

- 代表取締役 宮城邦弘
 - 創業 大正3年7月
 - 設立 昭和22年7月
 - 資本金 9100万円
 - 従業員 61名
 - 売上高 35億円
 - 事業内容 記念品・ノベルティ商品、オフィス環境レイアウト、社内ネットワーク・セキュリティ構築の提案・販売、文具事務用品・オフィス家具・システム関連機器・防災関連商品・オフィスウェアの販売
 - 本社 東京都中央区日本橋人形町2-4-3
 - 電話 03-3662-6811(代)
 - <https://www.miyagi-net.co.jp>
- (東京都民銀行 東日本橋支店会員)