

企業最前線
FRONT
LINE

JSコーポレーション

情報誌とインターネットの 進学情報では最大規模

専門学校のほか、大学や短大など進学をテーマに情報誌を発行する一方、保育園から大学まで約8万6000校の学校情報を掲載し、日本最大級の学校情報サイト「日本の学校」を運営するJSコーポレーション。広告掲載のニーズの要となる資料請求数では、日本一の実績をあげる。



米田英一社長

一丸で得た自信を原点に
創業者である米田英一社長（四九歳）は、長身で情熱もよく、見た目は体育会系の雰囲気だが、大阪人特有の口調で、その物腰は柔らかない。組織の頂点に立つにもかかわらず、自らを「元々は平凡な、普通の人間」と言う。それは、大学入試の失敗を自分の原点に位置づけているからだ。最初の大学入試に失敗、二度目の挑戦もあえなく失敗し、大阪外国語大学中国語学部二部に入学。翌は家業の交通広告会社を手伝いながら、大学に通う生活が始まった。一九歳の若者が名刺一枚で飛び込み営業を始める。最初に向かったのは大阪の南のターミナル、なんば駅。最初から注文がとれるはずはなかった。断られても、断られても、「神様だつて、お百度参りしたら願いを聞いてくれる。神様より弱い人間なら、真面目に願えば、願いを受け入れてくれるはず」と決してあきらめなかった。一〇〇軒に一軒くらいしか、相手にしてもらえない状態のなかで、大手信託銀行から初めて注文がもたらされた。その後、阿波座駅、谷町九丁目駅、南森町駅、トントンプラザに注文がとれた。飛び込みセールスも、格好なども、まったく気にならなかった。仕事がつまらなくなったと、自分の能力が開かれたように感じた。同じころ、ある学校の理事長から「人間、やったことできる」といわれ、もう一度大学受験を決定。そして、関西同立大学へ入学。合格。これも最初がダメでも、二回、三回とチャレンジすればいいという教訓を得る。関西同立大学経済学部へ入学し、広告研究会へ入部。大学二年で、関西学生広告連盟、事務局長、三年に同代表を務める。関西学生広告連盟と合同で、日本学生広告連盟を創設。さらに電通主催の学生広告論文電通賞を関西で初めて団体受賞した。大学四年のとき、八大学共同イベントを電通、大手スパーと共同企画するが、十曜場で中止となる。しかし翌年、直接交渉してイベントを成功させる。「やればできる」という自信が膨らんでいった。また、「体はひとつだけど、自分のつくったものを何万人、何十万人が見てくれる広告業を一生の仕事にしたい」という気持ちが芽生えていった。小学生のときから、父親には「会社は使われるよりも、使おうほうが面白い」と電口となることも半後となるなかれ」とインテリゲンティンク、綱り込みされていった。

自分が好きにならなく、学校の情報誌を創刊

一九七八（昭和五三）年に「JSコーポレーション」を創業。すでに広告業界では電通、博報堂、大広が上位ランクを占め、圧倒的な存在だった。「日本でも何十番目かではなく、何かで一番目になりた」と多々思った。二四歳で会社を立ち上げたが、大学を卒業したばかりで、資金もない。そんな状況で自分の好きなものにつけるのは情報誌しかなかった。

駅の売店には、就職や住居情報誌はあるが、学校の情報誌がなかったことに目をつけ、販売ルートも確保しないまま、学生時代の活動のコピーと企画書、手書きの見本誌を持って営業を始めた。

朝八時から夜九時まで、一日に二〇、三〇校、婦社してからは後輩の学生たちや弟と会議という日が続く。一冊を仕上げたのに延べ五〇〇校を回った。八〇余りの学校、教室から広告をもらい、一万五〇〇〇部、約一〇〇頁の季刊誌「学校教室案内」を創刊。この雑誌を駅の売店に置いてもらえば、万事もうまくいくはずだった。しかし、現実はずかしくなかった。「この季刊誌と週刊誌、どっちが売れる」「この雑誌を置くスペースにタバコな



左：進学熱が高まる高校2年生の夏に配本される「大学情報 デスカバリー号」
下：幼稚園から大学までの学校情報を掲載した「日本の学校」(2003年3年発行)は、約2000ページにおよぶ



ら何個置く。どっちのほうが売れるな」と思う。駅の売店で断られ、置いてもらうことの難しさを知った。ここであきらめたら、広告ももらった学校に嘘をついてこじになってしまった。大学時代にふりがあつた有力週刊誌の販売員にも助けられ、何とか置かせてもらうことができた。「売れない雑誌を売り行つて、可愛がられた」と米田社長は当時を懐かしそうに語る。

売上げは上がった。最初の二年間

は自分の給料も満足に出せない状況だったが、六年目に発行した「専門学校情報」がヒットして、目の前がようやく開けた。

学校情報誌「日本の学校」を創刊
全国六万二〇〇校に配布

現在、同社は情報誌とサイトへの掲載料として、学校から広告収入を得ることで順調に売上げを伸ばしている。設立以来、前年の売上高を下回ったのは一度しかない。

最近三年間の売上高は三四億六七〇〇万円（二〇〇〇年八月期）、三七億六四〇〇万円（二〇〇一年八月期）、三九億五七〇〇万円（二〇〇二年八月期）と堅調なもの。財務力のモロサシである自己資本比率は、順に三四・八％、四五％、四八・三％とアップしている。

二〇〇三年三月に、同社は学校情報誌「日本の学校」を発行した。これは雑誌というよりも、学校を調べる辞書に近く、総ページ数が約二〇〇〇ページと電報並み。一学年一三五万人いる高校生のなかから、一〇〇万人の高校生に、まぎたイルドメールを送る業務や年三回、六〇万部、三万部、五五万部それぞれ「専門学校」と「大学情報」を発行



進学に関する悩みや学校探しの無料相談、診断コーナーを設けている同社のホームページ（URL：http://www.js-corp.co.jp/index.html）

している。専門学校は認可校のみを掲載するなど信頼できる学校に絞り、受験生は自宅で、学校選びができるような情報を提供している。

一人にされて嫌なことはしない」と言うのが米田社長の信条。自分の会社に理不尽な対応をし学校には、生徒にも同じことをする可能性があるのだから、広告掲載を断つてしまった。同社では、情報誌の社会的意義と個人情報の適正な取り扱いを徹底し、情報誌が個人情報保護法家の適用対象外になることをアピールする。

業界のなかでは、インターネット事業への参入は早かった。しかし、九五年当時、インターネットが浸透しておらず、立ち往生。アクセスしてくれる面白いサイトをつくらせと開口を広げた。漫画サイトなどもそのひとつ。

企業情報誌
JSコーポレーション



しかし、学生にインターネットが普及してないため、反応は少なかった。そこで、いろいろなサイトに力を分散させず、本業の学校サイト構築に力を注ぐことにした。

現在は、二五人が番組づくりに携わるほかシステムエンジニアや取材担当者などでサイト「日本の学校」を運営。進学相談室、マッチング検索、適学診断、適職診断、ネット家庭教師、入試検索などメニューは豊富だ。

進学をテーマに総合的なコンテンツづくりとサイト運営を行うことで、専門学校に対する資料請求の数は、進学情報サイトとして名実ともにナンバーワンである。

社員の採用は徹底した人柄重視内容のない企業拡大は望まない

営業マンとして簡単には引き手がなかった米田社長の性格は、社員採用の際にも見る事ができる。三〇〇〇人の応募者にもかかわらず、採用ゼロのときもあった。「採用は人柄重視。迷ったら採用しない。たとえゼロでも構わない」と米田社長はキッパリと言いつつ、「二〇〇三年から、入学案内に企業理念として『善き事を行なう』を抱けた。え方という三つの要素であり、行動規範は「失敗しても嘘は許さない」「能力は同じなら時間をかけた方が勝ち」な六項目からなっている。

社員の評価は、査定項目を書面で配布し、「仕事への姿勢」と「能力の向上」と「業績」を五段階で査定する。そして、本人評価と上司評価を出し、相互にチェックする。能力給と年齢給を足せば、自分の月給がわかる仕組みになっている。

また、同社では、ちよつと変わったことを社員に義務づけている。「毎週一〇回ありがとう運動」である。これは「お客様に自分がありがとう」と

言われた話を社員がメールで報告するもの。

相手に感謝されたことならば、どんな小さなことでも構わない。パンフレット資料を提供したことも、新聞の切り抜き記事でもいいのだ。

米田社長は、社員にこんな話をしている。「人との関係をつくるには、まず与えることから始めること。相手に分がやればいい。すみませんと言うのは、相手に無理を聞いてもらうことを目標にすれば、仕事はうまくいく」

九二年に、日本ABC協会に業界で唯一加盟し、実売部数の公表に踏み切った。

「人にされた嫌なことは人にせず、人にされてうれいことを人にしてあげてあげてほしい。私が引退しても、社員や取引先を裏切らないでほしい。目先の売上げや利益を追いかけない。内容のない拡大主義はとりたくない。これが米田社長の考え方である。

理念を掲げて、前向きに、なりたいた企業がいく」ここに、同社成長の原動力がある。

