第102回エコール春の大見本市
ワークショップBコース講演会

# うちの営業車を見ただけで幸せになれるそんな会社を目指しています

講師　株式会社ホリタ 代表取締役社長
**堀田敏史氏**

本年１月に開催された、エコール大見本市ワークショップでの、堀田敏史社長による講演です。いかに地域で認知されるかということや、文具販売業としての使命感等について、熱く語っていただいています。

## 文具に誇りを持って商売をしていこう

昨年、当社は創業65年を迎えました。福井市に本社を構え、パートさん含め34名の社員構成で、小売と外商を行なっています。もともとは駅前で本と文具を販売しておりましたが、２０００年に80坪の文具店を郊外に出店したことが大きな分岐点となり、その後、私が会社に戻ることに。２０１４年3月、隣の坂井市にも３００坪のＨＯＲＩＴＡ春江店をオープン。１年半前に私が代表に就任しました。

それまで私は証券会社の営業を行なっていました。福井に戻ってきて店頭に立ち、初めて売ったのがトンボ鉛筆さんのＭＯＮＯ消しゴムでした。その時お客様に「ありがとう」とお礼を言われたのが衝撃でした。証券会社にいた時は、お客様に「ありがとう」と言われることがほとんどなかったことにこの時気付きました。うちの店までわざわざ来ていただき、しかも現金で買っていただける。さらにその上「ありがとう」と感謝していただける。なんとありがたい商売かとこの時思いました。

私は社内において、“「文具」は「文化を支えてきた道具」という言葉の略だ”と繰り返し言っています。平安時代の貴族の絵を見ると、木簡という当時のメモ帳を持っています。こんなにロングヒット商品だらけのカテゴリーは、あまりないと思います。今流行している携帯電話やスマートホン、パソコンなどはここ20年ぐらいで登場した商品ですが、文具は何千年、もしかすると何万年も遡れる。世の中の文化を作り上げるにあたって大きく貢献してきたのが文具だと思っています。みなさん、高尚な文化用品を取り扱って世の中に送り出しているという自覚と誇りを持って仕事をしていただきたい。私自信、極力そうしようと思っています。

こういうプライド、使命感を社員全員が持っていたら、価格とか場所とか、需要とかといったことは関係ない気がしています。色々な経営者の方にお会いしてお話を伺うことが多いのですが、その土地に行って感じることが、その地域の文化水準、教育水準をその文具店が下支えしているということです。文具は民度に大きく影響すると思っています。地域に根ざしたインパクトのある文具店があれば、地域自体の文化水準が上がっていく物なのです。

## 地域にインパクトを与え潜在的な客層を掘り起こす

地域のマーケットという視点から、他にどういう販売ルートがあるかと考えると、雑貨店、１００円ショップ、コンビニエンスストア、ドラッグストア、大手商業施設の文具売場、ネット販売、物流業界などがあり、それぞれを調べてみると「自分たちよりもお客さんに評価されている会社、しかし、そっくりそのままを真似をしても仕方ないので、自分たちなりにアレンジしながら研究していかないといけません。また、文具業界の中だけでくくって物事を考えてはいけないとも思います。なぜなら消費者の財布はひとつだからです。消費者がわくわくしたいなと思った時にいかにその選択肢に文具を入れてもらえるか、そしてホリタを思い出してもらえるかというところがカギだと思っています。市場の縮小は止められませんが、自分のエリアにおける消費行動を変えることはできると思っています。

究極はその土地のソウルフードになれるかどうかです。皆さんは「8番らーめん」をご存知ですか？　北陸の人は誰もが知っている、国道8号線沿いにあるラーメン屋さんです。これはもう美味しいのかどうかはよくわかりませんが、地元の人であればむしょうに食べたくなる、そういう存在です。「ホリタに行かないと気持ち悪い」というようになりたいと思っています。

１００円ショップの売り上げトップ10のうち、8～9個は文具です。ネット通販で男性が買うもののナンバーワンは書籍と文具です。しかもコンビニでは、あんなに過当競争を繰り広げているのに一棚必ず文具があります。これは我々にとっては悪いことによう思えますが、これだけ色々な所で売られているということは、それだけ世の中から必要とされていて、それだけ文具というもののポテンシャルが高いのだと考えるようにしています。

## お客様に喜んでもらえば数字は後からついてくる

やり方によっては地域にもっと貢献できるし、思い出してもらえる確率もまだまだ上げられます。「他の競合と較べて自分たちは何をもって喜ばれる可能性があるか」という視点で経営をしていきたいと思っています。

そのため、「売上高」という言い方を「喜ばれ高」という言い方にしようということもずっと言っています。お客様が求めているのは文具ではなくて、その先の価値です。ホリタとその商品にワクワクして、便利と思ってもらえれば、売り上げは勝手に上がっていくはずです。そのために「喜ばれ高」という言葉を社内で広めようとしているわけです。徹底的に「お客様の立場だと現状はどうか？」ということにこだわってやっていこうと思っています。

また、経営発表会ということも実施しています。社員、パートさん全員とメーカー、卸の方、経営者仲間の方とかにも集まってもらい、今年はこういうふうにしますという私の考えを発表しました。当社は7月決算なので、8月に実施しています。初めて社員の前で「僕はこういうようにしたい」といった時は「はあ？」という顔をされたものですが、それからずっと言い続けていたら社員の眼の色が少し変わってきたような気がしています。どんどん顔が引き締まってくるので面白くて仕方がない。うちで働いてくれているスタッフたちが世の中に誇れるようになってくれることを切に望んでいます。

人が全てと思っています。人に幸せを与えることを喜びだと感じられる人に働いてもらいたい。そういう社員になってほしいと思っています。そうすることで勝手に人に幸せを与えられる企業になるというわけです。最終的には、営業車を見ただけで幸せになれる、店に入っただけで幸せになれる企業を目指したいと考えています。

**地域に幸せを与えられる企業を目指していきます**