



117年の歴史に甘んじず、ひたむきに「人づくり」に取り組み、新しい価値観を受け入れながら自由な発想でユーモラスに、顧客や地域の課題解決に貢献し続ける。

成功する企業はここが違う！

Zoom in Success

株式会社フロット

代表取締役 阿部 和人氏

●代表者/代表取締役 阿部和人氏 ●創業/1907年 ●従業員数/89名(2024年1月現在) ●所在地/山形県山形市立谷川2-1347(本社) ●URL/https://flot.co.jp

印刷の看板を外し、新たな一歩を踏み出す

山形県は、業歴100年以上の老舗企業が多い地域として知られるが、フロットもそんな歴史ある企業の1社だ。今年で創業117年を迎える古豪である。昨年までは「田宮印刷」の名で親しまれていた同社。2024年1月1日付で、子会社の株式会社フロット(以下、旧フロット)を吸収合併し、商号も変更するという大変革を行なった。「印刷」の看板を外し、組織体制を刷新しての再出発。「現在の当社は、印刷のみならず、ブランディングやデジタルコンテンツなど、幅広い領域をカバーしています。にもかかわらず、印刷の看板を掲げているのか、という疑問がありました。歴史ある商号を変えるのには勇気が要りましたが、コロナ禍で周囲の環境が大きく変化したこともあり、思い切って印刷の名

を外すことにしたのです。子会社の「フロット」の名を引き継いだのは、すでに多くのお客さまに認知されており、かつ当社の事業の方向性にも合っているとの判断からです(阿部社長)

この組織統合・社名変更という大きな決断には、どんな背景があったのか。そして「新生フロット」はどんな存在になろうとしているのだろうか。

フロットの創業は、1907年(明治40年)。田宮五郎氏が興した「田宮活版」が前身だ。以来、山形・仙台を拠点とし、地域に根差した印刷ビジネスで堅調に成長を続けてきた。2000年代に入ってから、マーケティング力、プランニング力、クリエイティブ力の強化に取り組み、Webや動画といったデジタルコンテンツの制作や、企業のブランディングなどにサービス領域を拡大。「食や農のセールスプロモーション」「大学の広報支援」「中小企業のブランディング」を中

心に着々と実績を重ねている。

2010年には、クリエイティブやマーケティングなどを担う100%子会社として旧フロットを設立。印刷物製造を主体とする田宮印刷と、印刷の枠を超えてプロモーションやブランディングの支援を手がける旧フロットという位置づけで、個々の強みを伸ばしていく戦略をとった。

しかし、異なる方向に進み始めたかに見えた両社の関係は、時間とともに緊密なものになっていったという。「田宮印刷の営業力・製造力と、旧フロットのマーケティング力、プランニング力、デザイン力の相乗効果が発揮される場面が増えてきたのです。一方で、別組織であるためにコミュニケーションがとりにくいといった課題も出てきたため、お客さまが求めるサービスをより高いレベルで提供するには、グループ全体で一丸となる体制をあらためて構築する必要があったと考えました」

フロットが手がけたプロモーション、商品ブランディングの例。



(株)南東北サンシャインファーム 新規ワインブランド



JA山形おきたま「おきたま米」プロモーションパンフレット



全社一丸となり成長していくための『アシタミル・プロジェクト』

こうした背景から、2023年4月、田宮印刷と旧フロットが一枚岩となってさらなる高みを目指すための全社的取り組みがスタートした。それが『アシタミル・プロジェクト』だ。2026年3月までの3年計画で、インナー(社内向け)・アウトター(社外向け)・経営のカテゴリーごとに、さまざまな施策が盛り込まれた。「グループ全体で良好なコミュニケーション環境を構築することで、より良い製品・サービスを生み出し、より良い組織風土をつくり、さらなる成長を目指す。それがこのプロジェクトの大きな狙いです」

その最も象徴的かつ大規模な施策が今回の組織統合・社名変更であったわけだが、それだけでなく、日常業務の中で継続的に取り組んでいく活動も盛り込まれている。たとえば、社員同士のコミュニケーションを活性化させるインナー施策として、『アシタミル・ディスカッション』がある。地元中小企業の経営者などを招き、生の経営体験やビジョンを語ってもらった後、小人数のグループに分かれ、テーマに沿ってディスカッションを行なう。その中で出た実現可能なアイデアを、会社として実行推進していくというものだ。自由な意見を引き出すため、テーブルは出さず、椅子もランダムに置き、ライトでカジュアルな雰囲気とこだわっているという。「初回は「何のために働いているのか」というテーマにしましたが、予想以上の人数が参加し、ワイワイと大いに盛り上がりました。とくに生産部門では、いままでこのようなアウトプットの場がなかったこともあり、『こんな経験、初めてだ。面白かった』と非常に好評でした」

こうした部門横断的なコミュニケーションの場を設けるなど、社内一体感を醸成する取り組みが、「新生フロット」の船出という変革につながったわけだ。

人の成長とは「価値観の成長」。そのための場を増やしていきたい

ここまで、組織面での風土づくり・変革に焦点を当てて紹介してきたが、同社の成長を根底で支えているのは、阿部社長が最もこだわりを持って取り組んでいる「人づくり」だ。とくに大切にしているのは、「業務に関わるスキルの向上」のみならず、「人間の成長」を図ること。「仕事を通して人間的な成長を積み重ねていけば、地域や家庭でもその力を自然に発揮できるでしょう。企業における人材育成は、自社業務だけでなく、地域の役にも立つものと考えています」

『アシタミル』のような社内プロジェクトも、成長の場と位置づけている。そのため、あくまで主体はプロジェクトメンバーであり、「トップは口を出さない」ことを徹底している。

「中身について、良かれと思って意見やアドバイスをすると、社員の可能性を摘んだり、やる気を削いだりしかねないので、なるべくやりたいようにやらせてあげるようにしています。その方が、得られる成果もよりレベルの高いものになりますからね」

今期からは、社員のさらなる成長を促す環境づくりの一環として、「リベラルアーツ」の考え方を採り入れた。すなわち、業務以外の分野での学びを通して、思考の引き出しを増やし、課題解決能力を養うという取り組みだ。社会問題を扱うセミナーやイベントなどへの参加、芸術作品の観覧などを奨励し、参加費を全額補助する。

「私は、人間の成長というのは『価値観の成長』だと思っています。自分でこうだと思いついていたものがガラガラと崩れるようなインパクト。それが成長につながるのだと思います。そうした刺激を受けられる機会を、できるだけ増やしていこうと考えています」

幅広い情報に触れることで視野を広



「アシタミル・ディスカッション」の様子。

げ、発想を豊かにし、自身を磨いていく。それが会社の力となり、地域貢献にもつながっていくというのが、同社の人材育成の考え方だ。

こうして丁寧にひたむきに人を育てながら、『アシタミル』という旗のもと、組織面でもマインド面でも全社員が一枚岩となり、新たな歴史を刻み始めたフロット。これからどのような姿を目指していくのだろうか。阿部社長は今後の展望について、こう語った。

「生産工場は市場に合わせてコンパクト化していきますが、規模は小さくしながらも質はさらに高めていきます。『ベストクラフトマン・ミニマルチーム』というキーワードのもと、最高の職人、最小限のチームを目指します。同時に、コンテンツ制作、プロモーション支援の体制を強化しマーケティング、デジタルコンテンツ、価値ある紙媒体を柔軟に組み合わせ、お客さまや地域に貢献していきたいと考えています。そして、新しい価値観をどんどん受け入れながら、自由な発想で、ユーモラスに、しかしプライドを持って、時代やマーケット、お客さまが求めるものを生み出していける、そんな会社でありたいですね」

PROFILE

1907年に「田宮活版」として創業。後に田宮印刷となり、オフセット印刷を軸に地元密着型のビジネスを展開してきた。2010年にはクリエイティブ部門を分社化し(旧フロット)、デジタルコンテンツ制作などにも注力。企業や大学のプロモーション支援、ブランディングなどで実績を積み重ねている。2024年1月、旧フロットを田宮印刷に統合。「新生フロット」として新たなスタートを切った。