

人の移動の活性化を下支えし 社会の課題解決のための インフラとなる

【東京・高円寺発】本文でも触れているが、菊池さんはヴァル研究所への転職を決めた理由の一つに、アットホームでみんなが自社のサービスを愛している会社であることを挙げられた。そして、社員の気質についてうかがうと、真面目なタイプ、何事もきちんとやりたいタイプ、そしてもちろん、鉄道を愛してやまない個性的なタイプもいらっしゃるとのことだった。根拠があるわけではないが、これらのタイプに共通するのは、ある種の誠実さではないかと思う。そして、リモートワークが9割という勤務体制のためオフィスはとても静かだったが、どこか人のぬくもりが感じられた。

(本紙主幹・奥田芳恵)



コンペではほとんど負けなし オリエンは答え合わせ

奥田 菊池さんは学生時代、ラグビーに打ち込んでこられたということですが、そのほかに興味を抱いたことはありましたか。

菊池 父親が広告関係の仕事をしていたため、家に「iMac」がありました。あのスケルトンのマシンです。それでデザインに興味を持ち、当時、ドローソフトの「Illustrator」のバージョンが5.5とか7.0の時代でしたが、これを使ってみたいと思い、解説本を買ってきたり、短期間ですが学校に通ったりしてその使い方を習得しました。

奥田 だいぶ本格的ですね。

菊池 それでデザイン会社のアルバイトを紹介してもらい、そこで画像の切り抜きや簡単な修正作業などをしました。すると、その話を聞きつけた友だちが、バイトしている居酒屋のポスターやメニュー表をつくってくれとか、大学のイベントサークルからチラシをつくってくれといった依頼があり、またホームページもつくったりして、グラフィックの仕事はけっこう楽しかったですね。

奥田 でも、デザインの道には進まなかったのですね。

菊池 デザイナーには向いていないというか、大学を卒業したらすぐに働きたいと思っていたので、デザインを本格的に学ぼうという考えはありませんでした。でも、デザインが嫌いではなかったので、その仕事に近い広告代理店か印刷会社に入りたい

と考えていました。

奥田 それで、最初は印刷会社に就職されたのですね。

菊池 はい。大阪の印刷会社に入り、ある家電メーカーの販促企画に携わりました。この印刷会社自体は中規模ではあるものの、クライアントには大手企業が多かったのです。ただし、仕事はコンペで決まることが多く、大手の印刷会社、広告代理店、制作会社などと競うかたちとなりました。なかなか大変でしたが、面白かったですね。

奥田 大手との戦いが面白かったと……。

菊池 ええ、そこで「自分の才能が開花したな!」と思ったことがありました。コンペの勝率がとても高かったんです。「ほぼ負けなし」みたいなレベルです。「ほぼ」ですけど(笑)。



PROFILE 1978年3月、大阪府出身。学生時代に初代「iMac」と出会い、デザイン会社でグラフィックデザインやホームページ制作のアルバイト経験を経て、大学卒業後は印刷会社に就職。家電メーカーの販促企画などに携わる。その後、デジタルマーケティング企業のオプトに転職。セールス部門のリーダーとして大手化粧品・日用品メーカーなどを担当。2013年、ヴァル研究所入社。マーケティングや新規事業開発などに携わり、17年、取締役役に就任。19年、代表取締役就任。22年、一般社団法人ソフトウェア協会（SAJ）理事に就任。

構成／小林茂樹
text by Shigeki Kobayashi

撮影／道越一郎
photo by Ichiro Michikoshi

2025.4.17 / 東京都杉並区のヴァル研究所本社にて

奥田 ええ、すごい！

菊池 その会社は、それまでコンペではほぼ毎回負けていたんです。ところが、私が担当してコンペに勝ち、それからほとんど勝てるようになりました。もちろん、周囲のサポートがあつてのことですが、それでずいぶんと自信ができましたね。

奥田 その勝因は、どこにあったのでしょうか。

菊池 明確に勝因を挙げるのは難しいのですが、「コンペのオリエン（説明会）までに勝負は決まる」と考えていたことが大きかったと思います。これは平尾誠二さんの著書（前号参照）の影響もあったかもしれません。

奥田 ということは、オリエンの前にいろいろと手を尽くすということですか。

菊池 そうです。さまざまな関係者からできる限りヒアリングを行い、クライアントの意図や方針を推察し、制作会社とも事前にしっかりと情報共有をして、最善の提案をするということです。ですから、オリエンは答え合わせのようなものでした。

実は、最初のコンペでは次点で敗れているんです。これがとても悔しく、負けたくない一心で事前にできる限りの準備をするという自分の行動規範をつくり、勝負に挑んだという経緯があります。あとは、案件によって組む制作会社やスタッフが異なるので、チームづくりに力を入れて取り組みました。これも平尾さんの影響ですね。

便利な経路検索サービスから本格的なインフラへ

奥田 菊池さんは、その後デジタルマーケティング企業のオプトを経て、2013年にこのヴァル研究所に販促担当として入社されました。こちらに転職された理由はどうなところにあるのでしょうか。

菊池 それまでに在籍していた2社では、クライアントの販促やマーケティングのお手伝いをしていただけですが、自らサービスを運営・提供している会社で自分の力を発揮してみたいという思いを抱いたことですね。転職活動をしている中で、アットホームで自社のサービスをみんなが愛している会社であると感じたことから、入社を決めました。

奥田 それまでに営業のキャリアを積み重ねてこられたとはいえ、ヴァル研入社から6年足らずの19年7月に41歳の若さで社長に就任されました。そうしたお話し含みでの転職だったのでしょうか。

菊池 入社時には特にそういう話はありませんでした。ただ、当時は売り上げが低迷しており、何か新しいことをしなければならぬ状況でした。そのため、前職でのベンチャー気質を発揮して自由にやってくれと言われたのです。そんな中で、新

こぼれ話

菊池宗史さんとの出会いは2019年6月、弊社BCNにご来社いただいたのが初めてと記憶している。ヴァル研究所の事業統括本部で部長を務めておられたが、翌月に社長に就任された。その頃から堂々としていて、落ち着いた雰囲気であった。当時の同社社長（太田信夫氏）は、「営業出身で、本当に安心して任せられる人物だ」と評しておられたのが記憶に残っている。菊池さんは、歴史ある企業の経営トップを若くして継ぎ、これからどういうかじ取りをしていけるのかなと、同世代として楽しみにしていた。それからおよそ3年後、私も社長となり、さまざまな会合などでお会いする機会も増え、そのたびに声をかけてくださり、とてもありがたいと思っている。

「ヴァル研さんは歴史があるのに、なんかいつもフレッシュな感じがしますよね」と水を向けると、「はい、それは常に気をつけています!」と菊池さん。単に社長が交代して若返ったということではなく、何か面白いことを仕掛けてやろうという感じがある。実際に、意識的に新しいことにチャレンジしているのだそう。50周年を迎える企業に菊池さんのベンチャー気質がうまく取り込まれている。

すき間時間にメモを見返したり、読書をしたり、家事もして…と、何かしらやっているという菊池さん。子どもとの遊びの時間も大切にしながら、マラソンも



始めたというからとってもパワフル。「経営者になると、なかなか頑張るとか応援されることないでしょ？走っていると声援が聞こえて気持ちいいよ」と、茶目っ気たっぷりに笑顔を見せる。確かに、達成感があって元気が出そうだ。

1988年、日本で初めて『駅すばあと』という経路検索のサービスが誕生したとき、それは大きな驚きと感動があったそう。BCNのベテラン社員が、その当時の社会の様子をそのように教えてくれた。今の当たり前をつくり、そしてこれからの日本の交通DXを新たなかたちで支えていくヴァル研究所。多様な社会課題に対応していかなければならないモビリティ業界への貢献が期待される老舗のベンチャー。そこで、菊池さんがどんなチャレンジをしていけるのか、今後も注目していきたい。（奥田芳恵）

規事業プロジェクトや経営企画プロジェクトにも参画させてもらい、次第にそういうことを意識するようになりました。

奥田 今後、社長として、どういうことを進めたいと考えておられますか。

菊池 私たちが大事にしていることは、自分たちの事業がしっかりと社会の課題解決につながっていくということで、それが一番重要であると思っています。

「駅すばあと」は人の移動を支えるインフラといえますが、最近、JR東日本さんや小田急電鉄さんなど、交通事業者のDXをお手伝いすることが多いこともあり、駅すばあとは、単に便利な経路検索サービスから本格的なインフラになりつつあると考えています。このサービスを社会の課題解決につなげるためには、サービスのバージョンアップに取り組み、外部環境の変化、例えば人口減少、バスの運転手不足、地域のライドシェアなどにも対応していくことが求められます。このようにモビリティ業界が混沌とする状況下にあつて、人の移動の活性化を下支えするサービスを展開したいと思っているのです。

奥田 確かに交通機関をめぐる状況は、地域によってさまざまに常に変化するため、求められる情報も多様となりますね。

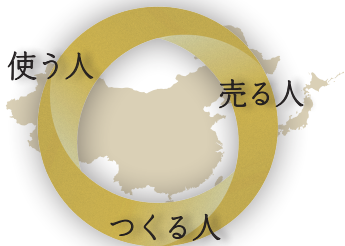
ところで、ヴァル研究所は1976年の創業ですから来年で50周年、88年発売の駅すばあとも40年近い歴史を刻みました。ソフトウェア企業の中では、

実はたいへんな老舗なのですね。

菊池 そうですね。でも、老舗のベンチャーとして新しいことをどんどんやっていこうと思います。受け身ではなく、もっと世の中に提言できる会社にしていきたいですね。

奥田 これからの新たなサービス展開に期待し、そして本格インフラへの変化についても注目したいと思います。本日はありがとうございました。

BCNは「ものづくりの環」を支え育むメディア企業です



——「ものづくりの環」の詩——

ものを使う人がいます
ものを売る人がいます
ものをつくる人がいます

いつの時代も私たちは生活の心地よさを求めます
その意（おもい）が新しいものを生みます

使う人、売る人、つくる人——
私たちは「ものづくりの環」のなかで
すべての人の心が豊かになることを願っています

株式会社 BCN

<http://www.bcn.co.jp/>

※この記事は、BCN+Rの「千人回峰（対談連載）」で公開中です。
<https://www.bcnretail.com/hitoarite/>