



「木」という手段を通して 日本を元気にしたい



0から1を作り出す仕事

昔はごく普通のどこにでもいるような学生だったと話す服部さん。高校時代・大学時代と運動部でバドミントンに没頭。腕が折れてもドクターストップが出て注射を打つても試合に出してしまうくらいだった。一生懸命生きる姿勢は今でも変わっていない。

そんな服部さんは大学卒業後、JT(日本たばこ産業株式会社)に入社した。「面接では『自分は全くたばこを吸わない。けども、新規事業をやらせてもらえるなら入りたい。』と言い切った。入社して、わたしは、仕事には三つの種類があると思っていて、それはゼロから1を作り出す仕事、1から10にする仕事、10を維持する仕事の三つ。その中でもわたしは、0から1を作り出す仕事でした。かっただけです。」

JTでは、二十七歳のころ営業からマーケティング部へ異動になり、商品企画をするようになった。「それまで営業では、そこそこ売れていて鼻高々だったのですが、マーケティングと営業では違っていて愕然としました。そこで、一からやり直したんです。その後、初めて自分が企画した薬用ニキビシートが結構売れて、消費者から手紙が来たんですが、それはビジュアルとして今でも覚えているし、励みになっています。」

ハートツリー株式会社 代表取締役 服部 進 さん

はっとり すむむ

1967年3月生まれ。
1989年JTに入社。営業、医薬部外品、清涼飲料水の商品企画、マーケティングなどを担当。その後、スポーツマネージメント、マーケティングリサーチ、インターネットプロモーションの会社を経て、2005年10月大塚製薬に入社。新製品「SOYJOY」の立ち上げ時のブランドマネージメント、宣伝部などを経て、2007年8月退職。9月にハートツリー株式会社を立ち上げる。

その後、調査会社やスポーツマネージメント会社の立ち上げにかかわり、大塚製薬ではSOMOSのプロジェクトマネージャーになった服部さん。

「会社にいるときは自分の仕事をする時間なんてないくらいに、会長から広報までいろんな人と絶え間なく話していました。話さなくちゃ何も始まらないじゃないですか。だから自分の仕事は深夜に家でやっていたんです。一日三時間睡眠を一年間くらい続けたときはさすがに体力的に辛かったです(笑)。でも、最終的にSOMOSは売れたから良かったね。発売した後、色んなインタビューを受けて華やかな質問をたくさんされたんだけど、マーケティングっていうのは華やかそうに見えてしんどい仕事だと思っよ。」

そんな時、仕事の合間に缶コーヒーを買って会社の外で飲んでいたら、オフィスの近くの木を見上げて癒されたことがあったそう。「そう考えると、その頃から、木」に縁があったのかもしれない。」と服部さんは振り返る。

木を通して日本を元気に

0から1を手がけた後、独立し、ハートツリー株式会社を設立した服部さん。その起業に対する思いとは。

Q&A

- 起床から家を出るまで何分?
30分。
- 睡眠時間は?
5時間くらいかな。
- 今、一番行きたい場所は?
アメリカ大リーグの試合を見に行きたいです。
- 休日の過ごし方は?
スポーツ観戦。野球が多いです。
- あと、走ってます。芝公園とか。
- お財布の中身はいくら?
2万円以内、あんまり入ってないです(笑)。
- マイブームは?
日本の文化や音楽。奥が深いです。和楽器はわくわくしますよ。
- お気に入りのブランド
物にないです。

- よいなと思ったものを買います。
- おすすめの本
山崎豊子『沈黙の大地』 遠藤秀介『シブヤク』 真山仁『ハグタカ』
- もし人生がやり直せるなら?
人に感動を与えられる人、イチローとか(笑)。
- こういう女はやめておいたほうが良い
電車内で化粧をする人。
- 古い価値観?
いいことだけ。
- 大切なこと
一生懸命やることでしょうか。

「目的は、日本を元気にしたい。ってところですね。人も環境も暗い世の中になって、すごく危機を感じています。自分が何かやることで少しでも変わってこれればいいと思っています。マーケティングとこれらは、感動を付与すること。今までエゴは善悪だけで行われていて、調子の良い時にはたくさんやるけれども、今みたいな状況になると全部ストップしてしまふ。すると今までお金が回っていたところにお金が行かなくなってしまう。だからこそお金が循環する仕組みを作りたいんです。具体的にやっていることの一つ目は『木を植える』こと。例えば、野球選手が小学生に野球を教える、そのイベントの最後に小学校で一緒に木を植えたり、それですごく嬉しいことですよ。その木を小学生は毎日登校する時に見て、見たらその時のことを思い出して出すし、協賛企業や僕たちのことも思い出してくれるかもしれない。その日の思い出が、木」という形になって残ることになるんだよね。二つ目は『木を切る』こと。ナチュラルローソンでもらえる割りばしに広告を入れることで、全て国産にしています。国産の割りばしは、森を守るために切った間伐材や、建材の端材を材料にできています。でも、今の日本で使われている約二五〇億円のうちの九八%が中国産になってしまった。これは安いからなんです。その差額を広告で

埋めることで国産割りばしの需要を高めていきます。これらをつきつかけに林業に需要を生む活動をしています。親子の関係が希薄して行く中で、命の次の贈り物である名前は、親からの強いメッセージが込められているもので、その名前を呼び合うことを広めて互いの関係を深めてもらいたい、というものです。」

学生に向けて

「学生で、一歩を踏み出せない。っていう人がいるけど、それは本当にやりたいと思っていないからだと思います。マーケティング用語ではニーズ、行動、満足っていうのがあるんだけど、行動が無いのはニーズがないってこと。あるいはそれに対するマイナスイメージが多くて、その要因を一つ一つ解決していかないでただかと思う。解決するためには人と話すことですね。全ては人と話すことから始まると思います。部下には『仕事は夜中でもできるんだから、会える時に会って人と話をしろ』って言います。あと、わたしは常に人に生かされていると思っています。だから、誰に対しても尊敬の意を持っているんです。自分と全く違う、知らないことを経験している人からね。大切なことは壁を作らないこと。壁を作ると相手にもわかってしまいますよ。」