



NBC PLUS+

vol. 102

社員の個性

社員の力が未来を切り拓く

こんなに楽しくって エージェンシー？

弊社は創立45年、社員数は41名。

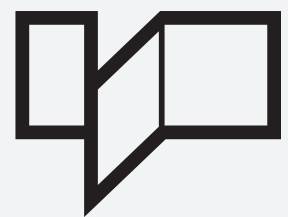
業界では少し珍しい人数がわりと多めの広告デザインの会社。どんなデザインができるかはwebサイトを見ればわかる時代になりました。どんな物が作れるかよりも、どんな人と何を作るか。そんな事も考えられる素敵な時代でもあります。弊社が自信を持って世に出せるもの。それは「人」。デザインってセンスで成り立っていると思われがちですが、そんな事は全然なくて。お客さんと良く話し、聞いて、考えて、調べて、見て、作って、答えを一緒に探していく。広告デザインってそんなお仕事なのです。それなら楽しくやりたい。会社の何が楽しいのかって、それは何でもやって良い所。社員が考えた事をほとんど社長はNOと言いません。ママチャリレースに出場したり、40周年の時には運動会をやったり、球技大会もやりました。デザインのコンペも多い会社です。社内では共通通貨「KAGCコイン」なるものが出回っています。社員一人一人がみんなそれぞれの考えを持っているからこそ



いろいろな個性が詰まってて、それが楽しいのかもしれない。

PROFILE

会社名	株式会社木村エージェンシー
代表者名	代表取締役社長 荒井 大輔 氏
社員数	41名[役員含](2022年2月時点)
創業・設立	1977年
資本金	1,000万円
事業内容	広告代理事業、広告やウェブサイト・動画などの 各種コンテンツ制作および企画
所在地	〒060-0808 札幌市北区北8条西6丁目2-20



KIMURA AGENCY
Co., Ltd.





株式会社 木村エージェンシー
代表取締役社長 荒井 大輔 氏

北海道札幌市生まれ。建築デザイナーを目指し
建築事務所に入社後、間もなく某都市銀行の破綻により
リストラ&就職難という事態に陥り、グラフィックデザインの道へ
転向することになるも、印刷会社の営業に。
1999年、木村エージェンシーに入社。
デザイナーとして働き始めるが、徐々に
営業・マネジメントといった業務にも携わるようになる。
あらゆる業務を統括する本部長職を経て、
2015年に代表取締役社長に就任。
“社員ファースト”の経営を貫きつつ
「誰もが社長になれる」会社を目指す。

目の前に提示された仕事を、全力でこなしていく。
それだけで会社が機能していた時代があった。

文・NBCケループ

北海道札幌に本拠地を置き、東京
は新宿にも拠点を構える株式会社木
村エージェンシーは、1977年創
業の老舗デザイン制作会社である。
40年を超える歴史を通じ、創造性と
技術力を武器に、全国規模の広告デ
ザインワークをこなし続けてきた確
固とした実績を誇る。

グラフィックデザインを中心に
ウェブデザイン、動画制作、SHOP
デザインなど、年間1800件を超
える制作案件に携わっているが、見
た目に一切の妥協をしないことはも
ちろん、顧客がどのような悩み・課題
を抱えているか、どういった解決策
が必要かを顧客以上に考え、明確な
道筋を提案していくプロ集団として
知られている。

同社の武器である洗練されたクリ
エイティブティをさえ、今も続く企
業的な成長を後押ししているのは、
スタッフの「人間力」だ。

「うちの社員はね、みんなユニーク
だしセンスもいんですよ。」と荒井
社長は胸を張る。

荒井社長が木村エージェンシーに
入社したのは1999年。20世紀が
終わりを告げる直前。バブル経済崩
壊やアジア通貨危機の余波の残る、
日本経済にとって「暗黒」ともいえ
る時期の真ただ中のことだった。
荒井社長は、今につながる第一歩を
踏み出した当時を淡々と振り返る。

「当初は、建築デザイナーを目指し
て建築事務所に所属してしまいた
が、バブル崩壊のおおりに受けて一
度、職を失いました。

印刷会社に新たな職を得て、グラ
フィックデザインの世界に足を踏み
入れましたが、立場としては営業職。
それが、木村エージェンシーに入社
するまでの職歴です。

木村エージェンシー入社にあたり
て、特別なコネクションがあったと
いうわけではありません。新聞広告
で見つけ、興味を持ったのがきっか
けです。」



当時、若干21歳。求人広告には「25
歳以上」との条件が記載されていた
が、そこは勢いで押し切った。おおよ
かな時代背景もあってか、何の問題
もなく入社を許可された。

「入社してすぐに与えられたのは、デザイナーとしての仕事でした。当時、ある大口クライアントから落ちてくる仕事がほとんどで、そこに木村会長が取ってくる案件も加わってくる。専従の営業マンはいなかったはずですが、やることはいくらでもありました。」

数々のデザイン案件をオーダーしてくれた大口クライアントの存在もあり、仕事は途切れることはなく、会社自体が困窮するような心配はなかった。そんな環境下にあつて、荒井氏はデザイナーとしてのスキルを磨きつつ、やがてマネジメントの面でも奮闘を余儀なくされるようになる。

入社して数年後、すでに自身のデザイン業務だけでなく、一部の営業業務や後輩スタッフのマネジメントなども、任されるようになっていた荒井氏は、会社全体を俯瞰して把握するような立ち位置にいた。創業者である木村宏氏から、会社のビジョンや経営視点の意見を求められることもあった。

初代社長である木村氏は、積極的に陣頭指揮を執るタイプではなく、現場に権限移譲し、社員の自立・自走

を促す創業者には珍しいタイプの経営者だった。荒井社長は当時を振り返る。

「とにかく忙しかった。大口クライアントの期待に応えなくてはならなかったし、それ以外の案件も結構ありましたから。加えて、多忙な状態のなかで若い社員の面倒も見なかったというのもあります。環境を整えるのを優先するという選択肢もあったのかもしれませんが、正直、忙しくてそれどころではなかったというのが本音です。」

数多くのミッションを並行してこなし続けることで、荒井氏はあらゆるスキルを磨き上げ、同時に取引先をはじめとする周囲からの信頼も獲得していった。

転機は突然訪れる。かつて荒井氏の直属の上司であり、2代目社長だった人物が、急逝したのだ。初代社長で当時会長職にあつた木村氏が代表取締役会長に就くものの、荒井氏は、本部長に任命される。

執行部からの信頼も厚かった荒井氏は、これを機に周囲から会社の行く末を責任者として考える立場とみなされるようになった。



「なんとか現場をまわしていくなかで、周囲の取引先などから『社長になれよ』と声をかけられるようなことはありませんでしたが、私自身あまりピンときていませんでした。まだ若かったというのもありますし、それどころではないと感じていた。自分がやっている仕事と、会社の経営は別物だと思っていたんです。」

そんな変革期にあつて、荒井氏の多忙さは加速度を増していく。東京への進出の機運が高まってきたのだ。

「まず、当時北海道で関わっていた大きな案件が終了することになり、それがかなりのダメージをとまなうことがわかったんです。だからといって、簡単にリストラをするわけにもいかない。社員を守り、商圏を広げる意味でも、東京に出る必要があると思います。」

そんな折、ある取引先からの依頼で、東京でまわしている案件の赤字を解消し、黒字化するというプロジェクトに携わることになったんで

荒井社長は、身につけた自身の経営スタイルについて「完全に自己流です。」と言い切る。入社以来、何をすべきか、どうすれば生き残れるかを考え、ひたすら走り続けて得たものがベースにあることは間違いない。さらに、本部長として現場を取り仕切りかじを取ってきた経験が、現在の荒井社長の基礎になっている。

しかし、30代になった頃の荒井氏はまだ、のちに社長となる自分の将来を具体的に描いてはいなかった。



す。聞くところによると、外国人の方を含む60名あまりのスタッフが業務に関わっている。単純に、人員を削減して無駄を省けば黒字化できるだろうと考えました。

結果からいえば、半年から一年をかけて、十数名の人員でその案件をまわせる体制をつくりあげ、なんとか黒字化にこぎつけました。与えられたミッションを完遂したことで東京でも認められ、本格的な東京進出の足掛かりができました。」

2013年の東京進出は、持ち前のバイタリテイで、一定の成果を上げることにはつながった。しかし、代償も大きかった。新拠点を設け、精鋭を送り込み、当時ではさほど普及していなかったテレビ会議システムを常時接続し、限りなく一元管理に近い状態を保った。荒井氏自身は頻繁に東京と札幌を行き来し、両拠点

で指揮を執った。荒井社長は当時の様子を「とにかくハードだった。」と回想する。

「なんとか東京での事業を成功させたいと思いつつも、無駄な人員を割く余裕はありません。私自身、現場で手を動かすことはもちろん、営業・総務・経理・人事と、あらゆる業務をこなさなければならぬ状況が続き、首がまわらない状況でした。」

また、当初のメイン業務だった、赤字事業を黒字に転換するプロジェクトが想像以上にヘビーだったこともあり、徹夜が続くこともざらにありました。

そういう労働環境でしたから、多くの離職者が出たのも事実です。そんななか、東京の問題がひと段落して札幌に帰ると、今度は札幌がパニック状態になっている。その繰り返しでした。」

「会社を守る」「社員を守る」。
そのために選んだ
社長就任という選択肢。

二拠点を指揮しながらのマネジメントは、熾烈を極めた。優秀なクリエイティブ集団としてクライアントのニーズに添えてきた木村エージェンシーではあったが、唯一のウィークポイントを挙げるとすれば、多忙さのあまり、ロングスパンでビジョンを構築し、綿密なプランに沿って自社のビジネススタイルを進化させていくという視点に欠けていた「ことだろう」。

荒井氏は本部長時代、その欠点を埋めるべく奮闘していた。経営について学んだ機会もなく、元は現場スタッフとして同社にジョインした荒井氏には、自らの経験値しか頼るものはない状況。だが、目の前のやるべきことをひたすらこなしながら、会社の将来のために労を厭わず周囲をサポートする姿勢は、知らず知らずのうちに、荒井氏なりの経営ノウハウを形づくることになったようだ。

「実は東京進出が具体化した頃から、社長になる」というビジョンが徐々に固まってきました。『なりたない』という感情ではなく『すべて背負わなくちゃならないな』という想いが強かったかもしれません。現場仕事だけでなく、マネジメント面、経

営面でも私が処理すべき業務が増えています。その部分を他人任せにするわけにもいかないと思っていましたから。」

創業者である木村氏を除いて、いわゆる「経営のプロ」はいない。なぞるべき明確な指針も見つからない。それを逆境と見るか、自由な環境を与えられたと見るかは意見の分かれるところだろう。どちらか問えば、「ビジネスパーソンというより、職人」に近い人材が大半を占める社内にあつて、本業ではない「経営」の部分にタッチできるスタッフを育成する必要もある。荒井社長は、社長となることを決意した頃の心境について「腹をくくった」と表現する。

しかし、それは決してネガティブな言いまわしではない。かつて東京での大規模なプロジェクトを成功に導いた経験、ひと筋縄ではいかない二拠点管理を、一人で何役もこなしながら軌道に乗せた経験は、少なからず荒井氏の自信を育んだ。「腹をくくってぶつかれば、できないことはない」という確たる思いが荒井氏を後押ししたのだ。

そして2015年、荒井氏は代表取締役社長に就任した。マルチタ

株式会社木村エージェンシーの

激動史

— SINCE 1977 —

経営を学ぶ機会もないまま、荒井氏が社長就任。役員会の在り方、社員のモチベーションアップについて試行錯誤を繰り返す。

前職は印刷会社の営業職であった荒井氏が入社。

1999. 荒井大輔氏が入社

1992. 『株式会社木村エージェンシー』に社名変更

1987. アートルーム開設

1983. 第一事務所設立

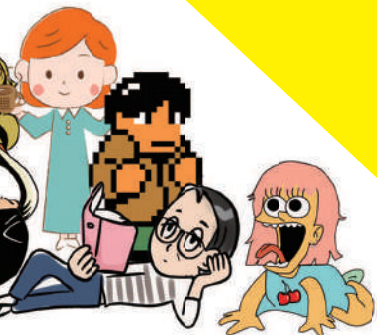
1982. 『株式会社らぶ企画』設立

1977. 『らぶ企画』創業



木村 宏氏

創業社長は木村宏氏。大口クライアントから継続的にデザイン案件を受注し、安定した経営を続ける。





..... This story is to be continued.

スクをこなせる腕利きの本部長から、代表として会社をけん引する存在へ——。会社を前に進めたいという、それまで一社員として抱いてきた「想い」を、経営者としてより具体的なものに昇華させていかななくてはならなかった。

荒井社長と木村エージェンシーは、試行錯誤と一進一退を繰り返しながら、今日も前進を続けている。

明確な業績目標の設定をするも、未達が続く。売上は年々減少傾向に。

2019年、NBC 主催セミナーにご参加いただいたことを機に、NBCとのご縁が始まる。

2020 NBCの支援開始

代表取締役社長に荒井大輔氏が就任

2015

東京事務所開設 2013

代表取締役会長に木村宏氏が就任

2005

2代目社長が急逝。木村氏が代表取締役に復帰し、荒井氏は本部長に。

2021年12月/PM会議にて。期中の目標に対する取り組みと課題について、全社員で発表を行った。

「会社＝働く場所、という価値観が大きく変わろうとしている中で、社員である事の価値をみんなで大きくしたい。」——という想いから、当社では若手社員が中心となり社内活動が盛んに行われている。



新人社員による社内広報活動の様子は当社ホームページのブログや動画で公開しており、楽しみながらも熱心に取り組まれている様子が見える。(写真は広報活動の社内ユニット「ピチク・パチク」さん活動の様子)



広告制作技術の有無に関わらず、全社員が自分を表現したキャラクターを自作するという、個性的な社員が多い当社ならではのユニークな活動も行われている。(下部イラスト)



『人』がすべて、と言い切る社長が考える 木村エージェンシーの未来予想図

現場に近い人間に託す
社長が考える「役員像」とは

——荒井社長は経営に関するノウハウを正式に学んだ経験がないとおっしゃっていました。それでも「やる」と思われて社長に就任された背景には、どんな「裏付け」があったのでしょうか？

「おっしゃるとおり、具体的に『経営とはこうだ』と学んできたわけはありません。先代の背中を見て学ぶことが多いのかもしれませんが、それも叶いませんでした。だから本当に自己流なんです。」

もちろん就任時には、確固としたビジョンや根拠のある自信があったわけではありません。『やるしかないな。』という想いが強かったですし、私なりにできることはどんなことだろうかと考えていました。」

——本部長時代と何も変わらないスタンスで社長業にシフトしよう、というイメージだったのですか？

「私には過去の経験を活かしていくしかありませんでしたから、本部長時代に得たこと、感じたことがベースになるのは当然です。ただ、それだけでは立ち行かないこともわかっていました。ですから、社長業に専念する前後に、たくさんさんのセミナーに参加しましたし、本も読みましたね。」

——その時期に新たに得たもの、あるいは生み出したビジョンはありますか？

「実は、かねてから社員たちの将来について、全員が社長になってもらいたい、と考えていたんです。比喩的な意味ではなく、分社化などの手法によって、誰もが社長を目指す



環境をつくりたいということなんです。

私たちはデザイン事務所ですから、社員のほとんどがクリエイターです。一般の会社員とは、将来像が異なるケースも数多くあります。弊社のデザイナーだった諸先輩を見て、ある程度の期間務めたあと、独立してフリーランスになった方が少なくありません。

もちろんそれを否定するわけではありませんが、それ以外の道があってもいいし、それを望んでいる社員もいるはずだと思っんです。クリエイターとしてのスキルを活かしながら、より安定した環境のなかで仕事を続けていくために、会社の長としてやれること、やりたいことをやっていくのもありでしょう。」

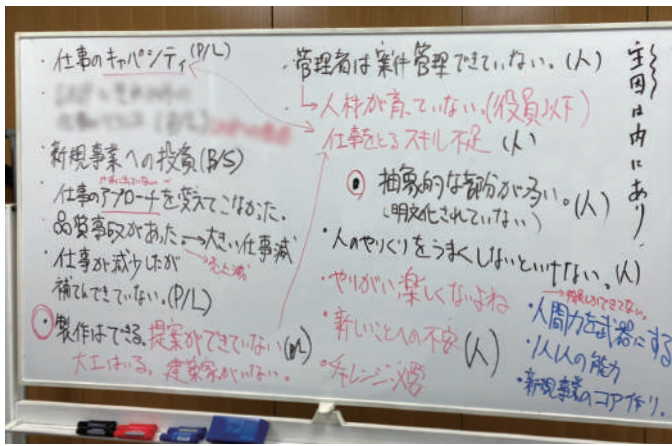
※労働分配率（クラスター）経営

これまで日本では、多くの組織で「ピラミッド型」が主流となってきた。しかしピラミッド型組織は上下の関係が固定的でトップダウンを前提としており、柔軟性に欠けるデメリットがあった。そのため環境が大きく変化したり、複数の課題に対して同時に対応する必要があったりすると、うまく機能しない恐れがある。

対してNBCの推奨する「労働分配率（クラスター）型組織」は、ピラミッド型組織の対極にあるといわれる。「クラスター」とは英語で房、群れ、集団という意味であり「労働分配率（クラスター）型組織」とは一定の役割や機能ごとに小集団を形成し、それぞれが必要に応じて連携しながら課題を処理していく組織のあり方だ。

社長に就任して、その方法や具体性を模索していくなかで、2019年、NBCの紅本専務が講師をなさった経営セミナーで、労働分配率（クラスター）経営[※]の概念に出会いました。誰もが社長になれる環境づくりはこの『労働分配率（クラスター）経営』を行えば可能だ』と確信しました。」

——社員のみなさんの未来を考えた



荒井社長の理想を実現するための課題はどこにあるのか——。

NBC とともに、当時の会社の長所と短所について書き出し会社の目指すべき姿をホワイトボードにまとめていった。(2020年)

ビジョンということですね。ただ、分社化などを通じて舞台を用意することは可能だとしても、社長になるということに不安を感じる人もいるのではないかと思っておりますが……。

「なりたいたい」という想いがあれば、それは問題ないというのが私の見解です。実際、経営の勉強もしていない、かつ、創業者の血縁でもない私が、木村エージェンシーの社長になった。もちろん簡単な仕事ではないかもしれませんが、誰にでもなれる」という考え方は間違っていないと思います。」

——今後、木村エージェンシーが目指すべき方向性はよくわかりました。では、次に過去を踏まえ、就任時に「改善したい」あるいは「変えていきたい」と思われた点があればお聞かせください。

「就任時ですね、はい。ひとつは、設定した業績目標をなかなか達成できない状況を変えなくてはならないと強く思いました。各人がやるべき仕事をやっているのですが、売上は徐々に減少していました。私としては、少しずつ組織を整備し、明確で具

体的な業績目標を立てるという段階にまでは進めたと思っていました。しかし、せっかく立てた目標をクリアできない。それには、いくつかの原因が考えられました。

例えば、現場のクリエイターたちからしてみれば、上層部が、会社の業績目標を掲げたとしても、今ひとつ自分に関係のあることとして受け止められていない。現場のスタッフは目の前の制作物を完成させることが最優先ミッションですから、それによって会社の業績がどう動くかということについてはイメージしにくいでしょう。

頭ではわかっているけれども『この案件がうまくいけば、会社がいくら儲かる』といったことを常に念頭に置くのは難しい。幸いにして案件は常にある程度供給されていますから、差し迫った危機感もない。そういった環境が、社員一人ひとりから業績責任を奪っていたのだと思います。」

——収益が減少傾向にあることについて、誰もが他人事だと思ってしまうってたと。

「はい。別に積極的に営業をしなくても、大口クライアントから定期的

ら、新規事業に着手するという発想もないし、既存のお客様に新たな提案をしようとする動きもないわけです。」

——結果として「目指した数字を達成する」という会社のミッションは、現場スタッフにうまく浸透していなかったということですね。

「そうですね。そもそも『目標を達成したからどうなるんだ』という見方もあったのだと思います。目標を達成するために頑張ることのメリットの部分が見えにくいのが問題なのかもしれない。そこで、先ほどもお話した、労働分配率(クラスター)経営の概念が重要になってきます。」

社員全員が目標達成に向けて努力し、会社が潤えば環境はどんどん良くなる。そして、望めば誰もが社長になれる体制が整備される、というビジョンにリンクするんです。」

——なるほど、つながりますね。となると、現場が会社の将来をイメージし、自発的に貢献したくなるような仕組みをつくるのが必須になるかと思いますが、どのあたりからメスを入れようとお考えになったのでしょうか？

「まずは役員の意識改革と、役割の明確化です。かつて創業者の木村会長が在籍されていた当時、私も含めた四名からなる『役員会』のようなものは存在しましたが、正直あまり機能していませんでした。結局、現場の力量に頼ることになる。

個人的には、その状況を打開したかった。ですから、きちんと機能する役員会の設立を進めなくてはならないと思います。

私よりも現場に近いポジションの役員が、現場にモチベーションを与え、会社としての方針を的確に理解させる体制が理想です。私が『誰もが社長になれるように頑張ろう』と言い続けても、結局伝わらないということも考えられます。要は、ちゃんとした船頭を任命しようということですね。」

——社員のみなさんにとっての適切な『船頭』として役員を選ばれたわけですが、役員の方々にはどのようなスキルや思考を望まれていますか？

「第一には、何かあったときにすべてを任せられる人材という観点で選んでいます。あくまで例えですが、私が突然死んだとして、私がいなくても何も変わらず会社をまわしてく

れる力量があるということですね。そういう意味では、今のところ彼らとの考え方の共有はうまくいっていると思います。」

芽生え始めた社員たちの自主性 「誰もが社長になれる」土壌づくりへ

——先ほど、現場に近いところで社員のみなさんにモチベーションを与えてほしいというお話がありました。その部分はいかがでしょう。

「私は役員に『社員に対して幅広い選択肢を与えてあげられる存在であってほしい』と思っています。そして、『あなたのやりたいことをこつこつやったら、会社にはこういうメリックが生じるよね。』といったように、筋道を立てて説明をし、理解を促せるようになってもらいたい。徐々にはありますが、役員の頑張りが社員にも変化として表れはじめてるように思います。」

——具体的に、どのような変化を感じられていますか？

「以前の弊社は、『大工はいるけれど建築家はいない』という状態でした。どついついことかというところ、実際に

手を動かす優秀な人材はいるし、物をつくり出すことはできるけれど、きちんとした設計図を描ける人間がいない、ということ。もちろんクリエーターが中心の職場ですが、それでは未来はないし、お客様のご期待にも応え続けられません。

役員は有能な『建築家』となり、『大工』であるデザイナーたちのスキルやイメージを最大限活かす仕事をしてほしいと思っています。そうした面は明らかに良い方向に向かっています。役員が選択肢を与えたり、先のイメージを与えたりすることによって、社員一人ひとりが『誰かがやってくれるだろう』ではなく、『自分に何ができるか』を考えるようになってきているのです。」

モノづくりの前に ヒトづくり！

超・個性派……強烈なキャラクターぞろいのクリエイター集団は、徹底的に互いをフォローカスしながら、チームとして力強く活動する——。

(左図参照)



役員陣と荒井社長。
社長よりも現場に近い役員が
各チームの「船頭」を担う。



経営方針(ビジョン)をベースに

経営課題に踏み込んだ社内改革は社員の自主性をとことん重んじる。

NBCも全力でサポートしております!



NBC 福田

■ 改革前に：経営方針(ビジョン)の再認識と共有

荒井社長就任以前から経営方針は存在していたが、現場に浸透しているとは言い難い状況だった。そのため、改めて経営ビジョン共有のための会議を開催。NBCからも「どのように数値目標が設定されているか?」「なぜ数値を達成しなければならないのか?」といった経営者視点に立った解説を繰り返し行い、社員の皆さんに目標の意義を本質からご理解いただいた。



■ 改革1：役員会の見直し／役員意識改革

役員会の存在意義を見直し、ビジョンを共有するチームをつくった。また、役員(チームリーダー)は、社長よりも現場に近い立場として社員に幅広い選択肢を与え、モチベーションアップに貢献する存在へ。

取り組み チーム制の採用

社員をチームに分けてそれぞれにリーダーを置き、さらにリーダーがチームの現状や業務の進捗状況などを報告する定期ミーティングや発表会などの機会を設けた。(月毎の報告会にはNBCも参加。進捗を確認しサポートを行う。)



チームミーティングでは……

- ① 売上・利益の進捗と着地予測
→ 自分の給与を自分で稼ぐという認識を持ってもらう
- ② 社員の個人目標の進捗確認と検討
→ 目標達成に担当役員が関わり、達成へと導く

効果

- ・チームの結束力が高まった
- ・目標が具現化された
- ・社員の姿勢が受動から能動へ

■ 改革2：各種プロジェクトチームの発足

各チームを横断するメンバー編成で社内プロジェクトを立ち上げた。社員の自主性の向上を後押しする。



教育・育成プロジェクト

- 社内で統一されたマニュアルを作成し社内のルールを一元・並列化。
- 社員教育の担当社員を任命し、新入社員のスケジュール管理や制作フォローを行う

効果

担当する業務や指導を受ける先輩によってバラバラだった指示がマニュアルによって統一。担当の先輩社員がフォローを行うことにより、業務習得やスキル向上が早まり、社内表彰や雑誌掲載など、頭角を現す若手社員も。

品質改善プロジェクト

- 品質事故を防ぐため、社内利用できる「KAGCコイン(※)」を、ミスがないチームに支給する仕組みに活用。



集めると賞金や景品などに交換できる当社独自の制度。社内コンペやイベントなど、社内活動の活性化に役立てられている。

効果

本来「守って当たり前」とされ評価されにくい目標に、プロジェクトメンバーの発案で「成果報酬」という付加価値をつけた。それにより品質事故ゼロを前向きに目指すようになった。

業務効率化プロジェクト

- 長時間の残業をなくすためスクリプト開発を行い、社内で共有。社員の業務時間短縮を図った。

効果

個人の工夫を全社で共有することにより、優れた技術を標準化。業務効率が上がることで残業は大幅に短縮。売上が上がり生産性が向上。また、業務効率化によって生まれた時間で、営業活動やお客様への積極的な提案を行い、喜んでいただくなど、社内外に貢献する社員も現れる。

ウェブ・動画プロジェクト

- ウェブサイトや動画を制作・運用できる社員を育成。技術と知識がある中堅社員が社内に向けノウハウ動画などを積極的に発信。

効果

これまで紙モノ(印刷物)の業務受注の比率が大きかった当社だが、ウェブサイト・動画制作技術を習得した社員が増えることで新たな分野の業務開拓につながり、業績の改善に寄与。

「誰でも社長になれる会社」を実現するために。分社化などを実現し、望めば社長になれる社内環境を目指す――。



荒井社長（左）とNBCコンサルタンツ福田（右）

——高いクリエイティブティや発想力を持った社員のみならず、組織を活性化し、発展させることにも力を発揮するようになれば、これまでにない斬新な会社へと進化できそうですね。社員のみならずの将来やビジョンを大切に荒井社長のお考えが、実を結びつつあると感じます。

「我々の仕事は、人がすべてなんです。『この人のセンスが好きだから』『この人のつくるものが素晴らしいから』『ぜひ仕事をお願いしたい。お客様はそう思ってくださいからこそ、私たちにオファーをしてください。だから、社員という人がいなければ、木村エージェンシーは成り立たない。私自身、この会社は私の会社だとは微塵も思っていない。いわば、みんなの会社です。その考え方が社員に伝わり、実感してもらえるよう、みんなで生み出した利益をできる限り一人ひとりに還元できるように努めていくつもりです。」

最後に、荒井社長は今後、木村エージェンシーを、どのような会社にしていきたいとお考えでしょうか？

「やはり大切なのは、冒頭から申し上げている『労働分配率（クラスター）経営』の実現を成し遂げること。最終形態としては、誰でも社長になれる、というレベルに留まらず、もっと強いスタイルでもいいと思っています。」

例えば、社長を生み出すデザイン会社、というスタイルで、社員を独立させるために存在するような会社を目指せたらおもしろいと考えています。もちろん、今以上に社員たちが野心と目標を持つ必要があるのかもしれないですが、そういった未来を目指したいと思っています。」

コンサルタント EYE

今号紹介企業様の
担当コンサルタントをご紹介します。

現場を通じ感じたこと、
お客様への想いをお伝えいたします。



NBCコンサルタンツ株式会社

福田 雅弘

Fukuda Masahiro

の強みを「組織」の強みにすべく、そして大前提として「数字」という「結果」を意識いただくよう役員陣に各チームを牽引いただきました。

プロジェクトを通じ、社内改革は想像以上・驚異のスピードで進みました。毎月の報告が「次からこうします」から「既にこうしています」という内容に一瞬で変わったことを鮮明に覚えていきます。

それは荒井社長が掲げるビジョンの「本質」を役員が理解し、前向きなマインドを持った精鋭集団一人ひとりがそれに応えようとしたからこそ。

圧倒的なスピード感は、トップの熱量と人を魅了する力……そしてなおも進化を遂げようとする一人ひとりの前向きさにあると考えています。