

昨年、創業50周年を迎え、新たなビジョンを策定 社会に貢献する「いいトト いいモノ いいカイシャ」の実現へ 卸業者として〈価格競争ではなく価値競争〉に徹し、小売店と製販一体となり〈業績向上パートナー〉を目指す

——昨年六月に創業五十周年を迎えられました。改めましておめでとうございます。
とうございます。

鳴本太郎社長（以下〓鳴本）

ありがとうございます。当社は

一九七一年六月に先代（鳴本哲矢会長）が北木石の産地、笠岡市北木島にて北木石の延材（外柵等）を加工する工場としてスタートしました。その後、営業力と商社機能を強化し今日に至りますが、卸業者としては小売店の皆様の商売繁盛なくして成り立ちません。そしてメーカーとしては国内の採石産地

をはじめ、原材料や製品の仕入先なくして成り立ちませんので、すべての取引先の皆様に心より御礼を申し上げます。

また何よりも当社の社員として

一生懸命に働いてくれている仲間と、それを支えてくださっているご家族の皆様、地域の皆様には感謝の気持ちしかありません。本来ですと祝賀会を開いて直接、皆様へ感謝の気持ちをお伝えすべく、昨年よりコロナの感染状況を見ながら、継続して準備を進めていましたが、長引くコロナ禍のために

鳴本石材(株)
本社〓岡山県笠岡市

代表取締役

鳴本太郎



断念しました。私自身、非常に残念でなりません。ご理解のほどをお願い申し上げます。

——現在は国内の他に中国にも自社工場をお持ちですが、もともと北木石のメーカーとして日本の石、国内産地への思いが強いですね。

鳴本 現状は輸入商社としての機能が大きくなっていますが、国内外の自社工場でもモノづくりは継続しており、産地メーカーとしての誇り、プライドを失ってはいないつもりです。今は営業会社に見られがちですが、あくまでも「メーカーの営業」という意識は大切にしたいと思っています。

メーカーとしてのモノづくりに対するこだわり、流通の根幹を担っている産地（採石・加工業者）の方々の想いを、失ってはいけません。その意味で、勝手ながら当社は「国産材の市場を創造する」

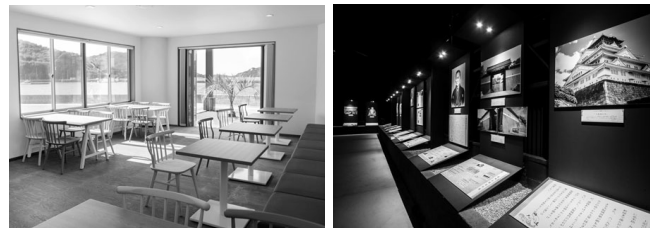
という使命を自分たちに課していきますので、もつともつと、国産材・国内加工の市場を拡大・育成していきたいと考えています。

子どもたちに

北木石の文化を伝えたい

——近年は、二〇一七年に北木島に北木産地の歴史や文化等を伝える観光複合施設「K's LABO（ケーブラボ）」をオープンし、また一九年には北木島などが「知ってる!? 悠久の時間が流れる石の島」として日本遺産に認定され、地域的な活動も重視されていますね。

鳴本 何よりも、日本遺産では「石の文化」という点を評価いただきたいことが非常に光栄なことですね。行政や企業、さまざまな団体の努力もあり、北木島、そして当社の「K's LABO」にも年々来訪者が増えている状況です。



2017年に創業の地・北木島に開設した「K's LABO」。島の石材産業の歴史や文化、魅力を広く伝えるストーンミュージアムで、石の資料館やカフェ、ショップ、石の体験コーナーなどを併設

• <http://kslabo.info/>

特に地元や近隣地域の小中学生が社会科見学で来てくれるのが、とてもうれしいですね。もともと「K's LABO」は北木島の石材産業の歴史や文化、そして魅力や価値を、地元の若い人たち、これらの世代へとしっかりと伝えていくことを一番の目的としています。ここで生まれ育つ子どもたちが少しでも自分のふるさとの関心を持ち、愛情を抱き、誇りに思ってくれたら、これほどうれしいことはありません。

ですから、子どもたちが社会科見学や遠足で「K's LABO」に来てくれるときには、できる限りスケジュールを調整して、私が説明に行くようにしています。つい先

日も市内の小学校四年生五名を案内したところ。人数に関係なく足を運び、自分の言葉で地元北木石があり、その石を産する島があり、またそれを採石・加工する産業があり、国内の主要な歴史的建造物をはじめ、どのように使われているかなども伝えていきます。これは決して当社だけの取り組みではなく、島を元気にしたい、地域を元気にしたいと、志を同じくする仲間の支えがあるからできることです。私自身、そういう仲間や先輩に刺激され、地域に積極的に関わるようになりました。

「社員みんなが希望を持てる会社づくり」を

——二〇一四年に会社を継がれ、八年を振り返るといかがですか？

鳴本 これは裏話ですが、先代から「社長を交代する」と明言され

たのは本当に突然で、それも九州への社員旅行中の二日目の夜の宴会前に「社長を代わろうと思うんじゃない」と（笑）。「いずれは」という覚悟を持ち、意識してその準備もしていました。が、何の前触れもなかった。でも、正直実感はありませんでした。でも、先代から経営のイロハを細かく教わったことは

ありませんが、日々その背中を見て学んでいたのは事実です。

先代は創業者としてゼロから会社を立ち上げ、成長させてきました。そこには到底、私には想像することのできない苦労がいくつもあり、それらを乗り越えてきた強いリーダーシップや判断力があるからこそ、社員も一つになり、取

引先にも支持をされ、そのおかげで今があります。私がそれと同じことを見よう見真似でやっても、できるはずはない。かといって、まったく違うことをいきなりできるはずもなく、まずは先代の方針、姿勢を尊重して踏襲しつつ、少しずつ自分のカラーを出していこうと考えました。



▶泉州鳴本石材有限公司

笠岡市内の本社工場内部(上)と上空写真(右)。工場は国内最大級の規模を誇り、展示場(屋内外)等も併設する

2005年には中国に自社工場・泉州鳴本石材有限公司(右下)を設立し、小売店のニーズに対応する

だから社長を継いだ当初は、正直にいうと、いかに会社や社員を成長させるかという経営的なビジョンを考えるよりも、社員のため、取引先のためにも、「とにかく会社を潰さない」という意識だけが先行していたと思います。もちろん、その意識は今も同じで、先代から唯一いわれていたのが「社員を大事にしなさい」ということでしたから、その大前提にあるのが、業績を落とさない、会社を潰さないということだと思っています

ビジョン

いいヒト いいモノ いいカイシャ

ミッション

社員一人ひとりが仕事を通じて豊かな人間形成を図り、
取引先の繁栄、会社の成長、仲間の幸せを追求することで、
広く地域社会に貢献する。

新たに策定し、打ち出された同社の「ミッション」と「ビジョン」

す。そのうえで、私自身、また幹部をはじめ社員一人ひとりも経験を積み、成長するなかで、少しずつ私なりの施策を打ち出せるようになってきました。

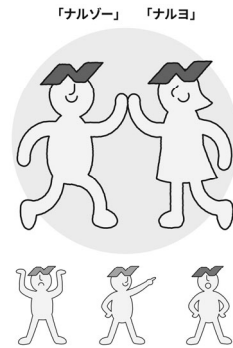
そして昨年、創業五十周年を機に当社の経営理念を新たに策定して打ち出しました。先代がつくった経営理念、社是、基本方針、そして明文化されていない社風などの大切な部分を逸脱せず、また否定することなく、時代の流れを見据えた私自身の言葉で整理して、「ミッション」「ビジョン」「バリュー」として刷新しました。これには約一年をかけ、私を中心に各部門長と一緒に「どんな会社になりたいか」を考え、その結果、「社員みんなが希望を持てる会社にする」という最終目標を掲げて、そのために必要な具体的な施策等を言葉に落とし込んでつくり上げ

ています。

少し説明させていただくと、「ビジョン」は目指す姿、将来像として、「いいヒト いいモノ いいカイシャ」を掲げました。そして「いいヒト」「いいモノ」「いいカイシャ」とはなんぞや？ということを細分化し、それを実現するための施策を一つひとつ具体化し、それらをこれから十年間かけて達成

◎新キャラクター 「ナルゾー」「ナルヨ」

同社は創業50周年を機に企業キャラクター「ナルゾー」「ナルヨ」の製作とロゴマークを刷新した。「ナルゾー」と「ナルヨ」は今後さまざまな場面で登場する!?



◎新ロゴマーク



鳴本石材株式会社

「N」を描く3本のラインは、ミッションに掲げた「取引先の繁栄」「会社の成長」「仲間の幸せ」を追求する決意、ビジョンに掲げた「いいヒト」「いいモノ」「いいカイシャ」を目指す決意、創業の精神を「過去」から「現在」、そして「未来」へと繋げていく決意を表現

していきます。

これは社員に対する約束です。もちろんプレッシャーはありますが、策定に関わった役員、部門長全員が「よし、やってやるぞ」という気持ちです。

地域社会やお客様に貢献できる
会社づくりは人材育成から

——先代の強いリーダーシップで



2022年秋ナルモト大展示会を開催

同社は9月26日から30日の5日間、「2022年秋ナルモト大展示会」を開催した。コロナ禍で3年ぶりのリアル展示会で、感染予防対策として密を避けるために5日間の日程で来場者を分散させた。

展示内容は多岐にわたり、大ヒット絵本『えんとつ町のプペル』の世界観を具現化し、供養の大切さを伝えるオリジナルデザイン墓石「プペルメモリアル・フルムーン」(右頁写真)はひときわ目を引いた。また為替や中国情勢に左右されないう国産材・国内加工の「モダンスタイル」、中国福建省産石種の代替となる新石種の提案、同社史上最多のラインナップを誇る大島石の製品等、いずれも時流を捉えた提案が大好評だった。

また会期中は無料相談会(講師: 供養全般=大橋理宏氏、ネット集客=寺田良平氏、寺院関連=森口純一氏)も開催され、小売店の悩みや課題に対し、実例に基づく適切なアドバイスを提供した。

展示会初登場のプペルメモリアル(右など)、同社の新製品・新サービスが多数提案された。展示会は毎回、企画から設営・運営まで、すべて同社社員が手づくりで行ない、これも人材育成の機会となる。



突き進んで来たイメージが着実に変わっていますね。

鳴本 はい。先代の時代の「鳴本石材」は、いい意味で「鳴本哲矢石材」だったんです。そのおかげで今の当社があります。

でも、これからは本当の意味での「鳴本石材」になる。むしろ、そうしないといけない。私自身が自分の能力には限りがあると自覚していますし、私より優秀な人が適材適所で活躍できる環境をつくるのが私の役割であり、会社にとつても、また取引先にとつても、もちろん社員にとつても、それがいいと考えています。

会社は「社員の幸せを実現するために存在する場所」と、私は考えます。『幸せ』の定義は人それぞれですが、人生の大半を会社(仕事)で過ごすわけで、その仕事に働きたい・やりがいを感じても

らうことが大前提ではないでしょうか。そのためには社長や上司から、指示を黙々とこなすだけでなく、社員一人ひとりが日々考え、自分たちでその仕事の目標を定め、自ら創意工夫して達成していくことが必要であり、それが働きたいになるはず。

そのためには、社員一人ひとりの主体性を引き出し、また發揮できるような環境や社風をつくらなといけません。社長の顔色をうかがうのではなく、むしろ社長の色を感じられないような環境をつくりたいなど。とはいっても、やっぱり先代の血を濃く引いているので、ついつい目立ってしまうかも知れませんが(笑)、そのバランスが肝心だと思います。

つまり、『トップダウン式』でも『ボトムアップ式』でもなく、それぞれの長所を活かした『ハイブ

リッドな経営が理想と考えています。そうしないと、時代や個人のニーズの変化や多様化のスピードに対応しきれないと思いますし、社員の働きがいも生まれず、また高まりません。社員全員が主体性を持って働ける会社づくりが理想です。

——それが結果的にはお客様にもプラスになっていくと。

鳴本 はい。私たちはモノづくり企業です。そこで働いている人たちが輝いていないと「いいモノ（商品・サービス・情報）」はつくれません。最終的には人です。営業も工場も事務も、すべて人の力で成り立っています。だから「ビジョン」には「いいヒト」を一番掲げています。「いいヒト」が集まれば「いいモノ」が生まれ、そして「いいカイシャ」になれるという考えです。

では「いいヒト」とは何か？

当社では自ら考え行動する「自律型社員」と、自ら学び成長する「挑戦型社員」の二つを定義しています。そして「イキイキ、ワクワク、ワイワイ働こう」と。

イキイキと働いている人は、いかえれば使命感を持って働いている人です。ワクワクしながら働いている人は主体性を持っています。ワイワイ働くというの、もうすでに当社の社風にもなっていますが、チームワークを持って楽しく働き、自分のことよりも部署のこと、そして会社のことを考えて働くということですね。

そういう人たちの集まりができれば、自ずと「いいモノ」をつくる能力が向上します。「いいモノ」とは、大きく商品・サービス・情報に分けられますが、商品であれば、メーカーとして高品質、低コ

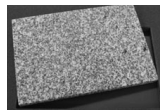
日本銘石物語

“大島石”見本石入り特製カタログのご案内

「“大島石”を販売したいけど、その良さや魅力を伝える資料が無いから提案しづらい・・・」。そんな石材店様のご要望にお応えして「“大島石”見本石入り特製カタログ」をご用意しました。特製ハードカバーに大島石の魅力、性質、特徴、歴史などを伝えるカタログと、ハードカバーの中面には“大島石”の見本石も同封しております。最高級墓石材のご提案に相応しい豪華カタログで、大島石の成約率向上にお役立てください！



厚さ約7mmの見本石入り



価格:1セット(5部)×14,000円(送料・税別)

●お問合せ・ご注文は

まずはお電話かEメール、ファックスで専用注文用紙をご請求ください。

TEL:0865-66-1414 FAX:0865-66-3022

E-mail:soumu@narumoto.co.jp

鳴本石材株式会社 〒714-0062 岡山県笠岡市茂平2918-23 HP:http://narumoto.co.jp

スト、短納期を追求し続けることを第一に、それを大切にしながらも、さらにナンバーワンブランド、オンリーワンブランドを創出していきます。

そして、その結果が「いいカイシャ」になるわけですが、でもその前提として会社が社員の「働きやすさ」と「働きがい」をつくり出さなければいけません。前者はいわゆる働き方改革になります。仕事の生産性を高め、多様性のある働き方や健康経営に取り組み、安心して働ける職場環境を実現します。そして「働きがい」を高めるためには、仕事が好きで、会社が好きで、仲間が好きで、自分が好きでいられることが大前提です。そのための方策もいろいろと行なっています。

この二つがあつてこそ、社員にとって「価値のある会社」になる

と、私は考えています。

そして、この「いいヒトいいモノいいカイシャ」の好循環があつてこそ、お客様へ貢献・還元できることも大きくなると思います。

また、今は業界全体で人材確保が難しく、当社でも営業・工場部門ともに人材の確保・育成が課題ですが、私としては「いいカイシャ」の一つのバロメーターは「採用力」だと思っています。より良い人材を確保・育成できる、採用



プロジェクトチームの会議のようす

力のある会社は「いいカイシャ」であるはず。です。それで、それを目指して一つひとつの施策を愚直に実現していくことで、採用力も向上すると思っています。

ちなみに数年前から、社内に複数の「プロジェクトチーム」を立ち上げ、一年以上の長いスパンでさまざまな活動を行なっています。時には外部協力者にも参画してもらい、会社の課題解決や人材育成を進めています。部門の域を超えた社員参加型のプロジェクト運営を通じて、社員の主体性を育む施策となつています。

価格競争ではなく価値競争で、小売店の「業績向上パートナー」を目指す

——業界を取り巻く環境が変化しています。そのなかでの御社の役割とは何でしょうか？

鳴本 確かに社会構造や価値観の

変化により埋葬方法も多様化するなかで、市場環境は厳しくなつていますが、これは石材業界に限らず、他の業界・産業でも同じです。だから特別な危機感や悲壮感を持つのでなく、できるだけまわりの環境や変化に左右されないように、まずは自社のあるべき姿、目指すべき姿を明確にして、そこに向かっていくことが今、最も大切なことだと考えています。

そのなかで当社が重要なテーマに掲げているのは、お客様（小売店）の「業績向上パートナーになる」ということです。加工メーカーであり、卸業者である当社は小売店の商売繁盛なくして成り立ちません。いただいたご注文に品質・納期・価格でお応えするだけでなく、それプラスアルファの部分、つまり「価格競争ではなく、価値

競争」により、いかにお客様の信頼を得て、しかも商売繁盛に貢献できるかを追求しています。

例を挙げれば、高付加価値の商品開発、セミナーや勉強会等による有意義な情報発信、また営業社員の見学力など、あらゆる面で「鳴本石材」と取り引きしてよかった」と

績が向上した」といわれることが、営業にとって理想であると考えています。

今は「お墓不要論」ともいえる傾向が目立ちます。家族形態の變化等で、後継者不在の方は仕方ありませんが、「負担になるから」という理由でお墓をつくらない(片付ける)風潮には「No」といいたいのが、私の気持ちです。

お墓は、亡くなった人のためのものですが、同時に残された人の心のよりどころとして「生きる力」

をもらえる場所です。だからお墓は必要で、その意味や重要性を社会に、いかにわかりやすく伝えるか。それは常に考えていて、その具現化もメーカーである当社の責務と認識しています。

工場のショールーム化で 墓石づくりに感動を！

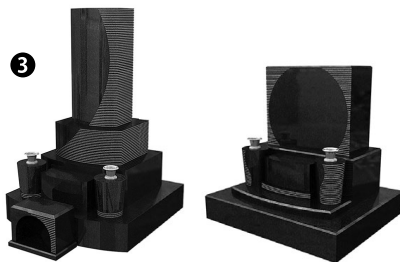
——「K's LABO」のように、社会(一般消費者)との接点づくりという点で、今後予定されていることはありますか？

鳴本 構想はいろいろとありますが、お話しできることでは、「工場のショールーム化」の準備を進めています。すでに工場長がそのビジョンを策定し、「感動する工場」というキャッチコピーをつくって実現に向けています。今も当社の工場の機械設備や環境などは、お客様に高い評価をいただいています。

すが、それはあくまでも業界内での評価です。今後はさらに広く一般の方にも見ていただき、感動される工場を目指してショールーム化を計画しています。

たとえば「K's LABO」のように小中学生の社会科見学として、また当然、小売店がお施主様をご案内し、お墓の製造工程を見ていただくのも目的です。それには安全面や衛生面のさらなる向上が必要になりますが、間近で加工機械の迫力を感じられ、職人の動作や仕事ぶりまで見学していただく、そういう「魅せる工場」を見て感動する工場への進化を目指して準備を始めています。

一般の方に見ていただくことで、お墓や石に関心や愛着を持っていただき、また当社で働く職人の意識もさらに向上すると期待しています。



3
〈価格競争ではなく、価値競争〉を追求する同社。高付加価値の墓石ブランドを多数リリースする(①「レザータッチ」、②「鳴本プレミアム墓石」、③「パベルモリアル・フルムーン」)





社員の皆さん

社員への想いと覚悟

——楽しみですね。最後に改めて、今後の展望をお聞かせください。

鳴本 お話ししたように、五十年を節目にまずは当社の存在意義であるミッションを定め、十年先を見据えたビジョンを策定し、共通

の価値観、行動指針をバリューとしてまとめました。それは昨今の変化の早い時代の流れや市場の動きに右往左往するのではなく、ブレない軸を持つためです。それにはまずは「いいカイシャ」をつくること、つまり「社員みんなが希望を持てる会社をつくる」のが私の役目です。そしてそのビジョンを社内でも共有し、社員が一丸となつてまい進していく。その結果がお客様、取引先の商売繁盛にもつながっていく。このスタンスには変わりありません。

私は、縁あってこの会社に入社し、日々勤めていただいている社員一人ひとりに本心から感謝しています。そして、全員が定年までこの会社に勤めていただきたい。社員が我が子を入社させたい、そんな会社にするのが夢です。

かすると親御さんから「お墓の仕事（石材業界）で大丈夫？」と心配されているかも知れません。でも私は社員に対して「心配ないよ」といいます。まずは十年後には「必ず、今よりもっといい会社になつていきますし、その先も絶対に成長させていきます。だから、「希望を持つて一緒に働こう」と。それは社長就任から八年で、ようやく明確になった、私自身のやるべきことです。当然、軌道修正は必要ですが、「いい会社をつくるぞ」という強い意志に、もう迷いや悩みは一切ありません。

鳴本石材は「いいヒト」を育て、「いいモノ」をつくり、「いいカイシャ」になります。皆様には今後とも末永くご愛顧いただきますよう、心よりお願い申し上げます。

(聞き手＝編集部・安田寛)

※お問い合わせは62頁広告まで



【上4点】本社工場での墓石加工のようす。今後は工場を一般消費者も見学可能なショールームとしてリニューアルする予定。テーマは「感動する工場」。墓石の製造工程を見てもらい、感動してもらえるように整備する