

株式会社ミヤギ
代表取締役
宮城邦弘氏

「グノー」はない。
お困りごとは何でも解決する
オフィスの
トータルアドバイザー。

文具事務用品の販売、オフィス移転、DXの提案などで、
お客さまの事業に貢献しているミヤギ。親子四代、111年。事業が続いた秘訣は、
「歴代社長が皆チャレンジ精神を持っていたこと」だと、宮城邦弘社長は言う。

店舗は会社の「顔」

—— 御社が運営する雑貨店「MUCCO」
に伺ったのですが、和風の雑貨やオリ
ジナル商品を海外の人がたくさん購入
していました。

宮城社長 人形町には明治座や水天
宮があるため、インバウンド観光客
が多いのです。和をモチーフにした
雑貨が売れていますね。

とはいえ、 「MUCCO」と
その裏にある文房具店を合わせた売
上は全体の3%ほど。

当社の主力事業は法人に向けた
サービスで、売上の5割を占めるの
が、オフィス用品の法人販売です。
文房具やコピー用紙、お茶や水など
の食品、防災用品をお届けしてい
ます。直接販売する売上に加えて、
1993年から販売代理店を務めて

いるアスクルの売上もあります。

そして、売上の3割を占めるのが
お客さまの要望に応じてオフィスづ
くりを行う「オフィス環境事業」に
よるもの。設計・デザイナーが6名
在籍しており、オフィスのレイアウ
トの提案や家具のリニューアル、移
転作業を行っています。

残りの2割は、ネットワーク環境
の整備やソフトウェアの提供をする

ICT事業です。こちらも専門の部
署を立ち上げており、テレワークを
導入する際のネットワークセキュリ
ティーの構築やICTソリューション
の提案をしています。

このように、オフィスにおけるお
困りごとなら何でも対応する当社を
一言で言うならば、「オフィスのトー
タルアドバイザー」ですね。

—— 売上の割合が少なくても、店舗を

持つ理由は？

宮城社長 文房具や雑貨の店舗で、人形町を盛り上げたいという気持ちがあります。

この辺りは、食べ物以外のお土産になるような商品を扱うお店が少ないのです。人形町のお土産といえる商品を提供することで、地域に貢献したいと考えています。

その一つが「人形町ハンカチ」です。すき焼きの名店「人形町今半」や鳥料理の老舗「玉ひで」といった人形町を象徴する柄が入ったハンカチで、買った人やもらった人が「人形町を思い出したり、足を運ぶきっかけになるように」という思いで開発しました。

私は人形町生まれで、ミヤギも1923年に移転してからずっとこの地で商売をしています。店舗というリアルな接点を持って、地域を盛り上げたい気持ちは常にあります。

店舗があると、近隣を営業でまわったときに、「あそこにお店があるミヤギさんね」と言っていただけなど、お客さまに安心感を与えられる

メリットも感じています。店舗は「会社の顔」ですね。

新事業のヒントは お客さまがくれる

——「ミヤギ文房具」というイメージがありますか？

宮城社長 文具の取り扱いを始めたのは私の先代の三代目なのです。

ミヤギは「畳紙」という「着物の包み紙」の販売からスタートしました。二代目は顧客のニーズに合わせたオリジナルデザインの箱や、使いやすいよう工夫した「文庫紙」多当紙を開発。そして、三代目は文具の取り扱いを始めただけでなく、外国製の輪転機を企業や学校へ輸入販売する代理店事業も始めました。

四代目の私はというと、クラフトデザインテクノロジーという文具を製造する会社を立ち上げました。

モダンかつ大人が持てる落ちついたデザインが特徴で、蔦屋書店さまやMOMAさまなど、デザインへの感性が高いお客さま向けの店舗で多

く取り扱っていただいています。海外25カ国のセレクトショップ、アーティミュージアムショップにも展開しています。

——歴代の経営者が新しい事業を展開しているのが、強みですね。新事業を立ち上げる決断の基準はありますか？

宮城社長 ミヤギには創業者から「自社でしか扱えない商品をつくらう」

できるかわからないことも、
全社で力を合わせて
解決します

「よそにない商品をつくらう」という挑戦するDNAが脈々と受け継がれていると思っています。

特に新事業を立ち上げるための基準やルールはありませんが……新しい事業創出のヒントは、お客さまが教えてくれると実感しています。

例えば、「人材確保や従業員エンゲージメント向上策としてのオフィスリニュー

アルはどうしたらよいか」「サイバーセキュリティ対策にどう取り組むべきか」など、お客さまがお困りごとを抱えているときに「ミヤギさん、できますか？」と相談されたら、我々は常に「イエス」と答えます。『ノー』はない。

もちろんできないこともあります。が、できるかわからなくても、「やります」と言って会社に持ち帰り、全社で力を合わせて対応します。過去に、あるお客さまから「新年会で金の屏風を使いたい」と頼まれて『イエス』と言ってきた営業社員がいました。「どうやって仕入れるんだ？」と聞くと「わかりません、助けてください」と言うのです（笑）。何とかみんなで探して納品できましたが、そういった経験と実績、信頼が新しい事業を生むのではないのでしょうか。

仕事は楽しい!!

——社長の入社が1986年ですから、バブル崩壊やリーマンショックなどさまざまな危機を、先代と乗り越えてき

たのではないのでしょうか？

宮城社長 バブル崩壊は大変でした。それ以前は好景気でお客さま自身の事業が拡大していたため、当社の売上も右肩上がり。しかし、バブル崩壊の影響でお客さまが廃業したり、事業規模の縮小を余儀なくされたことで、売上が大きく減少しました。このときまで、毎週同じお客さまを訪問して、注文をもらって商品を届けるだけの「御用聞き営業」でしたが、そのスタイルでは、売上は減る一方。1994年に、先代から社長を引き継いだときは、業績がとて苦しい状態でした。

——どのように立て直したのですか？

宮城社長 御用聞き営業から、提案型営業へとシフトしたことが、功を奏したと思います。

まず行ったのは、営業社員に情報を開示してもらうこと。バブル以前は、営業社員がいつでも何をやっているか、会社側が把握していませんでした。営業社員に任せきりでも、十分に売上があったのです。



MUCCOは2016年にリニューアルオープン。筆記用具だけでなく、手拭いや和風の小物などが並ぶ。贈り物にぴったりな品も。多くの外国人が立ち寄る。



CDT（クラフトデザインテクノロジー）社では、例えば、ハサミは岐阜県関市の刀職人がつくり右利きでも左利きでも使えるといった、機能性とデザイン性が優れた文房具を開発している。



お客さまに寄り添い、理想のオフィス空間をつくっている。



赤字という危機を社員が乗り越えられると信じていました

宮城社長 「全社員が明るくおもしろい心を持ってすごそう」という方針で経営しているのですが、「ミヤギの社員は、赤字という困難を助け合いながら乗り越えられる」と信じていました。

仕事ですから苦しいことがあるのは当然で、それを乗り越えた先にある「楽しさ」を一度味わうと、次の高い壁にも「よし、やるぞ」とチャレンジできると思うのです。

これは私の経験に基づいた考えなのですが、大学卒業後に就職した文具メーカーで「アメリカで飛び込み営業をして

こい」と指示がありました。しかし、当時の私は全く英語がしゃべれない。

当然のごとく、3カ月ほどは毎日断られ続けて全く売れず。でもある日、一人の女性が話を聞いてくれて、ペンを買ってくれたのです。

その1週間後、その女性から会社に手紙が届きました。「英語がほとんどしゃべれない日本人スタッフが、

しかし、売上が減少しているのですから、そのままにはできません。彼らの働き方をきちんと把握したうえで、ただ注文を受けて商品をお届けするのではなく、お客さまのお困りごとを聞いて、それに対してミヤギには何ができるのか。自分なりに考えて提案をしようと、営業社員を説得していききました。

もちろん最初は反発もありましたが、粘り強く言い続けましたね。そしてもう一つ、社員に「赤字なんだ。黒字にしないと、会社が潰れてしまう」と正直に伝えました。

それまで、会社の細かい数字を社員には開示しておらず、社員は数字を知らないため、「バブルが崩壊して売上が落ちてても、たいしたことはない」くらいの認識で、危機感が全くなかったのです。

実際の数字を知った瞬間、「このままではまずい」とみんなの目の色が変わり、全社が一丸となって提案型営業をしたことで、経営が上向いていきました。

——社員に赤字を伝えるのは、勇気が必要だったのでは？

熱心にペンをすすめてくれました。彼の熱意に感動しました」と。心が折れそうな毎日でしたが、頑張っただけでいいことがあるな、仕事って楽しいなと思いましたね。

——素晴らしい体験ですね。

宮城社長 特に若い頃に、こういった経験をすると、自分に自信がつくものですよね。積み重ねてきた自信が、経営者として苦しいときの自分を支えてくれたと思います。

これからの時代を担う若い人材にもぜひ、壁を乗り越えてこそ味わえる仕事の楽しさに、気がついてほしいですね。

株式会社ミヤギ

【本社】東京都中央区日本橋人形町2-4-3

【創業】1914年

【従業員数】60名

【事業内容】文具事務用品、オフィス家具、オフィス移転・リニューアル、ICTソリューション、社内インフラ及びセキュリティ関連、防災防犯・パンデミック関連商品 など

きらぼし銀行 東日本橋支店会員