

覚悟をもって  
未来への種を撒く。

文／井上智香子  
撮影／大野金繁

# 外山茂吉

モキチ  
アンド  
パートナーズ 代表取締役



外山茂吉。福岡の広告・通販業界では妻腕かつユニークな経営者・事業家として知られる人だ。そんな彼が福岡から島根へと拠点を移し、「マルコポーロ・プロジェクト」なる新たな事業を立ち上げた。「世界中に埋もれた黄金（技術・人・地域）を発見し、世の中へ伝え広める」、すなわち「現代の東方見聞録」と言える壮大な事業の中心に立つ外山茂吉とは何者なのか。そして、新たなプロジェクトには、彼のどんな思いや生き方が反映されているのだろうか。

外山茂吉（とやま・もきち）  
事業家。本名・茂。1971年生まれ、宮崎県日南市出身。大学卒業後、人材関連企業、服飾、不動産業界から広告代理店を経て独立。2002年「モキチアンドパートナーズ会社」設立。



「本当にそうなのか」「何が一番大切なのか」  
根底に流れる、本質を問わずにおれない性質

よく響く声、強い目力、頭の回転の速さを物語るように切れ目なく発せられる言葉。初めて会う人にも、内側からにじみ出る「熱さ」は充分に伝わるだろう。しかしその熱さは威圧的ではない。初対面という壁をいとも簡単に取っ払ってしまふ、大らかさと包容力を持ち合わせる。外山茂吉は不思議な人だ。

誰もが彼を「外山さん」ではなく、「茂吉さん」と呼ぶ。「茂吉」は、自身の会社を創業して以来、築き上げてきたブランドと言えるだろう。彼は、「物事の本質を見極める」「とことんやる」この二つを積み積み上げること、事業家・茂吉、という他にはないブランドを確立したのである。

「物事の本質を見極める」その素地は、幼少期から培われていた。幼い頃から、父親の教育方針でテレビはNHKのニュースと大河ドラマしか見ること許されなかった。中学生の頃には日常会話的に社会や政治に関する議論を父と交わし、物事に対する問題意識はかなり強かったようだ。

「本当にそうなのか」「何が大切なのか」といった本質を突き詰める性質は社会人となり一層磨きがかかり、それ故に組織の枠組みの中でジレンマに陥ることも多かった。新卒で就職した人材関連企業では入社半年で社内トップの営業成績を収めるも1年で自主退職、その後も服飾や不動産広告の会社でトップセ

ールスマンとなるが、常にどこか満足できない自分がいた。

そんな中、転職した広告代理店で、その後の道を決定づける出会いがあった。それは通信販売の「やすや」の担当になり、創業者・矢頭宣男氏の経営理念に触れたことである。早世した矢頭社長と直接会うことは叶わなかったが、年商数千円から数百億の企業に成長させた実績以上に、「本当に良いと思えるもの、他人様の商品ではなく自分の商品を扱う」という理念に感銘し共感を覚えた。矢頭宣男氏の著者や会社の経営計画書を読み込み、胸の内でも矢頭氏と対話し、その想いを汲み取るうちに進むべき道が見えてきたという。「本当にやり

たいことだけをやる」  
そう一念発起し、たった一人の広生尺代理店「モキチアンドパートナーズ会社（屋号・茂吉商店）」を立ち上げた。31歳、事業家・茂吉としての第一歩を踏み出したのである。

茂吉商店の代表として、職人仕立ての法被と雪駄をトレードマークに自己プロデュースを行なった。



「どん底の時に『自分の価値とは何か』を考えた」  
正しく悩むことで、ピンチはチャンスにつながる

「茂吉さんは極端」。周囲の人から、よくそう言われるそうだ。「自分の球を、その時もっている力で精一杯投げる」、それが信条。「自分の心で思い描いたことを、まずは『そのまんま』やってみよう。自分の考えを投げているから、失敗した時は100%自分が間違っているということ。他人の考えが入ると、球が変な方向に返ってくる。それだと反省も改善もしにくくなる」。独りよがりにも聞こえなくもない。けれど、そうすることでピンチをチャンスに変えてきた。その自負がある。

31歳で起こした会社は10年後、年商20億の会社へと成長する。しかし、最初から順風満帆だったわけではない。起業から数年後には赤字経営となり、借金も抱えた。「仕事が取れないのは、

自分に価値がないからだ。ならば自分に価値を付けるしかない」。そう考えた茂吉氏は、他の代理店が決してやらない方法でクライアントへのアプローチを始める。

例えば、仕事をもらいたいと思った遠方の会社の近くに1カ月間住み込み、毎朝欠かさず会社に向いては社長や社員の話を聞き、提案を重ねた。そうして契約が取れた後も頻りに足を運び、密な関係を築いていく。「他人や他社がやらなかったことをクレイジーに（熱く）やる」、それこそが自身の価値であり他者と競合しないための方法だった。「目的は良い広告を作ることではなく、クライアントの事業が伸びること。その目的達成のために何が出来るかをとことん考えました」。

宣伝するだけでなく、事業の発展につながることは何でもやる。広告代理店の範疇を超え、1社丸ごとの「事業請負い」というスタイルを買った。「ただし、『宝』をもっている相手しか仕事はしません。掘っても掘っても何も出てこない会社もあれば、掘れば掘るほど宝が出てくる会社もある。宝をもっているのに何か欠けている。その何かを見つけていることが僕の仕事」。その仕事を続けた結果、年商20億、しかしクライアントはわずか4社という他に類を見ない会社が出来上がった。



座右の銘は、「深く穴を掘れ。穴の直径は自然と拡がる」。

これは、やすや創業者の矢頭氏が大切にしていた言葉。深く掘ることを極めれば、周辺のことも自ずと広がっていくとの意。

全てを手放すことで新たに得るものがある。そして今、真の事業家としてのスタート地点に立つ

マーケティング・イノベーションカンパニー「モキチアンドパートナーズ」として事業を成功させた茂吉氏に、大きな転機が訪れたのは2011年のこと。自社の月商が2億円に達したことを喜ぶ役員やスタッフの姿を目にし、「これは違う」と違和感を覚えたことがきっかけだった。「私たちは世のため人のため大切な誰かを幸せにするためにここに集い働く(後略)」。それが当時の企業理念。だからこそ、クライアアントの売上目標は定めても、自社の売上げについて茂吉氏が口にすることはなかった。

この時に生じた満をきっかけに、茂吉氏は社長の座から外れることになる。自ら作り上げた作品とも言える会社の全てを手放したのである。普通であれば、完全なパーンアウトに陥る出来事だろう。しかし、彼はそうではなかった。「その結果を招いたのは100%僕の責任。けれど、そのことがあったからこそ今の自分がある。すべてを失ったけれど惜しいとは思わない。また作ることができると分かっているから」。

「一周回って鯖」。これは茂吉氏がある先輩から言われた言葉だ。鯖の味しか知らないのと、いろいろな魚を食べて経験を積んだ上で原点の鯖に戻るのでは味わいが違う、ということら

しい。それは外山茂吉の仕事や生き方にも通じることだ。「本質を見極めるために、食らって食らって骨の髄まで食らうことで身をもって感じることができる。そうやって得難いものを得てきました。この先は他人様のものは食らわない。これからは真の自分の事業。奇しくも尊敬する矢頭社長が起業したときと同じ45歳の今、ようやくスタート地点に立ったと感じる」。

外壁全体、そして屋内に溢れんばかりのグリーンを配した社屋が話題に。コンセプトは「グリーンで福岡を、世界を変えていこう」。「小さな会社でも街の景観や人の意識を変えることができる」というメッセージを込めたこの緑化構想は、マルコポーロプロジェクト第一弾「若プロジェクト」の業地となった。



## 外山茂吉 ビジネスの流儀と信条

人の心を動かすのは目には見えない「価値」。価値を見出し、人の心を掴むことが僕の仕事

「僕が今までやってきたことは、価値を発見すること。それしかやってきてないとも言える。人は感情でモノを買います。心が動かなければ買わないわけです。目に見えるモノそのものの魅力もそうだけれど、それがあることによって心が動かされる、その目には見えない無形のものこそがそのモノのもつ本当の価値。大切にしてきたことは、「心を商う」という感覚。モノを売ることに成功した人というのは、つまりは心を掴んだ人。心の掴み方を知らなければ、求める結果を得ることは難しい。全身全霊をかけてモノの価値を見出し、見つけ出した価値という宝を磨き上げることをしてきました」。

### ■外山茂吉の実績(一例)

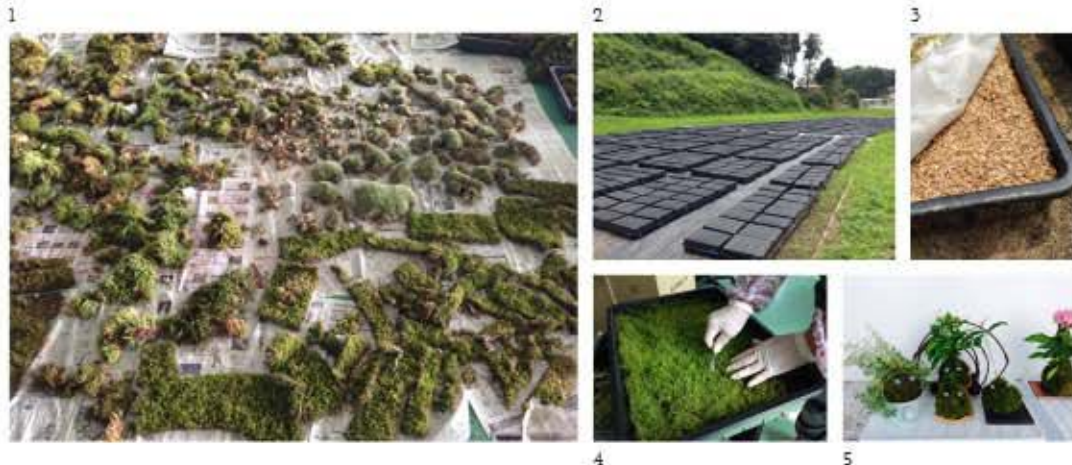
・福岡県八女市の緑茶・健康茶を販売する会社の通信事業のすべてを請け負い、初年度5億から1年後には10億、2年後には20億円の売上を達成。

※事業請負いとは、新規集客(広告等)と顧客育成(コールセンター、データベース、物流等)の業務すべてのマネジメントを行なうこと。

・売上が伸び悩んでいた健康食品のマーケティングを請け負い、売上累計250億個のヒット商品に。



ランドスケープデザイナー・石原和幸氏とのコラボによる、苔玉やタラリウムの展示即売会は東京でも好評を博した。



■マルコポーロ・プロジェクト第一弾

「52KOKE PROJECT」

マルコポーロプロジェクトは、言わば現代の東方見聞録。技術・人・地域を黄金に見立て、その価値を世の中へ広めていくという事業。第一弾「52KOKE PROJECT」は化粧品メーカー「Dr.Pecela」と島根県江津市、地元農家が連携し、苔の販売やクリエイターとのコラボを実施。コンセプトは「世界を苔で癒す。江津を苔で潤す」。マルコポーロ・プロジェクトでは、今後もさまざまな黄金に応じてチームを編成し、プロジェクトを展開していく。

<https://52kokeproject.jp/>

1 山から採取した苔。かもじ苔、砂苔などさまざまな種類がある。集めた苔は乾燥させてチップにし、種苔にする。2,3 江津市内の休耕田を利用した苔畑に並ぶパレット。光を遮断したパレットの中に種苔ともみ殻を入れ、1年かけて種苔を育てる。4 パレットで育った苔。毎月2000パレットほどを出荷。5 地域の子どもたちと苔玉づくり教室を開くなど苔を通じて江津の自然を知ってもらう活動も行なっている。「苔は変形で癒しを与えるのはもちろん、匂いや湿気を吸収するのでインテリアとしても実用的。里山の自然を苔玉という風情あるものに仕立てて、全国の花屋に流通させるのが目標」と茂吉氏。

壮大なる未来図の実現に向けて  
新たな事業・マルコポーロプロジェクト始動

「僕はコンサルタントやアドバイザーではない。茂吉氏は断言する。コンサルタントやアドバイザーを否定するつもりはなく、自身の名刺に載せている「ビジネス・オーガナイザー」という肩書きがしつくりきていているわけでもない。ただ、彼の考えはこうだ。「物事を正しく運び成功させるには、自分の身体が中心に入り込んでいる人間、つまり自らリーダーシップを取れる人間がいなくてはダメ。桃太郎がコンサルタントじゃダメでしょう。自らが鬼ヶ島に乗り込んでいかなきゃ」。そういうわけで現在、茂吉氏は住民票まで移して島根県江津市に住んでいる。新たな事業「マルコポーロプロジェクト」の第一弾である「52 KOKE PROJECT」をプロデュースするためだ。

マルコポーロプロジェクトとは何か。端的に言えば、「地域創生を柱に、物や生産者などの地域資源の価値を発見し世の中に広めていく」というプロジェクトである。地域に散らばっている技術や資源、人やモノを一つにまとめ、その価値を最大限に生かしてマーケットに提供することが茂吉氏の役割だ。「ゼロからの始まり。ここから正しい『1』を作らなければいけない。正しい1ができれば、それが10や100になる。正しい1を作るには覚悟を持った人間のエネルギーと、全体をプロデュースしオーガナイズする能力が必要。今の地方創生の取り組み

には、それが決定的に不足しているのではないかと思う」。茂吉氏がマルコポーロプロジェクトに描く未来図は、世界規模の壮大なものだ。その壮大な夢の実現のためには、これまでのビジネスの経験と築いた人脈、そして新たに出会う「宝」をもつ人々の協力が不可欠だ。

「本質を追う人は、働くジャンルが違っても響き合える。そういう人たちをたくさん巻き込んで正しい手法で事業を成功させたとき、自分も、自分と共に歩んでくれた人も一流（本質を分かる人間）になる。成功までのプロセスを共に歩み、5年経ったとき『見晴らす風景が変わったなあ』と皆で感じたい。生き甲斐と働き甲斐が同時に実現できる世界を築きたいのです」。

さらに茂吉氏は言う、「がっちりとした握手ができる人と仕事をしたい」。差し出される手はかなりの熱を帯びている。ある人は熱すぎると感じるかもしれない。しかし、世に広めたい宝、そして熱き想いをもつならば、その握手は思ってもみなかったビジョンの幕開けとなるかもしれない。





MARCO POLO PROJECT  
株式会社マルコポーロプロジェクト

島根県江津市敬川町2351-38-205号  
mokichi@mokichi.co.jp