

プラスが目指す「社会最適」と私たちの実践



ステーションリーカンパニー
製品戦略本部
加藤 優美

ジョイントテックスカンパニー
セールス&マーケティング本部
長山 千華

ファニチャーカンパニー
営業本部
遠藤 智彦

プラスグループは「四方良し」の精神を大切に、「社会最適」の実現を目指しています。

サステナビリティ方針体系は現場の社員にも浸透し、経営と社員が一体となってビジョン達成に取り組んでいます。本座談会では、社員たちが「社会最適」の実現に向けて工夫し努力していることや、その成果を分かち合う喜びについて語り合いました。

今、挑戦していること

——これまでの経歴と現在の仕事内容を教えてください。

加藤 私は、幼少時から「創造すること」に楽しさや素晴らしさを感じていて、創造をサポートするような道具を作りたいという想いがありました。就職活動を進める中で、そうした道具のひとつである文具に魅力を感じて、2007年にプラスへの入社を決めました。入社後はステーションリーカンパニー（以下、PSC）のマーケティング本部（現・製品戦略本部）に所属し、これまでに「ローラーケシポン」の限定企画、デコレーションテープ「デコラッシュ」のリニューアル企画等を担当し、昨年、プラスとして初めてのチャレンジとなる布製ランドセルの「パッかる」を開発しました。現在は、ランドセルの担当と兼務するかたちでテープのり製品のチームに所属し、従来の事務文具に新たな価値をもたらすための企画や、

海外での販売を見据えた企画に取り組んでいます。

遠藤 私は2012年の入社後、ジョイントテックスカンパニー（以下、JTX）で営業やJTXが展開する各種サービスの推進を担当し、6年目からはMA営業企画課で大企業の本部の営業窓口を担当しました。その後、2022年のオフィス家具事業の統合を機にファニチャーカンパニー（以下、PFC）に異動し、営業推進部で大企業を担当するのと並行して、ショールームオフィスの案内対応や展示会の企画運営、各種サービスの推進など、プラスグループ共通施策に取り組んでいます。

長山 私は2008年の入社後、JTXのCRM部でコールセンター業務に従事し、2011年11月に異動した東北支社では、営業職として担当販売店やその先のお客様への各種サービス提案や商談を担当しました。JTXの事業はモノを売ることがベースにありますが、東北支社の業務では当時から

からお客様のお困りごとの解決をトータルでサポートすることを大切にしていました。2019年7月に東京に戻ってからは、オフィス向け通販「スマートオフィス」の企画部を経て「スマート介護」の企画部に異動し、新商材の探索や立ち上げを担当しました。現在は、2025年1月に新設された業態開発部で、新しいビジネスやサービスの立ち上げに取り組んでいます。

「社会最適」の実感

——業務の中で「社会最適」を実感・実現した具体例を教えてください。

加藤 当社では環境配慮商品、特に紙製パッケージへの移行を積極的に進めていて、私自身も「長期的な視点で環境に良いものは何か?」と日々考えています。また、「環境貢献」は今やZ世代にとってひとつの価値にもなっていて、私たちの開発チームでは、お客様の「声」に耳を傾ける、「エコ」に配慮する等の意味を含めた「COE365(コエサンロクゴ)」というブランドを立ち上げています。この「COE365」は、環境貢献だけでなく、トレンドや学生が共感しやすい要素を取り入れたデザイン等も好評で、SNSでも大きな反響がありました。



文具のその先へ、消費者の言葉にならない気持ちをつかむ商品開発を

加藤 優美

長山 私は、介護・看護ワークシェアリング カイテク株式会社との協業案件で、プラスグループが経営方針として掲げている「四方良し」による社会最適を実感しました。介護事業所の運営には「ヒト・モノ・カネ」が不可欠ですが、かつてのスマート介護は「モノ」の提供が中心で、お客様のお困りごとを総合的に解決するとはいえない状況でした。そうした中で、当時スタートアップだったカイテクとの協業スキームの立ち上げや運営のサポートを行い、同社と協業することで、介護事業所の人材面のお困りごととも解決できるようになりました。この協業によって、JTXとしては人材課題を持った介護事業所の経営層と新たな接点を持つことが可能となり、一方でカイテクも、JTXの販売網を活かして幅広くサービスを展開できるように



お客様の課題解決に、グループの力を結集して寄り添っていく

遠藤 智彦

なった。すべての関係者がWin-Winになれるビジネスモデルが生まれたのです。これまでは「サステナビリティ=環境」と考えがちでしたが、あらためてサステナブルの意味を考えてみると、こうした私の仕事もサステナビリティであり、社会最適そのものだなと思います。

遠藤 私も、営業推進部として年間300名以上のお客様を恵比寿や虎ノ門、赤坂といった当社のオフィスにご案内する見学ツアーを担当しており、お客様が自社オフィスの課題を発見し、解決策を見出す瞬間を日頃から目の当たりにしています。これはまさに、社会最適のひとつの姿だと考えています。さらに言えば、当社オフィスはプラスだけでなく販売店にも有効活用していただいており、販売店がエンドユーザー向けのイベント会場として使用することも可能です。イベントではJTXの商材等も紹介していて、PFCとお客様、販売店とユーザー、そしてプラスグループ内を繋ぐハブとしても機能しています。イベントを通じて、社会最適がグループの内外へどんどん広がっているのを肌で感じるんですね。だからこそ、自分もそれにしっかりと参画し、貢献していきたいと思っています。

これからの「社会最適」

——今後の業務で実現したい目標や夢をお聞かせください。

加藤 「Stationery, and beyond」を実践して、文具の枠にとらわれずに「ユーザーの言葉にならない気持ち」をつかむ製品を企画していきたいです。布製ランドセルの「パックる」はその一例で、文具と同じユーザー層に対して、文具を扱ってきたプラスならではの視点で機能的なランドセルを展開できないかと考え、提案したものでした。一方で、新たなユーザーを対象とした新商品の企画には、販路の課題がつきものです。今回、遠藤さん、長山さんのお話をうかがって、そうした企画ではカンパニーの枠を超えたチームでプロジェクトを動かしていけたら、純粋におもしろそうですし、もっと広い課題解決に繋がるのではないかと興味が湧きました。これまでは開発業務に注力

してきたのですが、お二人のさまざまな経験をうかがうと、商品がお客様に届くまでのすべての段階に携わり、開発に活かしてみたいと感じますね。

遠藤 カンパニーの枠を超えたプロジェクトは、まさに今後のグループのポテンシャルだと思うんです。プラスの資産である各オフィスは、グループのシナジー効果やグループ内の連携加速にもっと活用できと思っています。直近では2025年2月に「CREATORE with PLUS 仙台」がオープンし、拠点網が拡大してきているので、恵比寿オフィスで実施している販売店のイベント等をパッケージ化して、連携のノウハウを全国の拠点に展開していければと考えています。プラスには顧客の要望に寄り添い、スピーディーに実現する企業文化が根付いています。実際に、ICT商材を扱う販売店が他のベンダーからことごとく断られたコラガ商品企画について、私の上長が即決で応じ、商品化したこともありました。こうした挑戦を歓迎する文化は、これからも大切にしていきたいです。

長山 私は、現在の部署の使命である「業態化」を早く形にして、「コト」ビジネスの拡大に向けて進化するJTXの姿を皆さんにもっと知ってもらいたいという想いがあります。



入社のきっかけになった「ユニークネス」を
体現できる存在でありたい

長山 千華

そのためには、売上という数字でしっかりと成果を出すことも重要だと考えていて、販売店や当社の営業担当が新たなサービスを販売しやすくなるような仕組みづくりもミッションのひとつだと捉えています。成果とスピード、そしてその先の社会課題解決を貪欲に追求していくために、JTXの持ち味である勢いを重視して、ブラッシュアップしながら運営していきたいと考えています。

プラスグループの一員としてのビジョン

――今後、プラスグループをどのように牽引していきたいか、
支えていきたいかをお聞かせください。

遠藤 PFCでは、大切な資産である当社オフィスを、「Suwary」等のデータも活用しながら時代に合わせて絶えず進化させており、その価値向上のノウハウをお客様への提案にも活かしています。メーカーカンパニーの一員として、常に新しい価値を発信し続け、グループ内外の幅広いステークホルダーの皆様には有益な情報が提供できるような存在になっていきたいと思っています。

長山 私は、企業理念の中にある「ユニークネス」という言葉に惹かれて入社しました。その想いは今も変わらず、ユニークネスを体現できる存在でありたいと思っています。また、自分よりも若い後輩たちに「プラスならいろんなことにチャレンジできる」「プラスでチャレンジしてみたい」と思ってもらえるような風土や環境づくりにも貢献していきたいです。

加藤 私は、プラスの商品の良さや楽しさをもっともっと知ってもらいたいと思っています。「プラスといえばこれだね!」という認知に繋がるような商品を生み出したり、社会最適に繋がる発信をしていくことが、これからの目標です。開発や販売促進に携わり続け、世の中のニーズやユーザーの繊細な気持ちを商品で体現していきたいと思っています。



これが私の「社会最適」

環境配慮を新たな魅力へ

セーラー万年筆株式会社
開発本部 企画開発部

阿部 利乃

パッケージや什器などの企画と購買業務を担当し、環境配慮・コスト・顧客満足のバランスを追求しています。

万年筆の「四季織カートリッジ」ではプラスチック製ケースから紙パッケージに移行すると同時に、包材コストを下げ、インク1本あたりの販売単価を約半分に抑制。「ふでDEまんねん」では、紙を透過する技術「紙エール」を業界で初めて包材に採用し、商品を保護しつつ魅力的に見せることにこだわりました。これからも業界に先駆ける挑戦心とユニークな発想を大切に、時代が求める価値を形にしていきます。



購買管理をもっと便利に、スマートに

ビズネット株式会社
IT本部

石塚 弘幸

ビズネットのサービスは、単なるITツールの提供にとどまらず、お客様の生産性向上や業務変革を支援するものです。例えば、複数のサプライヤーを横断的に繋ぐ購買管理プラットフォームを通じて、相見積りや請求、検収入力といった作業を不要にし、購買関連業務の工数を約3分の1に削減。人手不足の解消にも貢献しています。今後は、分散していた納品の集約に着目し、環境に配慮した高効率な物流体制の構築に挑戦。グループを横断的に見渡し、各社の強みやリソースを融合させて、「社会最適」の深化を図っていきます。



地域の想いをカタチにした学校を

株式会社教育環境研究所
代表取締役社長

小池 徳彦

私たちは、地域の皆様の声を聞いて学校の構想・計画に落とし込み、学校づくり全体をプロデュースしています。例えば東日本大震災後の陸前高田市、大熊町などのゼロベースからの学校づくり、また間伐材を活用した、木造の学校を建築するプロジェクトを企画しています。地域の皆様の想いをカタチにし、子どもたちや先生方のウェルビーイングを追求していくことが、私たち自身のウェルビーイング向上にも結びついています。今後も想いを繋いで具現化し、より良い学校とまちを造っていくお手伝いをしていきます。



物流の進化で社会最適を支える

プラス ロジスティクス株式会社
管理本部 総務部

森野 早苗

プラス ロジスティクスは、お客様ごとに最適な物流オペレーションを構築し、サイズや形状を問わない多様な荷物に対応できる柔軟性と、庫内設計から運営、お届けに至るまでの高いノウハウを強みにしています。人手不足の解消、環境配慮、顧客満足の向上を同時に実現する「社会最適」を目指し、配送効率化やロボットを活用した倉庫の自動化などにも取り組んでいます。物流企業は黒字的な存在なので、先進的な挑戦が伝わりにくいもの。だからこそ広報担当として、こうした価値をわかりやすく社会に広めることがミッションです。



「書く価値」を未来の学びへ

日本ノート株式会社
マーケティング本部 販売企画部

寺本 久美子

学習帳を中心とした販売企画を担当しています。お客様に満足いただけるモノづくりを大切に、ユーザーの声を新商品に活かすことにやりがいを感じており、廃棄品をプラスグループ内で“お裾分け”して使用感や改善点を集める活動にも携わりました。近年は、罫線やマスが見やすい学習帳など、多様性に応える商品づくりを推進中。デジタルの時代でも「書くことの価値」を広めていくため、使いやすさや紙へのこだわりを追求するのはもちろん、先生方との繋がりを活かして学びを支え続けていきたいと考えています。



モノづくりで「四方よし」を目指す

オフィスコム株式会社
商品・物流本部 商品企画1課

山本 雄也

オフィスコムの商品開発を担当しています。昨年、当社の旗艦モデルを超えるオフィスチェア「AE-1」を発売しました。より快適な使い心地とデザイン性、他社製よりも低い価格帯を実現し、お客様からも多数の良いレビューをいただいています。開発工程ではパートナー企業である中国のメーカーと直接やり取りし、お互いWin-Winになるよう商品の改善を重ねており、深い信頼関係のもと協業が拡大しています。今後も「四方よし」を大切にしながら、幅広いお客様が楽しくリラックスして働けるような商品を生み出していきます。

