

No.109 会社訪問

日学株式会社

代表取締役 吉田 朋弘 氏



会社プロフィール

代表者：代表取締役 吉田朋弘

所在地：〒140-0014 東京都品川区大井1-49-15 アクセス大井町ビル5階

TEL：03-6409-2510（代表）

設立：昭和32年（1957年）9月12日

資本金：5,000万円

事業内容：ホワイトボード、黒板、電子黒板、掲示板、教育・オフィス・公共施設関連用品の販売・施工、ボード設備の製造・販売

URL：http://www.nichigaku.co.jp

日学・黒板アート甲子園特設HP：http://kokubanart.nichigaku.co.jp/

聞き手：外嶋友哉（広報委員）岡田康弘（事務局長）取材・撮影・編集：クリエイティブ・レイ株式会社

Face to Face—書けば伝わる、共感する。

**Nichigaku**

黒板、ホワイトボードを原点に  
円滑なコミュニケーションをひたむきに追求

— 御社の主力製品や業務の特徴についてお聞かせいただけますか。

弊社では学校用黒板、ホワイトボード、掲示板などをはじめとするコミュニケーションボードの製造および販売を行っています。主力商品は大手オフィス家具メーカーさん、事務機器メーカーさんに向けてOEMで供給しているホワイトボードや、学校などの教育機関に供給している黒板です。

理化学分野に一番近い製品で言いますと、研究室

などで多く採用されている電子黒板です。電子黒板には2種類ありまして、プロジェクターで映写しながらマウスポインタやマーカーを電子ペンで操作するものと、ホワイトボードに書いたものを撮影、スキャンしてデータ化するものがあります。弊社で製造している電子黒板は後者にあたります。

新商品のアイデアスキャナー「美撮る（ビートル）」はちょっとしたメモ書きも、ボードに貼り付けて鮮明にデータ化できるため、電子黒板というよりも大型イ



ボードに貼り付けたメモ書きも鮮明にデータ化できる「美撮る（ビートル）」



壁全面をホワイトボードに見立てる発想から生まれた「SMW」



第1回「日学・黒板アート甲子園」で最優秀賞を受賞した埼玉県立大宮光陵高校の作品

メージスキャナーという位置づけです。もう一点、ご好評をいただいている製品が、壁全面をホワイトボードに見立ててしまう発想から生まれた超薄型壁面ホワイトボード「SMW」です。アイデアを思い立ったら、その場で自由に書き込むことができる優れたものとして、IT企業をはじめとしたオフィスの会議室などで多く採用されています。また、意匠面にも配慮し、ホワイトだけではなく、石目調、木目調など多彩なデザインバリエーションを用意しています。

これらの製品群の価値をお客さまへ端的に伝えるスローガンとして、弊社では「Face to Face — 書けば伝わる、共感する。」というフレーズを掲げています。言葉だけでは伝わりにくいイメージやニュアンスも黒板やホワイトボードを介することで理解が深まり、共感を生み出すことができます。そういったツールを提供していくことの大切さを会社の使命としてこのフレーズに込めました。

— 創業の経緯についてお聞かせいただけますか。

「日学」は私の祖父が昭和32年(1957年)に設立した会社です。もともとは学校向けの理科や工作の教材を小学校に卸していたそうです。そういった経緯があり、「日本学校用品」を略して「日学」という社名になりました。祖父がヤマハ音楽教室さんで使用する五線譜の書かれたホワイトボードや教材などを提供したことがきっかけでホワイトボードを取り扱うことになりました。知的財産上、ホワイトボードを発明したのは筆記具メーカーのパイロットさんとなっていますが、

ほぼ同時期に祖父もホワイトボードを発明していたようです。

— これまで経営者として印象に残っている仕事や出来事があれば、お聞かせいただけますか。

社長に就任してからまだ6年と比較的年数が浅いこともあり、経営上、大きな出来事に遭遇していないのかもしれませんが、強いて挙げるとすれば、2年前から弊社主催で全国の高校生たちに向けて「日学・黒板アート甲子園」を開催していることでしょうか。

昨今、デジタル化があまりにも進んだ反動からか、黒板やチョークの持つ、アナログの温かみが見直されつつあり、黒板に絵画のような作品を描く「黒板アート」が注目を浴びています。教室の黒板などに描くため、永久に残すことができない儂さと芸術作品とも言える見事な出来栄がテレビやSNSなどで紹介され、話題を集めるようになりました。最近ではCMや各種プロモーション活動などにも使用されています。こうした背景に着目し、弊社主催で作品を募ることを発案しました。こうしたイベントを開催することに対して、社内には少なからず反対意見もありましたが、フタを開けてみると、予想を上回るたくさんの素晴らしい作品の応募がありました。今年は、前回の約三倍にあたる約160点もの力作が集まりました。

前回の「黒板アート甲子園」で優秀な成績を収めた生徒さんがある企業の目に留まり、仕事のオファーにもつながったそうです。弊社のイベントを通じて生徒さんが活躍するフィールドを提供できたことは私としてもた

いへん喜ばしいことでした。また、表彰時に生徒さんや高校の先生方の喜んで顔を見た時も「黒板アート甲子園」を企画してよかったとしみじみ思いました。

— デジタル化が進む中、いまだに黒板が学校で使用されているのは何か理由があるのでしょうか。

はっきりとした理由はよくわかりませんが、ランニングコストが抑えられることが、最も合理的な理由だと思われま。チョークはマーカーと比べて一本あたりのコストが安く済みます。

もうひとつの理由として考えられるのは、チョークで書くという行為や筆記具としてのチョークが先生方にとっての表現力につながっているからではないでしょうか。マーカーでは出せない微妙なタッチや文字のトメ、ハネといった表現はチョークでなければ、なかなか出せないと聞いたことがあります。「黒板アート甲子園」を行うにあたり、いろいろな先生方にお話を伺ったところ、ホワイトボードにマーカーで書くよりも黒板にチョークで書く方が表現力が出せるとおっしゃっていました。

また、チョークは黒板を叩くように書きます。文字を書くたびに教室にチョークの音が響くことで、生徒たちの視線や意識を自然と黒板に向ける効果もあるようです。

一方でデジタル化の波は教育現場にも及んでいるため、チョークの粉がプロジェクターやパソコンに入り込んでしまう懸念もあるのですが、それでも多くの先生方、特に年配の方々を中心に根強い人気はチョークにはあります。ちなみに「いつやるか?今でしょう!」で人気となった林修先生もチョークに強いこだわりを持っているそうです。

— これまでに経営上、困難だったと感じになったことがあれば、お聞かせいただけますか。

弊社が経営的な困難に直面した時期は二度あります。一度目は金融機関の貸し渋りや融資の引き上げが行われた1998年頃です。二度目はリーマンショック後の2009年頃に訪れました。この二度にわたる経済危機が弊社の経営に極めて重大なダメージを与えまし

た。貸し渋りの時期は私がまだ入社する前でしたが、リーマンショックのころは常務取締役になっていた時期でした。毎月売上げが落ち込んでいくあの恐怖感は今でも忘れられません。企業の設備投資に充てられる予算が抑えられるため、受注もストップし、弊社の業績は下がる一方でした。苦渋の決断でしたが、従業員の給料をカットしたり、早期退職の願いをするなどして、なんとか難局を乗り越えました。当時はやむを得なかったとは言え、人材の流出を招き、技術が継承できなかったことがボディブローのようにジワジワと効いてきたと感じたものです。

— 御社の経営理念や経営方針などをお聞かせいただけますか。

西郷隆盛が好んで使っていた「敬天愛人(天を敬い、人を愛す)」という言葉が創業者訓としてあります。経営理念として「当社は、社員の幸福を追求し社会にとって価値ある製品とサービスを開発・提供することにより世界の平和と進歩発展に貢献します」と掲げています。経営方針の中にもありますが、弊社では特に「社員の幸福」という部分を大切にしています。弊社の経営判断は、まず社員の幸福につながるかどうか基準になっています。同じ会社で共に働く仲間として、社員の幸福を最大限に追求することをモットーとしています。

— 現在の課題や今後の事業目標などがあれば、お聞かせいただけますか。

少子高齢化問題が弊社にとって喫緊の課題として横たわっています。これから縮小していく市場の中でどう生き残っていくか常に頭を悩ませています。特に少子化問題は深刻です。全国で学校の黒板を製造販売している業者は100社以上存在しています。なかなか差別化しにくい商品ということもあり、今後は価格競争のさらなる激化も予想されます。そのような環境の中でどう生き残っていき、成長していくかが大きな課題だと考えています。少子化問題は教材などを扱う業者にとって避けては通れない大きな問題です。

国内だけでは市場が縮小傾向にありますから、今後は海外市場にも視野を広げていこうと考えています。





営業社員の皆さんと（前列中央が吉田社長）

以前、ベトナムの教育状況の視察に訪れた際、驚きとともに大きな可能性を感じました。とにかく若年人口が多いため、学校の数が足りておらず、ひとつの教室を午前と午後の二部構成にして、授業を行っていました。倍の数の学校がニーズとして存在しているわけですから、ベトナムをはじめとした東南アジアの教育市場は大きな可能性を秘めていると思います。今後 JICA や ODA などの国の機関を通じて何らかの形で関わっていただければと考えています。

— 吉田社長の座右の銘やモットー、愛読書をお聞かせいただけますか。

渋沢栄一の「士魂商才」という言葉が好きです。この言葉は「義、勇、仁、礼、誠、名誉、忠義」からなる武士道精神をもって商売で才能を発揮し、利益を得ることが人々の幸せに結びつくと表現しています。日本人として武士道精神に惹かれるところもあり、かつ商売に携わる者としてこの言葉には強く共感します。商売はお客さまや社員との信頼関係があって成り立つものですから、潔さや、誠実さなどがなければその信頼関係は構築できません。逆に、そういった気持ちが欠けてしまうと商品にもそれが反映されてしまうと思います。常に「士魂商才」という言葉を心の中心に据えて行動するようにしています。

本は乱読するタイプで何度も読み返すわけではありませんが、十年ほど前に京セラの創業者・稲盛和夫さんの「生き方一人間として一番大切なこと」を読んだ時は、たいへん感銘を受けました。

— 吉田社長の趣味や、休日に楽しんでいることがあれば、お聞かせください。

休日はゴルフを楽しんでいます。学生時代はゴルフサークルに所属し、部長も務めていました。腕前はともかく、キャリアだけは長いです（笑）。

他にはアウトドア、特にキャンプが好きです。家族でよく出かけるのですが、キャンプに行くと普段家庭ではやらない料理を率先して作り、家族みんなに振る舞っています。

読書も好きなのですが、忙しくて読書をするためのまとまった時間がなかなか取れません。それでも通勤時間にビジネス書を読んだり、お風呂で半身浴をしながら歴史小説やサスペンスなどを読んだりしています。

そのほかには自作でパソコンを組むことも得意です。使っているパソコンの動作が重くなってきて不満が高まってくると無性に自分好みのパソコンを作りたくなります。

— 最後に当協会について一言お願いいたします。

黒板やホワイトボードといった製品は厳密に言えば科学機器のカテゴリーには該当しないのかもしれませんが、弊社は黒板やホワイトボードという旧態依然としたものからコミュニケーションをさらに円滑にするためのツールへの発展を目指しています。今回協会に入会させていただいたのも新商品のアイデアスキャナー「美撮る（ビートル）」の開発がきっかけでした。ぜひ、協会を通じてビジネスマッチングや役立つ情報をいただきながら、さらなる発展をしていただければと考えています。



社員の皆さんとのゴルフコンペにて  
吉田社長（前列右から2人目）は学生時代ゴルフサークルの部長も務めた