

遊文通信

今回の遊文通信は…

- 夢にむかって山を登り続けます
——双林株式会社との合併から 10 カ月
- 「初心」と「コミュニケーション」
——吸収合併を振り返って

夢にむかって山を登り続けます ——双林株式会社との合併から 10 カ月

暑中お見舞い申し上げます。

記録的な猛暑がつづく毎日ですが、皆様お元気で過ごしのことと存じます。

(株)遊文舎は、昨 2022 年 10 月 1 日：双林(株)との合併以降、京都工場立ち上げや大阪 POD 工場オープン、と大きく精力的に会社の転換に取り組み、年度末の繁忙期を無事故で乗り越えることができました。合併から 1 年弱ですが、順調に推移しているとはいえ、まだまだ山登りの五合目にも達してないのかもしれませんが。今号ではその現状をご報告するとともに、京都支店からの率直な声をお届けします。

合併や M&A で大切なことは、両社に関わるすべての人が、「合併して良かった」と心から感じられる未来が実現できることだと言われます。売上拡大やコストシナジーのための取り組みが成功し、数字上も両社が成長していく未来…。その頂上へむけ、落石を避けながら一歩ずつ進んでいます。

●人事制度の統合

まず「人ありき」です。業務や労務関係のフロー、人事制度などの一体化に取り組んでいます。まったく別々の「就業規則」、「賃金体系」などの統合は、誰にも不利益がでないよう慎重にすすめており、あと 1 年はかかる見通しです。「目標管理制度」のフィードバック票は下半期からテスト試行の予定です。

●会社の組織体制

指揮・命令系統を明確にして社員同士のコミュニケーションをはかる「組織図」は、完成しました。8 月からは、月 1 回



京都支店外観

の定例チーフ会議を大阪・東京・京都とオンラインで繋ぎ、幹部会議へのボトムアップを図ります。経営戦略や将来へ向けたビジョンを共有し、社員一人ひとりのモチベーションを最大限引き上げていきます。

●退職や失注などのリスク

吸収された方の会社の社員は待遇面で不安を覚えるということですが、遊文舎の場合は従前の賃金や労働時間を守り、退職者はでていません。この労働力不足のおり、有難いことです。お客様にも変わらずご発注頂いて、コロナ後の活況をとりもどしつつある京都市場への期待大です。現在、経営者を除き、大阪：49 人、東京：9 人、京都 16 人の計 74 名の社員で、未来に向かっていきます。



大阪本社制作課

「初心」と「コミュニケーション」 ——吸収合併を振り返って

京都支店：制作課チーフ 春日部隆志

吸収合併によりグループの一員から同じ会社の社員へと、新しく生まれ変わった「京都支店」。今回は制作現場からみた、合併後に感じた良かった点と問題点を部署内で聞いてみました。

2021年1月のM&Aから2022年10月の経営統合、「双林株式会社」から「株式会社遊文舎京都支店」となってもうすぐ1年が経とうとしています。経営統合後、「双林株式会社」の取引先の多くの方々は、それまでと変わらずお付き合いしていただけており、日々大変ありがたく感じています。

これは取引先の方々の理解はもとより、遊文舎全社員の理解と協力・サービスと品質保持の努力により実現したものだと感じています。

オフセット印刷やオンデマンド印刷の拠点集約（変更）、社屋のリノベーションや設備の増強といった職場環境の変化・改善は、現場社員の仕事・業務に対するモチベーションアップに繋がり、「やる気」の材料として最適です。新しい環境で新しいことにチャレンジするというのは、それだけでワクワクしますし、小さな事でも成功体験を積み重ねていくうちに自然と充実感や責任感も湧いてくるのではないのでしょうか。

しかし実際は、頭で考え・想像するよりずっと難しいことばかりでした。新しい社名や部署名に慣れず電話口で少し詰まってしまうこともあり、仕組みを変えれば担当する人が変わる・依頼する部署（場所）が変わる・個人個人の役割が変わる…など、京都支店の全員が「慣れ親しんだ仕組みを捨て、新しい取り組みと変化に慣れる」一年だったように感じています。

そんな中でも日々の業務をミスなくこなしながら様々な課題にチャレンジしていく…内容の大きさに関わらず、問題発生時には最善の改善策を提案・実行する…その輪に加わり、またその様子を間近で見ると皆が一致団結してより高みを目指す姿勢を感じる事が沢山ありました。

吸収合併した会社側の社員とされた側の社員とでは、「吸収合併・経営統合」という言葉に対しては少し違った認識（言葉では表現できない感覚）があります。京都制作課のメンバーは、本社・東京の制作課メンバーに対しては「同じ作業をする仲間」「困った時に相談できる仲間」「刺激を与え合う仲間」という認識で、業務上プラスの要因が大部分を占めます。

あえてマイナスの要因をあげるとすると、制作課内だけの問題ではなく、別の拠点の仕事を担当する際に感じる「微妙な感覚のズレ」などです。一見ささいなことのように感じる部分が、後々大きな問題となる場合もあるのではないのでしょうか。これはどの部署も共通するものだと思います。

仕事に対するスピード感やデザインの質、理解度、提案力などは担当するオペレーター・デザイナーの個々のスキルに左右

されることも多いのですが、初めて担当するクライアント、初めて連絡する営業マン、初めて意見交換する制作課メンバーなど、慣れた作業にも常に「初めて」という言葉が付いてしまいます。それらを上手く進めるために必要なものは何なのかを考えると、やはり「初心」と「コミュニケーション」力だと気付かされました。

長年同じ営業の同じクライアントから受注した案件を同じデザイナーが担当する場合、その業務は「楽（らく）」な部類に入ります。しかし同時に、お互いに慣れが生じているためにミスが発生する危険も伴います。会社全体の仕組みを変えることは大きなチャレンジで、そのチャレンジを成功させるために必要な行動の一つが、常に「初めて」という感覚を意識しながら作業すること、すなわち「初心」を忘れない・良い意味で「慣れない」ということです。業務内容の大幅な変更時でも、ミスなく業務を進めるために必要な行動の一つだと感じました。

また実際に業務を進行する場合において、依頼する側の「言葉不足」や受け取る側の「認識不足」は、商品をお客様に納品するまでにその都度確認作業が加わるため余計な時間がかかってしまい、結果としてコストの上昇に繋がってしまいます。

コミュニケーションは「互いに理解する努力をすること＝相互理解」そのもので、いくら物理的なコスト削減の対策を行ってみても、コミュニケーションが足りなければミス・ロスは必ず発生するものだと常に感じています。わからない事・疑問に思った事・思いついた改善案など、なるべく早い段階で問題点を解決するよう常に心がけています。もちろん、コミュニケーションは社員間のみならず、協力会社や取引先に対しても最も大切なポイントです。

我々遊文舎のお届けする商品が、全てのお客様の笑顔をつくり続けていけるよう、これからも「頼もしい」仲間と共に「初心」と「コミュニケーション力」を大切にしながら、常に努力していきたいと考えています。



リノベーション直後の京都制作課



京都制作課メンバー



大阪本社営業とミーティング

■編集後記

今号は京都支店の現在をお届けします。京都支店の皆さんはこの1年、目まぐるしく変化した期間だったかと思いますが、それらをプラスと捉えて日々働かれているのが伝わります。

今後も遊文舎グループで良いものをお届けできるように尽力して参ります。

(営業 原田)

■今月の紙

白糸ケント

B判 100.5kg