



株式会社 アタッシュ
代表取締役

内藤 宏昭

自分の流儀に共感してくれる顧客が増えるにつれ、大きな組織の中で自らの信念に基づき仕事に理想を求めるのが難しくなることに悩んだ勤務時代。その経験から内藤社長は今、自身の目が行き届く規模を維持しつつ、最良の仕事を追いつけている。「お客様が他でもない私たちを選んで下さった意味を考え、お客様にとっての本当の成功をとことん追求する——そんな“本質を見極めた妥協のない仕事”を続けたい」と社長。「アタッシュ」にしかできない仕事を通じ、展示業界に唯一無二の存在感を示していく。

「一期一会の出会いを大切に 本質を見極めた仕事を続けたい」

豊富な実績に基づく総合プロデュースで 顧客それぞれの最適解を提案・実現する展示・イベントのプロ

展示会やイベント、ショールームの企画から設計、施工、運営、演出、映像制作などを幅広く手掛ける『アタッシュ』。豊富な経験と知識を強みに、とことん顧客に寄り添い、ニーズを追求・提案・実現する、一般的な装飾会社とは一線を画す総合プロデュース会社だ。本日は同社を野村将希氏が訪問。内藤社長にインタビューを行い、仕事に懸ける情熱やその人物像に迫った。



代表取締役

内藤 宏昭



全員の信頼を寄せる社員さんたち

——『アタッシュ』さんでは展示会やイベントなどの総合プロデュースを手掛けておられるとか。内藤社長は長くこうした業界を歩んでこられたのですか。

この道一筋に30年近く歩んできました。元々私は教員を目指していて、大学時代には教員免許を取得したんです。ですが、子どものころからのづくりが大好きで、母の話ではご飯も食わずに没頭していたそうですし、友人の誕生日には「つくって」と頼まれることを分かった上でプラモデルをプレゼントし、つくる楽しさを味わわせてもらっていました(笑)。そうした素地があったことや、人とのコミュニケーションが好きだったこともあって大学4年生の夏に急遽、進路を変更。ものづくりとコミュニケーションを両方生業にできる展示・イベント会社に入社して、20年間お世話になりました。

——長く経験を積まれたんですね。詳しくお聞かせいただけますか。

モーターショーなど様々な展示会、国内の代表的なテーマパークのアトラクション、皇室関連の催事などを手掛ける老舗企業で、数えきれないほどの案件に携わらせていただきました。私が配属された展示会の仕事は3~4日ほどで取り壊されてしまうものがほとんどですが、だからこそ貴重、「こんなイベントにしたい」というお客様のご依頼から、同じゴールに向かい一体となって一つのものをつくりあげる充実感や出会いの一期一会は、何よりの魅力だと思います。

——とても充実した日々を過ごされていたようですね。独立起業には何かきっかけがあったのでしょうか。

意外に思われるかもしれませんが、独立のきっかけは挫折でした。私は「お客様に喜んでいただきたい」という想いが人一倍強く、“その仕事の本質を見極める”ことを信条に企画・提案を行い、実現に結びつけてきたんです。ですが、環境の変化からお客様のリクエストに十全にお応えすることが難しくなり、その苦

しさに耐えきれなくなったため、独立起業に至ったのです。

——と云いますと？

勤務時代の後半、私は企画・提案によって仕事を獲得してくるチームを任されていた。場数を踏み地力がついていくにつれ、企画コンペの一般的な勝率が3割で上々のところを、私は7割以上の成績を残してきたからです。プレゼンテーションに大切なのは、お客様の立場に立って、何を求めておられるか、慎重に、しっかりと「聴診器を当てる」ことです。野村さんはドラマなどで何かの役を任された時、その役が自分に依頼された理由や、自分が何を求められているかをイメージしながら演じられるでしょう。

——ええ。とことん考えます。

同様に、お客様が数ある同業者の中から私共にお声掛け下さるのは、私共の「何か」に期待して下さっているということです。その期待に応えるためにも、私共も最善を尽くさなければなりません。仕事との出会いは一期一会であり、お客様がそのイベントに求めるものはもちろん、開催日や時間、場所、予算など一つとして同じものはありません。そうしたことを踏まえた上で、お客様にとって何が成功なのかを考え抜き、企画を練り上げていきます。そうして「これだ!」と思う企画ができれば、信念と愛情を持ってプレゼンができ、だからこそ説得力が生まれてお客様に採択していただけるのです。

——素晴らしい情熱ですね！それほど真剣に取り組んで下さるなら、お客様も喜ばれたでしょう。

そう信じています。ただ、私が心血を注いで仕事を取ってきても、実際にその企画を実行に移す部署はまた別であり、そのスタッフと私との間に温度差や考え方の違いが生じることがしばしばあったんです。料理でたとえるなら、お客様はハンバーグを求めておられるのに、料理人は寿司職人で、出てきたハンバーグは当然もうひとつだったといった状態ですね……。その事象



company data

株式会社 アタッシュ

東京都千代田区二番町1-2-440

URL : <http://www.attache-expo.com>

に危機感を覚えて、実行者とお互いに理解を深めて距離を埋めようにも、密なコミュニケーションを好まない世代とのジェネレーションギャップを感じることもありました。私のやり方を良しとして下さるクライアントが増えるにつれ、大きな組織では自分の信念に基づいた仕事の実現やクオリティをキープするのが難しくなる——そのもどかしさに悩み、挫折を感じた末の独立でした。

——お客様に最良のものを提供したいという信念は、絶対に曲げられなかったんですね。退職後から現在についてはいかがですか。

今の私が在るのは前職場のお陰に他なりませんし、当時は骨を埋める覚悟で働いていましたから、きちんとお話しして円満に退職させていただきました。そして退職から1カ月後に『アタッシュ』をスタート。最初の3年は1人で続けていましたが、その後、それぞれ別の道を行っていた同僚に加勢してもらい、現在で創業9年目。お陰様で順調に経営できています。

——信頼のおける仲間がいてくれて、心強いですね。

ええ。それに自分が経営者となり、彼

らが加わってくれたことで、他者に接する姿勢も少し変化しました。この仕事は、妥協せず完璧を目指してこそ真のプロフェッショナルとしての評価がついてくるものですが、だからといって自分の意見や考えを押し付けるのではなく、理解し合わなければいけない、と。ただ、お客様が私の会社に依頼して下さっているということは、私の考え方を支持して下さっていることでもありますから、社員には私に近い流儀で仕事にあたってほしいと伝えています。

——企業は人なりとの言葉があるように、皆で熱意や信念を共有して仕事にあたることはとても大切だと思います。最後に今後の展望をお聞かせ下さい。

大きな組織を目指すのではなく、「アタッシュ流」を貫いていける範囲で最良の仕事を追いつけていきたいです。社員とは仲間として力を合わせて取り組みたいので分業制にはせず、今のメンバーを中核に10人程度まで人を増やせたら、個々の個性を活かし、より広く、しっかりと、お客様の期待に応えていきたいです。その中で着実に企業として成熟していければ、嬉しいです。

(2019年7月取材)



タレント

野村 将希

after the interview

「お客様はもちろん社員さんも含め、人生でどれだけの人に出会えるか——しっかりと信頼関係を築き、輪を広げていきたい」と内藤社長は語っておられました。人一倍の情熱と義理堅さ、自身の姿勢を顧みて改善していく柔軟性で以て、今後も多くの方から求められる仕事を続け、その目標もぜひ叶えていただきたいですね。

展示業界における“アタッシュ・ド・プレス”を目指して

▼顧客を想う気持ちが高じて、独立起業に至った内藤社長。どこまでも顧客ファーストを貫く姿勢は、『アタッシュ』という社名にも込められている。▼その由来の一つは「アタッシュ・ド・プレス(広報担当)」。つまり展示業界における広報担当を志しているのだ。それは、アパレル業界などで、ブランドの認知度を向上させるために最も効果的な企画立案及び実行する人のことを指し、その業務はPR・広報の枠を超え、マーケティングやコンサルまで多岐にわたる。また、もう一つの由来は「アタッシュケース」。「いつも持ち歩いて、困ったら開けて下さい。何でもお応えします」という意味だ。▼その由来通り、同社では顧客それぞれにとっての成功の形をとことん追求。それが効果的であ

れば、空間ディスプレイのみならず、新たな手法やデバイスを積極的に取り入れ、総合的なプロデュースをしていく。加えて日々のやり取りではレスポンスの迅速さ・丁寧さも妥協しない。そんな自身の仕事について社長は「私共はお客様がご満足いただけるお料理をお出しするために、細かくご要望をお聞きする『ウェイター』であり、『コック』です。また患者さんの悩みを共有し、それを治す特効薬の処方箋をお出しする『看護師』『薬剤師』であり、『医師』でもあります」と表現する。そして最良の企画の提案・実現、成果に結びつけていける強みこそが、同社が多くの顧客からリピート率ほぼ10割という信頼を勝ち得ている要因なのだ。