



パッション トーク セッション VOL.17

ネクシィーズ 近藤太香巳社長 × テクノロジー&クリエイティブ 秋葉達雄社長
エイケー 久土地智志社長

職人経営に利益追求はご法度 腕を磨いてブランディングせよ

19歳で起業。2004年、自らの直感と情熱を武器に当時最年少となる37歳で東証一部上場を果たしたネクシィーズの近藤太香巳社長。一介の若者から成功者へと駆け上がったその起業人生には、数えきれない成功・失敗・挫折が含まれている。そんな近藤社長が、次世代を担う経営者を招いて経営について語るのが同連載だ。第18回目のゲストは店舗改装のデザインを行うテクノロジー&クリエイティブ（神奈川県横浜市）の秋葉達雄社長と、施工を行うエイケー（東京都港区）の久土地智志社長だ。

近藤 本日は2名のゲストです。秋葉社長と久土地社長の二人には会を通じて色々とお話を聞いています。確か最初に依頼したのは、パッションリーダーズの会員向けゲストサロン（リーダーズサロン）の改装でしたね。

久土地 はい。その後もネクシィーズ本社ビルのセミナールームや、パッションリーダーズ大阪 Branch（支部）のリーダーズサロンなどもやらせていただきました。今は当社にテクノロジー&クリエイティブ専用の施工部隊を作り、一つのチームとしてさまざまな案件を受けております。

秋葉 近藤社長から初めて案件をいただいたときは忘れもしません。デザイン案をお見せしようと模型をお持ちしたとき、模型が血だらけになってるのを気付かずにご覧になってしまいました。あの時は本当に失礼しました。

近藤 覚えていますよ。あの血だらけの模型が逆に良かったんですよ。私は専門家ではないのでデザインの良し悪しはわかりません。しかしあの血だらけの模型を見て、秋葉社長が本気でこの仕事に取り組んでいるとわかりましたから（笑）。

秋葉 そう言っていただければ幸いです（笑）。

近藤 秋葉社長は独学でデザインを学んだのですよね。

秋葉 はい。もともとは趣味の一環で、知人に対してインテリア選びの助言をする程度でした。それがある時、2000万円で内装のデザインをしてほしいという依頼が来て、二つ返事で受けてしまったのです。費用をいただいてデザイナーの仕事をするのは、それが初めてでした。

近藤 いきなり大きな仕事になりましたね。

久土地 秋葉社長の強みは、その独自の発想にあります。空間の見せ方

が非常に上手く、建築業界の常識に当てはまらないデザインを作ります。そのイメージをクライアントに伝える際も、模型や映像を作るなど工夫を凝らしています。

近藤 二人のタッグで素晴らしいのは、クライアントが感動する空間づくりを徹底していることです。イメージの伝え方もそうですが、工事の途中経過を一切見せないことも、完成時の感動を盛り上げる演出になっていますね。私がゲストサロンの改装を依頼した際、途中経過を見せな

いと云われ、最初はやはり不安でした。完成した後で私のイメージと違うとなった場合、その修正ができませんからね。しかし、その経過を一切見ずに完成した部屋を見ると、当初見たイメージよりも素晴らしい仕上がりになっていきました。期待した以上のものをいきなり見るので、感動もひとしおとなるわけです。

久土地 クライアントは秋葉社長のイメージを買っているわけですから、それ以下のものを作ってしまうとクライアントと秋葉社長の双方を裏切ることになってしまいます。知り合ってから5年が経ち、これまでに30件以上の案件を共に行いましたが、そこで培ったあうんの呼吸が奏功しているのだと思います。



2社がタッグを組み施工したパッションリーダーズサロン（上:リーダーズサロン東京、右:リーダーズサロン大阪）



Profile 秋葉達雄 (あきば・たつお)
1971年生まれ、東京都出身。高校を卒業後、ナイトワークビジネスを8年経験し、その後独立。レストラン、バーなどの運営を5店舗まで展開する。そしてナイトワークで培ったエンターテインメント性や心理誘導によるプレゼンテーションを武器にデザイン業界へ参入。理念である「感動創造」は、初作品の提供時に顧客の喜びを受けた時に芽生えたものであり、その後恩師である近藤社長への作品提供時に確信となった。

Company Data テクノロジー&クリエイティブ
創業年：2009年7月 所在地：東京都渋谷区
事業内容：インテリアデザイン・輸入物販・注文家具製作

近藤 かつてF1レーサーのミハエル・シューマッハが記者から「なぜそんなに早いのか」と尋ねられたことがあります。彼はそれに対して「一つ一つの車のパーツが他より少しずついいから、結果として全体の性能が高いのさ」と答えたと言います。二人もそれと同じで、コストやスピード、クオリティといったそれぞれが他より少しずつ優れている、全体的にそのバランスが取れているのです。最強のタッグですよ。

秋葉 それも近藤社長が我々二人に案件を任せていただいたからです。以前も久土地社長と一緒に仕事をす

ることはありましたが、あくまで一デザイナーとしての付き合いに過ぎませんでした。

近藤 かねてより「すべての物事をパッションリーダーズのメンバーで完結できるようにしたい」と考えていましたからね。リーダーズサロンの仕上がりを見た時、二人の実力を十分に理解できました。パッションリーダーズの会員があのサロンを使えば、その妻々を実感できますから広告塔としても効果を発揮するでしょう。

久土地 実際にパッションリーダーズ会員から店舗などの改装も受注しました。今後も二人で拡大を図っていきたくと思っています。

(次頁に続く)



Profile 久土地智志 (くどち・さとし)

1981年生まれ。神奈川県横浜市出身。20歳の時に家業の工務店に就職する。職人、現場監督、設計と経験し、2012年に代表取締役役に就任。その後、フラワーショップと共存した表参道オフィスを開設計画デザイン設計に力を入れる。今後は施工技術とデザイン力を両立させ、アメリカ、台湾、中国、シンガポールでの展開を目指していく。

Company Data エイケー

設立年：1999年2月
所在地：東京都港区
事業内容：店舗内装工事・住宅リフォーム・マンションリノベーション
新築工事

職人に徹して経営拡大
自らの事業の本質を捉えよ

久土地 その一方で、今後経営を拡大させていく上で悩みもあります。というのも、より多くの案件を受けようになるためには、私以外の社員も能力を磨かなければなりません。しかし、デザインや施工技術の腕を上げるためには、一つ一つの仕事を徹底的にこなすこと以外、道はありません。彼らの成長スピードが会社の成長速度と伴わないため、経営者としてはやきもきさせられるの

です。

近藤 まず言えるのは、会社を大きくすることがすべてにおいて最良とは限らないということです。たとえば、凄腕の料理人がいる料亭があるとして、顧客はその料理人の腕に惚れ込んで店を訪れているわけです。それを店が繁盛しているからといって店舗を増やしたとしても、料理人は一人しかいないわけですから、他の店も同じように繁盛するとは限りません。デザイナーは料理人と一緒で職人の世界ですから、会社を大きくすることがベストとは限りませ

んよ。
久土地 では、我々のような業態では会社の拡大を望むべきではないのでしょうか。
近藤 いえ、経営者として会社を大きくしたいと考えることは悪いことではありません。しかし職人の世界で生きるのであれば、利益追求主義に陥るべきではないでしょう。二人の場合はクライアントを感動させることが強みとなっているのですから、利益を追うばかりで、その本質を見失うようなことはすべきではないのです。一つ一つの仕事を徹底的にこらわってこなし、社員も腕を磨いていく。その先に社員がデザイナーとしての力量を発揮する舞台があり、結果として会社が大きくなるのです。

秋葉 なるほど。ビジネスの世界とは違う道が必要なのですね。

久土地 経営者としては実績ができた今こそ、10億・100億円と業績を伸ばしていきたいところですが、地道に力を付けるしかないということですね。

近藤 うまく行き出しているときだからこそ、注意しなければなりません。自分が不得意なことや自信がないことには絶対に手を出さない。これが鉄則です。

秋葉 私はクライアントから要望を

ということですね。

近藤 その通り。本質に沿って自分に必要なものであれば、そこは引いてはいけません。秋葉社長のデザインの強みは、そうしたアレンジにあるわけですから、その「らしさ」が欠けてしまったら、秋葉社長にデザインを依頼する必要性すらなくなってしまうでしょう。

損して得取るブランディング
含みを持つ値付けでサプライズ

秋葉 もう一つご相談したいことがあります。以前読んだ経営本で、「最初の値付けが肝心だ」というものがありました。ただ私達は今後の戦略として、ホストクラブなど夜の商売の店舗企画で実績を作り、他店への売り込みを図りたいと考えています。そんなとき、あるクラブのオーナーから新店の設計の企画を依頼したいと連絡を受け、私は実績作りのために利益度外視の額で受注しました。私はこれを先行投資と考えているのですが、安易に価格を下げるべきではなかったのでは？と不安も感じているのです。

近藤 そうした目先の先行投資ならばいいと思いますよ。

久土地 これは目先にあたるのですか。

近藤 実際に店舗を作って実績を作るのですから、目先ですよ。これはタレントが使うブランディング戦略と同じやり方です。タレントというのは、無名のときは無料で雑誌などに露出し、名前を売ります。そうして有名になると、大手企業とのタイアップCM広告やテレビドラマなどで多額の利益を生むのです。
秋葉 一般的な価格の3割ほどの額ですから、正直言って利益にはなりません。ですから、自分の判断が正しいのか自信を持っていませんでしたが、その言葉を聞いて安心しました。

近藤 むしろ利益度外視だからこそ、全力で取り組むべきですよ。そうしていい実績ができれば、今後はそれを武器に営業に回れます。
久土地 しかし、最初の案件を安値で引き受けた分、その安値ありきになつてしまわないでしょうか。
近藤 「安くてもいいモノ」として売ればいいだけです。「安い」の部分は利益率を調整するだけで十分です。最初は3割の値段で、その後は5割の値段だとしても、市場的に安いことは変わりません。「業界を学ぶために利益度外視で勉強した」

とさえいえば、クライアントも納得するでしょう。

久土地 なるほど。ならばこのまま突き進むだけですね。

近藤 私なら、最初に仕事を受けるときに「半分くらいの値段でやります」と、価格に含みを持たせますね。それで実際には3割でできたとしたら、クライアントは大喜びです。同じ3割の価格だったとしても感動は間違いでしょう。そうした意味では最初の値付けも重要です。

秋葉 勉強になりました。本日はありがとうございました。



Profile 近藤太香巳 (こんどう・たかみ)

1967年11月1日生まれ。19歳の時、50万円を元手に会社を創業し、34歳でナスダック・ジャパン（現ジャスダック）へ株式上場。37歳で2004年当時最年少創業社長として東証一部に上場を果たす。プロモーション&マーケティングを駆使したビジネスモデルでグループ10社にまで成長させ、LED照明レンタル事業、電子雑誌出版事業、経営者交流会「パッションリーダーズ」のいずれも日本一の規模を誇る。常に新たな分野へ挑戦し続け、早稲田大学や東京大学・一橋大学などでの講演活動も積極的に行い若者の心を持ち前の情熱でリードしている。JAPAN VENTURE AWARD 2006 最高位 経済産業大臣賞受賞。

近藤太香巳氏が主宰「パッションリーダーズ」とは…

強きリーダーが求められている現代において、自らリスクを取り、企業を立ち上げ、一步を踏み出す起業家たちの応援組織として2011年4月に創設。毎月1回の定例会をはじめ、アカデミー（人材教育）やビジネスマッチングに加え、様々な部会を開催。さらに、東北・名古屋・大阪・四国・九州といった支部（Branch）も展開。活動を通じて次世代を担うリーダーたちとの交流やモチベーションアップが図れることから、わずか5年で会員数はまもなく3000名へと拡大中。今、最も「アツい、日本一」の経営者団体である。

<http://www.passion-leaders.com/>