



アルバイト先ではどんな仕事をしていたのですか？

西新宿の木造アパートにある会社では、月1回指定する講演会に行き講演内容の要約を作り、それをメールに書いて納品するという仕事をしていました。

ただし、単にメールに要約を貼り付けるのではなく、読む人がパッと見たときに読みやすいように、適切に棒線を付けるなど工夫することを求められました。そのときは変わった仕事だと思いましたが、結局、それが当時流行り始めていた“メールマガジン”だったんですね。

その後、あるネット系ベンチャー企業で社員待遇に近いアルバイトとして働くようになったのですが、ここではインターネット広告事業の立ち上げに携わりました。当時はネット広告の黎明期でバナー広告やメール広告が普及し始める前でしたから、なかなか数字にはなりません。ただ「この事業はこれから徐々に伸びていくに違いない」という確信は持ちました。ところが突然、本社から社員全員に緊急招集がかかり、「会社の預金残高が700円しかないから」という理由で全員解雇になってしまったんです（笑）。

そこで、いままでお世話になった取引先へ挨拶回りに出向いたのですが、いくつかの会社の社長から「せっかく始めた事業を止めてしまうのはもったいない」「応援するから君が事業を続けられればいいじゃないか」と言われたのです。確かにネット広告事業はいいところまでいっていましたが、将来的な成長も見込めた。そこで先のネット系ベンチャー企業の社長に相談したところ、ネット広告事業をぜひ続けてほしいと言われました。そうした

経緯で興した会社が、いまの株式会社サムスルです。

ちなみにその社長はひとりで再起を図り、いまでは社員数が100名を超える会社へと復活されています。

社員待遇だったとはいえ、アルバイトから一転して経営者になったのですから大変だったのではないですか？

当時私を応援してくれていた社長からは、「とにかく長時間仕事しろ！」と言われていました。事務所はその社長が無料で貸してくれたのですが、その事務所が入っているビルの会社の中では、私が誰よりも早く出勤して、誰よりも遅くまで働いていましたね。ただし最初は自分ひとりで始めましたから、まずは自分の生活費を稼ぐことが最低目標でした（笑）。ただ、当時はネット広告の専門家が少なく、次第に大手広告代理店からも仕事をいただくようになりました。

仕事の内容はネット広告の代理業で、たとえばお客様が運営するECサイトの売上げを伸ばすために「こんなネット広告を展開してはいかがですか？」と提案し、広告掲載までを請け負うというものでしたが、時代はネットビジネスが急速に普及を始める手前の頃。幸運にもその波に乗って自然に売上げが増えていきました。

当社はインターネット広告の分野では先駆的な存在だったと思うのですが、大手の広告代理店からは「ネット広告なんて儲からないでしょう？」とよく言われたものです。創業して半年目ぐらいにYahoo!ニュースが当社を取り上げてくれたのですが、そのニュースの記事が「ネット専業代理店が月商500万を

超えた！」という記事でした。いまなら「その代理店、経営は大丈夫か？」というレベルですが、当時は月商500万で大ニュースとして取り上げられた。そんな時代だったんですよ（笑）。その後、社員も20名を超えて、年商も12億円を売り上げるようになりました。

「そのネット広告事業を昨年売却された？」

はい。昨年の7月にある上場企業に譲渡しました。いまはネットビジネスのコンサルティングのかたわら、段ボール専門のECサイト「オーダーボックス・ドットコム」(<http://www.order-box.com/>)を新たに引き受けて、運営を手がけています。

「ECサイトを引き受けられた理由は？」

ひとことで言えば、それまでネット広告で培った経営ノウハウが実際の物販の仕事でどのくらい通用するかやってみたかったんです。広告代理店の仕事はお客様のECサイトの売上げを増やしたり、会員数を伸ばすためのコンサルティング業務です。そんなコンサルティングの仕事をするなかで、いつか自分でサイトを抱えて“プレイ”をする側に立ちたいと思うようになった。そんなとき、たまたまある上場企業が運営しているオンライン通販サイトの売却話が当社に持ち込まれたんです。新たにスタートするには手頃なビジネスモデルだと考え、その事業を買収しました。時の運と御縁だと思います。

## 誰かが損をするようでは ビジネスは成長しない

実際にECサイトの運営で広告代理店時代のノウハウは活かされていますか？

必要最低限の運営はなされていましたが、私からすれば、まだまだできることがある、と考えました。たとえば、受け付けた注文の品物をただ送るだけで、新規のお客様を自ら獲得しにいく努力をしていなかった。あるいは、常連の購入者に対してきめ細やかに対応

するといったことも一切やってなかった。購買動向を把握して、特定商品をずっと買っているお客様であれば定期的にメールを送るなど、お客様対応の向上や、様々な工夫がまだまだ考えられます。

ただこうしたマーケティングのノウハウよりも、私は、創業以来大事にしてきた「成長縁」という考え方を物販の事業でも活かしていきたいと思っているんです。当社のキャッチコピーは、 $1 \times 1 \times 1 = 100$ を創る「成長縁」の創出カンパニー。つまり、仕事でかかわった人たちがともに成長しあうことです。誰かが得をする一方で誰かが損をするのではなく、「成長の縁」を広げて、みんなが得をするようなビジネスにしたいというのが当社の理念なんです。成長縁で商標も取りました。

たとえば、いま手がけている段ボール販売では、13~15社ほどの段ボール製作工場と提携していて、お客様から注文があれば工場



に発注をかけて、当社の名前でお客様へ直送するというシステムをとっています。今回当社が事業を引き継いだことで、改めて取引先である段ボール工場をすべて訪問したのですが、一様に言われたのが、「前の会社はメールくらいでしか交流がなかったのに、御社はわざわざ足を運んでくれて大変驚いている」ということでした。

また、私から「段ボールを配送資材ではなく、収納家具として販売したり、子供が遊べるような段ボールハウスを作ってはどうか？」と提案してみたところ、ずいぶん喜んでいただきました。工場も、ただ段ボールを作って出荷するだけよりも、新商品を開発して売上げを伸ばし、会社を活性化させたいと考えているはずです。だからいま、双方でアイデアを出し合っていて、どんどんトライしていきましょうという話になっている。「成長縁」を広げていくとはそういうことなんです。

そもそも私が会社を創業できたのも、いろいろな人とのご縁があったからこそ。まさに時の運と人の縁です。あのとき、取引先への挨拶の中で社長たちから「君がやってみればいい」と後押ししてもらえなかったら、きっといまの自分はなかったでしょう。会社を立ち上げたときも、事務所をタダで貸してくれなかったら資金繰りに困っていたかもしれ

れません。人の縁はそれくらい重要だということなんです。

ネットビジネスは、できるだけシステムティックに人手をかけずにやろうという発想だと思うのですが、そのなかで「縁を大切にすると聞くと何か新鮮ですね(笑)。

当社が段ボールサイトを引き継いでやっているのも成長縁を広げるためです。私は無味乾燥なITビジネスに“魂”を入れたいんです。これができないと、豊かなネット社会は実現できないと思っています。いまツイッターやSNSなどの便利なサービスが多数ありますが、今回のような大震災が起こるとネットならではのスピードで有益情報が得られる反面、一方的な非難や批判、流言蜚語すらも飛び交う。

相手を思いやって発言したり、行動したりすることがなければ、いくらインターネットで便利になっても豊かな社会にはなりません。人と人との縁、みんなで幸せになろうといった発想がなければ、無味乾燥な人間性のない冷たい社会になってしまう可能性があります。そうならないためにも「成長縁」という考え方が一番必要だと確信しています。



#### 取材を終えて

ジョギング朝活イベント「朝からビールを飲んで日本の朝を元気にする会」の主催者でもある渡邊社長。走って朝5時に集合。ビールと朝食を味わい、日本の活性化に向け何ができるかを考える集まりだそう。早朝からイキイキしているアジアの躍動に対し「日本の朝は遅すぎる！」と思いついて始めたのだとか。物静かな外見とは反対に意外とパワフルな方でした。