

内外地図株式会社 代表取締役社長

五本木秀昭氏



人を育て、 人のために、 地図で社会課題を 解決する

1948年の創業から、地図業界の最前線を走り続けてきた内外地図。デジタル化の影響もあり市場が縮小するなかでも、着実に事業を成長させている強みと戦略を4代目社長、五本木秀昭氏に聞いた。

情報が一番大事!!

—— 地図業界というと、Google Mapなどの影響で大変厳しくなっている印象がありますが？

五本木社長 おっしゃる通りです。

無料で使えて、新しく道ができればすぐ更新される地図アプリケーションの登場で、業界としては、地図を個人のお客さまに買っていた代金がとても難しくなりました。

国土地理院の地形図は、最盛期の1980年前後は年間1000万枚近く売れていましたが、いまは20万枚。地図アプリだけが原因ではありませんが、約50分の1に落ち込んでいます。会社数も、地図制作会社が所属する地図調製技術協会の加盟数は昭和の終わり頃に100社あったのが、いまは20社もありません。

—— 御社は20社のなかの1社ですね？

五本木社長 そうなれたのも、主なお客さまが個人ではなかったからです。当社は地図会社のなかでかなり早い創業だったこともあり、農林水産省や国土交通省、環境省といった官公庁とお付き合いができ、現在に至るまで官公庁が主な取引先なので

す。そのため、地図アプリに大きく影響を受けることはありませんでした。

どういうことかという点、たとえば国土交通省が市街地を再開発するとなった場合、地図に求められるのは都市や道路の位置や名前だけでなく、山や川を含めた地形、またそれらがどういう成り立ちであるかです。特に都市の中心部はアスファルトで地表を固めていて、その下が安定した地盤かどうかわかりません。山を切り崩した切土なら地盤は強いのですが、窪地に土を盛った盛土ならば地盤は弱くなる。こういったGoogle Mapではわからない情報を、当社は提供しているのです。また、官公庁がお客さまだったお



かげで国の政策や社会状況の変化といった情報が先取りできたため、同業他社が国の方針が変わるたびに対応に追われるところを、我々は数年先んじて準備ができた点は大きかったですね。

——情報が勝負の分かれ目だった?

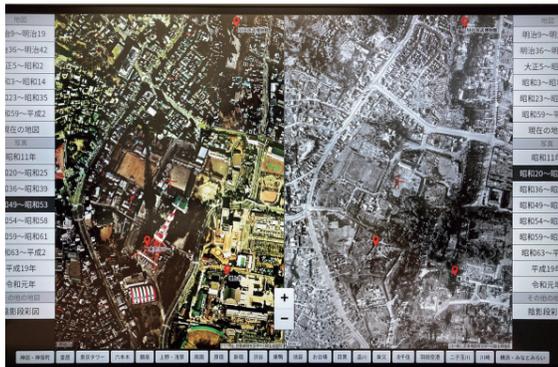
五本木社長 情報は一番大事ですね。デジタルへの対応の早さも、そのおかげです。アナログの時代は1枚の大判の地図をつくるのに、小さな地図をタイルのように貼り合わせてつなげるという非常に専門性の高い特殊技術が必要でした。しかし、2000年くらいからコンピューターで地図をつくるようになると、その特殊技術がソフトウェア上で誰でもできる技術になり、アナログの特殊技術にこだわり続けた会社は立ち遅れてしまったのです。

一方で当社は、官公庁から「鉄道を敷きたい」「ダムをつくりたい」「トンネルを掘りたい」とさまざまな要望

キャリアが見えるマップを作成

——今後、会社をさらに拡大していくための課題はありますか?

五本木社長 〃ですね。内外地図は、地図好きの人たちが集まってくる会社です。真面目な社風で、地図をつくる〃という点では本当に優れていると思います。ただ、地図アプリが浸透したことであるんな分野で地図が使われるようになり、今後は単なるナビゲーションではない地図の楽しみ方やビジネスが次々と出て



内外地図イベントスペースに設置されている大型タッチパネル時層地図
図：明治から現代までの時間を軸に、東京の変遷を知ることができる

をいただいて、「それにはこういう地図が必要だ」と提案して、何度も打ち合わせをしながらオーダーメイドで地図をつくりまします。そんなふうで官公庁と関わるなかで、地図もデジタル化が必要になってくるといった話が出たりして、そこに早く対応できた。私が入社した1986年には、先代がすでにコンピューターで地図をつくる子会社をつくってしましたからね。

——お客さまの要望を叶えるために、得た情報をすぐに地図事業に活かしてきたということでしょうか?

五本木社長 そうですね。最適な提案をするために、必要なことにはすばやく対応してきました。創業当時からずっと「社会課題を地図で解決していく」という信念を持っていることも、内外地図が淘汰されずに、20社に残っている大きな要因だと思います。

くと予想しています。

当社も、そういった地図の新しい使い方への取り組みをしていかなければなりません。

そのためには、全社員で社会のさまざまな課題を、地図や空間情報を活かしてどう解決できるかを議論していく必要性を感じています。そこで社員には地図づくりに没頭するだけでなく、もう少し主体的に外の世界に興味を持ってほしいのですが、なぜそうしないといけないのかを腹落ちさせるのにとっても苦労していますね。

みんな技術は持っているのですから、世の中の状況にもう少しアンテナを張って、「どんどん自分たちが課題解決に貢献していくんだ」という気概が出てくると、さらによい会社になると思っています。

——いま、どの中小企業も人の定着や採用が課題といいますが、その辺りはどうでしょうか?

お客さまからの情報で、競合他社に先んじて準備ができた



SDGs探究マップ 京都・奈良

通常の観光案内にプラスしてSDGsの視点で考えるヒントが掲載されています。当時あつた出来事を今のSDGsの観点に当てはめている古都ならではの内容となっております。

事前・旅中・事後 深い学びをこの1冊で

事前学習 旅中 事後学習

SDGs探究マップ 修学旅行でSDGsを学べるスポットが一目でわかる地図 京都広域・中心 奈良全国・中心の計4枚のマップ入り

修学旅行 x SDGs学習

SDGs探究マップ 修学旅行でSDGsを学べるスポットが一目でわかる地図 京都広域・中心 奈良全国・中心の計4枚のマップ入り

修学旅行 x SDGs学習

SDGs探究マップ 修学旅行でSDGsを学べるスポットが一目でわかる地図 京都広域・中心 奈良全国・中心の計4枚のマップ入り

修学旅行 x SDGs学習

SDGs マップ京都・奈良：SDGsの視点で観光できる新しい試み

まの働き方に合っていないかったり、この会社においてどう自分が成長できるのかイメージしにくい状態にあったことが挙げられます。

そこで、社員に「10年後、自分たちが勤めたい会社とはどんな会社ですか?」とヒアリングして、その会社を実現するために必要な教育制度や人事評価制度をつくり、定着率の向上を目指しています。

教育制度については、「入社1年目でここまで成長できま

す」「3年目はこういう技術を習得してください」「10年目ではこの資格の取得」といったキャリアマップを作成したので、そのマップを実現するための教育プランをつくっています。

また、マップに人事評価制度や給与制度を結びつけているので、どう



なれば年収がどのくらい上がるというのも見えるようになりました。

この仕組みが定着率アップにつながるかはしばらくたないといけないと思いますが、中期経営計画でこの3年間は土台形成期と定めており、2022年は新卒を7名採用しました。来年も7、8名の採用を予定しています。

新規開拓よりフォローアップ

— 官公庁含めお客さまにどのよう
営業をしているのですか？

五本木社長 昭和の時代は、それこそ訪問すれば必ず発注してもらえら
ぐらい仕事が増れていたのですが、営業
社員が10人いましたが、いまは3人
ぐらい。

7、8年前に、新規開拓営業をする
よりは、納品した後のお客さまをフォ
ローアップし、リピートの注文をも
らうほうがよいと考え、そちらに重
点を移してから好循環に変わってき

ました。100人を新規で開拓する
のではなく、10人のお客さまを大切
にしてファンになってもらい、その
10人に10人のお客さまを紹介いた
だくという営業ですね。

また、印刷屋さんやデザイン屋さ
んができる仕事とは一
歩距離を置いて、地図
会社の特徴が出せる仕
事に絞っています。地
図屋にしかできない仕
事を選ぶことで、価格
競争力が高まりました。

— 五本木社長は、社員
そしてお客さまと、人
を大切にされています
ね？

五本木社長 私はずっと営業畑で
育ってきたので、常に人と関わりな
がら仕事をしてきました。ですから、
「お客さま、そして社員という人
を一番大事にする」。そういう思いで
経営しています。

地図会社の特徴が出せる
仕事に絞り、
価格競争力が高まる



内外地図を支える五本木社長と田中雅弘専務

内外地図株式会社

【本社】東京都千代田区神田小川町三丁目22内外地図ビル

【創立】1948年 【従業員数】38名

【事業内容】国土交通省国土地理院発行地図全国発売元／システムソリュー
ション事業（システム開発、保守管理等）／マップソリューション事業（地図調製、
情報処理、測量・調査等）／販売事業（地図・地図関連商品の販売等）

きらぼし銀行 神田中央支店会員