

キッチン用品市場 卸と小売り両立で活性化

キッチン用品卸売業の「吉安」は、各地の小売店が高齢化と後継者不足で衰退する中、直営店「キッチンショップ道具屋 by『金山新吉』」を全国に7店舗出店し、卸売業と小売業を両立させながら、業界活性化を図っている。佐藤和成社長は「キッチン用品を通じて、日本の食文化を継承していきたい」と意気込んでいる。

モノが売れない環境

—なぜ、卸売りから小売りに参入したのか

「景気低迷が長引き、高齢化や後継者不足による小売店の廃業のほか、百貨店の売り場縮小などモノが売れない厳しい市場環境になり、従来の卸売りだけではビジネスが成り立たないと危機感を持った。そこで2006年に初の直営店を出店し、以降、東京、神奈川、福岡に展開している」

—来店客の反応は



「『たくさんの道具を選んで楽しい』という声が寄せられている。販売商品は売れ筋に限られてしまうのが一般的だが、当社では効率が悪くても、できるだけ豊富な種類を置くようにしている。これが、従来画一的だった売り場に面白みを付与している」

—訪日外国人観光客が増え

さとう・かずしげ 中央大経済卒。1986年吉安入社。2005年4月から現職。62歳。福岡県出身。

ているが

「横浜市西区のみなとみらい店は、周囲に外資系企業やパンフィコ横浜があることから、土産としてキッチン用品を購入していく人が多い。意外にもロボット型の茶こしが、東南アジアや中国から来た外国人の購買対象となっている。口コミで知った人が集団でまとめて購入していく」

—独自の工夫は

「接客に力を入れている。もともと卸売業だったので、店員も初めはうまく商品説明ができなかった。しかし、2年前からコピーライターに依頼してポッ

吉安 佐藤 和成社長

プをつくり、商品とともに表示した。例えば『ゆきひら鍋の表面の模様、これは何のため?』という問いかけのポップのすぐ傍らに、ゆきひら鍋の実物と回答のポップを置く。回答には熱伝導を高めることが説明されている。キッチン用品の知識が身に付くとともに店員との会話が促され、面白い店だという評判につながり、リピーターや新規顧客の獲得につながっている」

百貨店に売り場

—今後の出店予定は

「直営店ではないが、秋には関西と首都圏の百貨店で売り場を展開する。当社の業界活性化という理念を理解してくれれば他社とのコラボレーション店舗でも、既存小売店への店づくり提案だけでもいい。卸売りと小売りを両立させながら、状況に応じて柔軟に対応していく」

—中期的な見通しは

「和食が2013年にユネスコ（国連教育科学文化機関）の世界無形文化遺産に登録され、世界的に人気が高まった。これを追い風に43億円の売上高を2020年に50億円に伸ばしたい。かつてキッチン用品は日本のどの家庭にもあったものだが、今では利便性ばかりが追求され、料理を作る道具すら分からない人が増えている。日本の食文化を道具の面から支えていきたい」

■会社概要

- ▷本社＝東京都足立区千住開居町8-12
- ▷設立＝1933年10月
- ▷資本金＝5700万円
- ▷従業員＝85人（2016年12月末時点）
- ▷売上高＝43億4500万円（16年12月期）
- ▷事業内容＝家庭用台所用品の卸売り・小売り