



あゆわら 社長
榎本高行氏(36歳)
Takayuki Enomoto

ジャーナリスト:吉村克己

風景の感動を ビジネスに変える 日本初の「風景専門店」を開店

風景をビジネスにするという一風変わった目的で榎本高行氏は2008年にあゆわらを設立した。ネット上に「風景専門店」を開き、風景をテーマにした写真、絵画、グッズなど3,300アイテムを販売している。なぜ、「風景」で起業したのか、榎本社長に聞いた。

えのもと・たかゆき 1973年埼玉県生まれ。97年に明治大学法学部卒業後、ダイワボウ情報システム入社。2002年にワークスアプリケーションズに転職。在職中に風景を売るネットショップを開設し、その後、起業を決定。2008年に独立し、あゆわら株式会社を設立。売上高は2,000万円(2010年度見込み)、社員1人。



「風景」が環境保護につながる

2008年8月から10月にかけて一風変わった2件の商標登録が認可された。「風景ビジネス」と「風景専門店」という商標である。申請したのは、あゆわら社長の榎本高行だ。榎本は特許庁の担当者に「これは発明ですね」と言われて、あらためて「そうだったのかと気づいた」と笑う。

風景ビジネスとは、風景をテーマにした写真や絵画、映像、アート、旅行ツアーの販売など『風景の感動』を提供するビジネスである。また、風景専門店はこうした商材を扱う専門店であり、現在、自社や楽天市場などネット上にだけ存在する。

いまのところ3,300アイテムが販売されているが、売れ筋はポストカードや絵、写真、リーフアート、プラントアートなどで、安い商品で400円から、高

いものになると15万円で売られている。平均の購買単価は7,000～1万円だ。楽天市場のカレンダー(風景)部門ではあゆわらの商品が1位を獲得したほか、絵画部門でも10位にランクインした。通常、絵画というとリトグラフでも何万円もするし、アートフォトを気軽に購入できる場は少ない。あゆわらでは、比較的安価でこうした作品を入手できることが受けているようだ。

利用客は30～40代が中心で女性が7割を占めている。結婚や誕生日などのプレゼント用として、あるいは店舗やオフィス、自分の部屋のインテリアとして買う人が多く、年に3～4回も購入するリピーターが少なくない。

しかし、榎本は従来のようなアートギャラリーになるつもりはない。あくまでも美しい風景や自然を切り取った作品を生活に提供することで、社会貢献

をしたいと主張する。

「世の中、環境ビジネスと言っても名ばかりで、実態がつかみにくい商売が目立ちます。それよりも、きれいな風景や世界遺産、希少動物を身近に見ることで、一人ひとりが自然や景観などを大切にしようと思う、それが本当の環境保護につながると思うのです。だから、あゆわらでは風景の感動を伝えるものならば、自然、文化、遺産、街並みなど何でも扱いますが、それ以外はやりません」

ちなみに、同社では売上の一部をユネスコや日本ナショナルトラスト協会に寄付している。

心象風景もアートにする

また、風景ビジネスが軌道に乗れば、写真家や画家などアーティストの活動範囲が広がる。あゆわらはまだ月商100万～200万円なので、アーティストが生活の糧を得るまでにはいかないが、将来的には若手アーティストがデビューする場にしたいと榎本は夢見ている。

現在、同社で扱っている作品・商品の多くは、アート関連商材を制作・輸入している専門メーカーから仕入れたものだが、榎本が自ら見出し、作品を販売している坂道なつなどの若手作家もいる。

しかし、榎本の思いと利用者のニーズが一致するとは限らない。

「坂道さんの作品はすばらしいと思うのですが、残念ながらまだあまり安定して売れるようになっていません。その一方で、栗乃木ハルミさんの作品はわが社の売れ筋ナンバーワンです。もともと人気作家で、『デパートで見て感動したから買った』というお客さんも多いのです。やはり、作品や作家の露出量の違いが売れ行きに影響するのかもしれませんが」

榎本は、あるとき知人たちに「どんな壁掛けなら買いたいと思うか」と聞いたことがある。すると、

一人が「心の中の内風景があったら、即座に買う」と答えたという。

「記憶や思い出などの心象風景を表現するには写真がいいのですが、思い出の写真を引き伸ばして飾ろうとは思わないでしょう。そこで、お客さまの心象風景をイラストや油絵、織物などに加工するオーダー制作のサービスも始めたのですが、まだそれほど注文がありません」

たしかに子どもの頃の心に残る情景には惹かれる。室内に飾るインテリアとしては個人写真よりふさわしいものがあるだろう。絵なのか、物なのか、出来事なのかわからないが、まだまだ風景ビジネスの広がりはあるようだ。

新婚旅行の写真がきっかけに

榎本は1973年に埼玉県に生まれた。97年に明治大学法学部を卒業後、パソコン・周辺機器の販売やソフト開発で成長したダイワボウ情報システムに入社した。丸紅担当に抜擢され、取引を25倍以上に拡大し、営業成績ナンバーワンとして何度も社内表彰された。

その後、2001年にベンチャーメーカーからの仕入担当になり、ベンチャー企業の経営者と接するうちに起業のおもしろさを知り、興味をもった。

ちょうどその頃、結婚し、新婚旅行でタヒチに行った。南の海の驚くほどの美しさに感動し、デジカメで写真を撮ってプリントアウトし、何人かの友だちに見せると、「すごいうまいじゃない」とほめてくれた。それならばと額装し、フリーマーケットで売ってみたところ、1枚2,000円の値付けでもたちまち14枚が完売してしまった。

「なかにはサインをしてくれなどと言う人もいて、こんなものでも売れるのだと思いました」

だが、その時点で風景ビジネスというアイデアを



榎本社長は「世の中に役立つ会社はいずれ消える」という。ユーザーからもあゆわらの理念を理解して「応援したい」というメールが届く

取扱い点数を増やしたら、ユーザーから理念と違うのではと、いさめのメールが届いた。今後、点数をどこまで増やすかが課題だ



思いついたわけではなく、起業するにはまだ力が足りないと思っただけで、そこで、もっと小さい会社で自分を鍛えたいと、2002年に創業5年のワークスアプリケーションズというベンチャーに転職した。同社はERPパッケージの開発会社としてその後、急成長し、店頭市場に上場した。

榎本はそこで、創業者でCEOの牧野正幸やCOOの阿部孝司と出会い大きな影響を受ける。

榎本はシステム導入のコンサルティングで活躍し、2006年にはマネジャーに昇格、関西エリアの責任者になった。

幅広い人脈が起業を後押し

その前年の2005年には自分の撮影した写真を売るネットショップを開業し、週末起業家として腕試しを始めていた。本業のついでに運営していたが、月に数枚はポツリポツリと売れていく。

当時は、本業のコンサルティングで東京の本社と関西を飛行機で行ったり来たり生活だった。移動中の機内で、榎本は自分は本当に何がやりたいのだろうと考えた。

「画廊になりたいわけではない。自分の本当に好きなことはなんだろうかと考えました。旅行や、きれいな風景を見ることが好き。それじゃ、風景を集めるビジネスはどうだろうかと思いついたのです」

このアイデアを同世代の経営者や投資家8人に話すと、「本気ならおカネを出すよ」と6人もが賛同してくれた。これなら、いけるかもしれないと、自信をもった。

ネットショップではプロ写真家で世界遺産を撮りつづけている富井義夫のオリジナルプリントを扱いはじめ、少しずつ売れるようになっていた。富井との出会いも榎本らしい。

美しい風景写真を探して本屋に行ったところ、富井の世界遺産の写真集を見つけ、会いたいと連絡した。榎本は物怖じせず人と会い、携帯電話に600人もの電話番号があるほど交際が広い。実際、榎本と会うと昔から友だちだったと錯覚させるほど、気さくで打ち解けやすい。

「富井さんにお問い合わせすると『おもしろいね。応援してあげるよ。写真はどれでも使っているよ』と快諾してくれました。豪快な方です」

起業とは川の流れを変えるようなもの

2008年、榎本は独立を決意した。CEOの牧野に報告に行くと、「なぜ、会社をつくりたいんだ」と聞かれた。「自分でやりたいからです」と答えると、牧野は榎本をこう怒鳴りつけたという。

「ふざけるな！ 会社はいろいろな人を巻き込んで動かすものだぞ。もしつぶしたときに、自分がやりたかっただけですむか！ 世の中の役に立つことをやったが力及ばずすみません、ならまだ許せる」

牧野は社内でいつも「社会貢献が大事だ」と言いづけていたという。それを榎本も聞かされていた。「社会貢献は企業理念として意味があり、しかも小さな会社が社会に受け入れられるうえで理にかなっている。顧客も従業員も社会貢献しているなら応援してやろう、頑張ろうという気持ちになります」

結局、牧野は快く榎本を送り出しただけでなく、「いまから3年間、もし戻ってきたら、いまよりいい給料をやる」と約束してくれたという。

もちろん、そんな甘い気持ちで起業は成功しないが、「心の拠り所になった」と榎本は感謝する。

2008年9月、あゆわらを設立。社名は榎本の好きな言葉「愛、友、和、楽」の頭文字から取った。妻は当初、反対していたが、「会社に依存する時代じゃない。自分を鍛えつづけていないとこれからは生き残れない。もっと成長したい」と説得した。

出資金は最初にアイデアを話し賛同してくれた6人から提供を受け、自分はいして現金がなかったので、自動車を現物出資した。

だが、いざ出陣とばかりに起業した月から売上が減りはじめた。最初の月商はたった6万円。

「明日から食べていけるのか不安でした」

商材を仕入れるたびに、口座から50万、100万円単位で資金がなくなり、「起業後、数カ月は夜も眠れ

ない日が続きました」と言う。

しかし、設立直後に埼玉県「第1回Mioオフィス起業プランコンテスト」で最優秀賞を受賞するなど、風景ビジネスは話題を呼んだ。

また、榎本自身の広い人脈によって、バンダイ、ソフトバンクなどと業務提携を結び、ダイワボウ情報システムから商材提供を受けるようになった。

こうして、あゆわらの売上は徐々に増えていった。「起業して人のありがたみがあらためてわかりました。サラリーマン時代は働いていれば給料はもらえましたが、会社は人に助けてもらわないとまったく動きません。売上が苦しいときに、このままではつぶれると行政書士の人に言ったら、すぐに商品を買ってくれました。そういう親切が骨身にしみます」

起業をめざす人へのアドバイスを聞くと、意外な答えが返ってきた。

「起業は無から有をつくるのではなく、すでにある大きな川の流れを変えるようなものではないでしょうか。自分がつくり出すものではなく、多くの人力を得て少しだけ流れを変えると、そこに事業が生まれる。自分だけが主役になろうとせず、周りの人たちが利益を得る利他の発想が大切です」

あゆわらが販売点数を一気に3,300アイテムまで増やしたとき、ある男性ユーザーからメールが来て、「そういうことをやりたい会社じゃないですよ」とクギを刺された。「ショップの拡大をめざすのではなく、風景の感動を売る会社だろう」といういさめだ。

「そこまで思ってくれるユーザーがいることがうれしい」と言う榎本。その気持ちが変わらなければ、あゆわらは風景専門店としてさらに発展するだろう。

(文中敬称略) ㊦

なお、本稿へのお問合せはeメール mgt-review@jma.or.jp まで。

◆あゆわら <http://www.ayuwara.jp/>