

地域を経糸、専門性を横糸に、可能性を無限に広げたい。



代表取締役社長
板橋 信行 Nobuyuki Itabashi

1961年、栃木県生まれ。高校卒業後、オーストラリアへ1年間留学。成城大学経済学部を卒業後、化学系の商材を扱う中堅商社へ入社し、半導体・液晶事業、貿易事業を担当する。'91年、株式会社板通へ入社。宇都宮支店に配属され、営業やトラックでの配送業務に従事する。約4年間、営業現場の最前線に立ったのち、群馬県太田市の本部へ異動。経営企画室に勤務し、経営を引き継ぐ準備を進めるとともに、海外での事業展開を模索。2004年、代表取締役社長に就任し、翌年、初の海外拠点（マニラオフィス）を開設する（現在は海外5拠点）。企業価値の向上に努めた結果、株式会社板通は'08年に経済産業省「IT経営実践認定企業」、'18年には経済産業省「地域未来牽引企業」に選ばれている。

注目の
企業に
学ぶ

株式会社板通

企業DATA

本社 栃木県足利市旭町553番地
本部 群馬県太田市
東新町330番地
創業 1889年（明治22年）
設立 1948年（昭和23年）
事業内容 塗料・溶剤、工業薬品、
接着剤、合成樹脂、
めっき・塗装機器設備、
消火器・防災機器等の販売、
建築塗装・内外装工事施工、
貿易業務、等

Webサイト <https://www.itatsu.co.jp>

one hour

ワン・アワー 8月号

contents

- P1 注目の企業に学ぶ**
株式会社板通
創業明治22年の染料商を原点とし、地域、未来、世界、様々な可能性を模索する。
- P5 経済ジャーナリスト川島睦保が切り込む 現場のリアル**
株式会社スプラム®代表取締役／**竹内幸次**
中小企業診断士
Interview
新規顧客の興味をひいて
安心を与えるために
ウェブサイトとブログを活用
- P8 Essence 論語と算盤**
Vol.37
「人生観の両面」
人生の意義は、社会のためを思う、
「客観的人生観」に従う生き方にあり。
- P9 健康経営の実学**
株式会社ジオリゾーム
大地と街と、そこに暮らす人々が
いきいきできる環境を創る。
- P11 カルテの余白**
JCHO東京新宿メディカルセンター **石井正則**
耳鼻咽喉科診療部長
ストレスや睡眠不足、体の疲れからくる
脳の疲労が「めまい・耳鳴り・難聴」に…。
- P13 経営のヒント**
海外ビジネス編
専門家への相談とナビゲートで、
海外への事業進出も怖くない!
- P14 cover story 匠の結晶**
「花ふきん」
株式会社中川政七商店
吸水性と速乾性に優れる、
蚊帳の織物を活かしたロングセラー。



株式会社板通は、塗料や溶剤、めっき薬品や接着剤、工具や機械、各種設備など、様々な工業製品の「表面処理」にかかわる商材を中心に調達・販売する地域密着型の専門商社。海外展開も積極的に行ない、経済産業省の「地域未来牽引企業」にも選定されています。「地域」を経系、専門性を横糸に、縦横無尽に事業展開する板橋信行社長にお話を伺いました。

聞き手：松崎照美（大同生命保険株式会社 宇都宮支社）

表面処理の専門商社として、
お客さまのために走り、汗を流す。

当社は、北関東エリアを中心に事業を展開している「表面処理の専門商社」です。具体的には、自動車や家電、家具などの工業製品に使用される塗料を筆頭に、めっき加工用の薬品、表面処理の工程に必要な溶剤、さらには工具や機械、環境に配慮した排水処理などの設備まで取り扱います。つまり「製品の表面を仕上げるまでに必要なもの、必要なことは、何でもご相談ください」という「御用聞き」のような存在です。

そもそも当社の原点は、134年前に創業した「えのぐ屋（当時の屋号）」という個人商店でした。繊維業

の盛んだった足利市で、地域の織物工場や工房を一軒一軒訪問し、絹織物の染料を販売していたのです。その後、世界恐慌や第二次世界大戦を経て、時代とともに取り扱う商材は変化してきましたが、今も変わることなく受け継がれてきたものがあります。それは、常にお客さまのために「奔走し、汗を流す」という精神。その精神が脈々と息づいているおかげで、表面処理に関係のない商材や困りごとでも「どこに相談すればいいのか分からないのだけど、板通さんならなんとかなるかな」と、多くのお客さまから一番にお声掛けいただいています。

当社で取り扱う商材は、機械的に「右から左に流せばいい」というものはありません。特に塗料は「半製品」ともいわれ、容器に入れられた状態では「未完成」の製品です。対象物に塗られて乾燥し、塗膜となつてはじめて完成するのです。そのため、お客さまの求められる色をつくる「調色」からはじまり、供給した塗料が塗布され、

製品として完成するまで、常にお客さまの声に耳を傾け、臨機応変に対応しなければいけません。

こうした「現場で仕上がるまで責任を持つ」という仕事は多々あり、その意味で、当社は地域密着、現場密着、そして「お客さま密着」の営業スタイルだといえるかもしれません。

現在、商材の販売だけでなく、塗装や加工、組み立てまで行なう「製品加工事業部」を新設し、ものづくりにも挑戦しているのですが、それを可能としたのも関係先の皆さまと「ともに汗を流してきた」という歴史があったからだと思えます。約2千社の仕入れ先さま、約2千社のユーザーさま、当社の関連会社や協力会社、そして当社のスタッフ一人ひとりが有機的に結びつき、日々新しい価値と可能性が生まれているのです。

もちろん商社として、新規の市場開拓も怠つてはいません。東北や東海エリア、そして海外に拠点を構えて商圏を広げるとともに、これまで営業して

商社として深く根を張っていきたくと考えてきました。私どもの専門性を横に広げる事業戦略とは別に、もう一つの強みである「地域との結びつき」や「地域を想う気持ち」を深化させる取り組みにも、新しい可能性を模索してきました。

その一つが、学校をモチーフにした「DIYサービス」さくらの里」と、入浴特化型のDIYサービス「湯ざくら」の開設です。この高齢者施設は「地域のための場づくり」をしたいという、強い想いを抱いた中堅社員が主体となつて立ち上げた新規事業プロジェクトでした。

全くの異業種への挑戦であり、企画が提案された当初、正直に言えば、私



利用者の笑顔であふれる「さくらの里」。



本社横に併設された「れんがハニーガーデン」。

は「我々の理念に適しているが、果たしてどこまで実現できるだろうか」と半信半疑でした。しかし、発案者の社員は、高齢者施設の運営に必要な資格を自ら取得し、介護を担うスタッフを自ら集め、見事にやり遂げました。国語や数学、家庭科などの「授業」を楽しく学ぶことで、学生時代の気分を味わうだけでなく、認知症予防につなげる。足湯を設置し、利用者同士の交流を促す。潤沢な利益は望めませんが、社員の成長やモチベーションの向上、地域への貢献度など、総合的に捉えれば十二分に意味のある取り組みになったと思います。

また、当社を定年退職した社員が養蜂家になったことをきっかけに、オ

ガニックで非加熱の純国産「生はちみつ」を生産。本社横に「れんがハニーガーデン」というショップをつくり、はちみつのほか、地元のワッフルメーカーさんとタッグを組んで開発した焼き菓子などを販売するB to Cビジネスにも挑戦しています。

直営店というチャネルを持つことで、我々の可能性はさらに広がりました。地元には、ある事情で一度廃業を余儀なくされた事業を「復活させたい」と奮闘しておられる老舗和菓子店があり、その味のファンだった我々も「コラボ商品を」と、すぐさま動けたのです。現在、当社のはちみつを使用したどら焼きなど、商品開発や販売を通して一緒に「地域を代表する銘菓づくり」を楽しんでいるのですが、つくづく「地域とのつながりを深める方法は様々あるのだ」と実感します。

れんがハニーガーデンは、キルティング教室も開催するなど、地元の方々との触れ合いの場にもなっています。対企業のビジネスをしている我々にとって、一般消費者の感覚に接する機会というのは、実は想像以上に貴重なものなのだと思えます。大量生産大量消費の時代が終わって久しいのですが、いついっ大きな商いを求めてしまっている自分があることも事実です。地域に暮らす人々との接点を持つことで「自身の濃いもの、小さな想いに寄り添う



こなかった分野への横展開も試みています。例えば、当社で取り扱う洗浄剤やアルコール類などの商材を、食品業界に提案。大手飲料メーカーさまや食品加工メーカーさまに採用していただけました。また、医療分野では「注射針を表面加工して痛みを少なくする」という需要があり、この分野でも私どもの「表面処理の有用性」が活かされているのです。

「地域を想う気持ち」を
ビジネスへと昇華させる。

私どもは表面処理の専門商社として、大きさより強さを求めて成長してきました。それと同時に「地域の

もの、一緒につくり上げていくものを見つけて、大切にしていきたい」と、我々に「使命」を思い出させてくれるように思うのです。

私は、企業としての理念やスローガンとは別に「わくわくする」という感覚を重視しています。わくわくする仕事であれば、自然とモチベーションが高まります。わくわくする組織であれば、必然的に結束力が強くなります。単純な話、ピリピリした企画会議と、わくわくする企画会議と、どちらが自由で柔軟な発想が生まれるか。その答えは明らかです。よね。

発想自体が行き詰まったら、いずれ現状維持すら困難になることは目に見えています。私には環境や仕組みをつくることしかできませんが、これからはあらゆる可能性を試しながら、社員たちが「わくわくする会社」にしていきたいと思えます。



板橋社長とともに(写真右は大同生命 松崎照美)。