

# 県内小売業界を展望する

—福井商工会議所 流通第二部会座談会より—



司会  
流通第二部会 副部長  
株式会社 大津屋 社長  
小川 明彦氏

株式会社ヤサキ 社長  
安崎 昌治氏

株式会社 海道時計店 社長  
海道 映諄氏

流通第二部会 部長  
(一社) 福井市商店街連合会 会長  
有限会社 有ゆうらくさまえがわ 代表  
前側 宏氏

株式会社 西武 西武福井店 店長  
大野 仁志氏

福井商工会議所の会員事業所のうち、小売業に該当する事業所で組織されている流通第二部会では、平成27年7月15日、福井商工会議所会議室において、部会委員企業5社の経営者による座談会を開催した。座談会では、県内の小売業界を取り巻く現状と課題、それに対する各社の取り組みを率直に語っていただいた。今回はその内容をお伝えさせていただく。

売に負けてしまいます。また、ネットでの購入に際しては、口コミやSNSによる影響も大きいと思います。大野 メンテナンスや試着といったことはネット販売ではできません。当店では今後、服や靴を店で試着いただき、ネットで注文できるサービスを始める予定です。海道 当店が扱う宝石の色についても、現物を見て選んでいただかないとわかりにくい。そのため、ネット通販にはあまり向かないと思っています。

## モノ以外にココロを売る 小売業からサービス業へ

前側 私ども、まちのでんきやにとつて、商品を販売するというより人間を信頼してもらいたい。例え、お客様から夜



株式会社 海道時計店 社長  
海道 映諄氏  
100年の歴史を誇る時計・宝飾店。宝石のリモデル(リフォーム)に定評があり、県外からも注文が来るほどである。

中に電球1個の交換の依頼があってもすぐに駆けつけ対応する事により、大きなお買物をしていたかどうかという販売につながっています。もちろんネット販売や量販店価格に近付ける努力は必要だと思いますが、それ以上に「困った時でも、あの店なら対応してくれる」という安心感と信頼をお客様に提供することが(次の購入へのステップとしても)大事なことだと考えています。そのおかげというわけでもありませんが、これだけ競争が激しい時代の中でも10年間売上額を維持できています。

## 社会環境変化とネット 販売時代への対応が急務

小川 最初に、各社の現状と課題をお伺いできますでしょうか。大野 まずは、百貨店の売上ボリュームを一番取っている婦人服の復権です。当店としては、北陸新幹線開業などを契機としたトラベル需要、それと、働く女性の割合が高い福井の地域性に合わせ、通勤着をターゲットに婦人服需要拡大を図りたいと考えています。

もう一つの課題は入店客数を増やすことです。先日販売されたプレミアム商品券もその一助となりましたが、当店の独自企画として今年5月に初めて「院展」を開催し新たな顧客(売上)獲得につながりました。8



株式会社 西武 西武福井店 店長  
大野 仁志氏  
駅前商業エリアの核である県内唯一の百貨店であり、時代の変化に対応した品揃えとサービスへの変革を実践している。

海道 小売業は今後、モノを売るだけでなくサービス業化することが必要なのではないでしょうか。当店は顧客とのコミュニケーション維持のために、ニュースレターを10年間継続して発行しています。しかも、中には商品等の宣伝文は一切載せていません。当店の家族の近況や身近な話題などで顧客との距離を縮めることが、結果としてお店の支持に繋がってきているように感じています。

安崎 当社では石川県輪島市の店舗で新たに商品の宅配事業を始めました。この地域は非常に高齢化が進んでいる地域でもあります。いざサービスを開始してみたいところ、岐阜県在住の方から「輪島に住む親のところへ商品を宅配してほしい」という注文がありました。親子が離れて暮らしているケースは多く、今後もうしたニーズは高まっていくのではと思います。

大野 当店でも弁当の宅配を手

月にはサンリオ展を実施予定で、きっかけを作ることで新しい顧客はまだまだ開拓できると思っています。

更に1日の売り上げの半分を占める食品の安心・安全と、当店で対前年売上250%のラウンドセルをはじめとしたハレの日のギフト需要も入店数アップの要であると考えています。安崎 社内の高齢化・人員不足を大きな問題と捉えています。現在は新卒採用も思うように集まりにくくなっています。

これに対し当社では勤務形態や定年の見直しを図り、働き続けてもらいやすい環境を整備することで、雇用を確保したいと思っています。人員を確保し、社内体制を固めることが重要課題だと考えています。

海道 若い人を中心にネットでの買い物が一般化しています。今ではお店で商品を確認して、スマホやパソコンで最安値を検索して家からネットで注文するのも珍しくありません。これでは、安さでどんな店もネット販



株式会社 ヤサキ 社長  
安崎 昌治氏  
福井・石川にて食品衣料スーパー、ホームセンターを展開する。市内で初めてスーパーの24時間営業を行うなど、常に業界に新風を吹き込んでいる。

始めに「御用聞きサービス」を展開しています。販売員ごとに担当地区を決め、販売員が地域での顔なじみになることで、顧客の信頼を得ています。最初は弁当宅配が主でしたが、今では買物代行で日用品からゴルフ用品・時計まで御用聞きでの販売商品の幅も広がっています。店売りのような「待ちの営業」から御用聞きのような「攻めの営業」へ、我々の業界も一つの転換期を迎えたいと考えています。

海道 現代は企業自体が社会的な存在価値を問われる時代だと思います。経営者も従業員も信頼できる存在であり、正義感や人間性を持っていないければ商売は成立しないのではないのでしょうか。

**大野** お客様のニーズに合った商品を自ら創り出すことも必要だと思えます。特に福井は伝統工芸品分野で高い技術を持った人が多く、小ロットのオリジナル商品を開発しやすい環境にあります。

当店では地方で開発した商品を全国から集め、池袋の西武で一堂に集めて販売する企画を現在進めています。

**小川** 当社は代々酒屋だったこともあり、毎日配達に明け暮れていました。「何とかして配達しなくてよい商売ができないか」ということで、現在の惣菜・弁当販売のバイキング方式が誕生しました。

当社の「オレボ食堂」では店員がお客様と顔なじみになれる距離の近さで勝負しています。これも地域に根ざす小売店ならではの戦略だと思います。

**前側** 私どもでも独自のニューレターの配信を始めました。お客様とのコミュニケーションを密にするとともに、さまざまな家電製品情報をお伝えする



のを目的としています。

**大野** やはり、お客様同士の「口コミ」は最大の宣伝効果を発揮します。信頼できる人から伝わる情報なので効果は高いですね。

**海道** フェイスブックのようなSNSでの知人からの口コミにも同じような感覚がありますが、個人的にSNSでは商売つ気を出さない方がよいと思います。あまりに商売のアピールが強い書き込みはどうしても敬遠されてしまいがちです。

**小川** お中元シーズンが近づくとDM等で郵便受けがいっぱいになりませんか？電子メールのDMもたくさん来て私もうんざりしています。

これは逆に捉えれば、DMやメールのPR効果は低くなって

ていきたいと思えます。  
**小川** 特に家電などはネット販売の世界では単なる価格競争になっていて、リアル店舗もシヨールーム化していてモノが売れていない気がします。即ち、日本が誇る優秀な家電製品の価値が段々下がってゆくような錯覚に陥ります。

もしネットで薬品の販売が解禁されれば、今度はドラッグストアがかなり大きな影響を受けるのではないのでしょうか。

**海道** いずれにしても今後10年でネット販売はさらに生活に浸透するでしょう。我々のような路面店は、今までと同じような商売のやり方を続けていたのでは、いずれ淘汰されてしまうと思えます。

**大野** 価格競争や閉店時間の延長で勝負するのはもう限界ではないでしょうか。ネットの時代でも顧客自ら情報を取りにゆきたいというニーズは間違いなくあると思えます。百貨店は、それに応え地域の変化やニーズに対応して情報発信

いるのではないのでしょうか。

**大野** 必ずしもそうではないと思います。お客様へのPRは最初のワン・センテンスが重要です。当店は通勤時間帯に福井駅前でチラシ配りを時折行っていますが、昔の店名「だるま屋」にちなんだ販促イベント「だるま祭り」を見出しに書いたチラシを配布したところ、こちらの予想以上に効果が上がりました。要はお客様の心に留め置かれる『キーワード』があるかどうかでしょう。

**変化を求められる時代での各社の今後の経営戦略**

**小川** 最後に、今後の各社の経営戦略をお伺いしたいと思います。

**安崎** まずは既存店の改造に力を入れていきたいと思えます。売場だけでなくバックヤードも改造することによって、店で働く人がより作業をしやすく合理的に動ける環境を作りたいと思えます。

を行う場所になりうると考えます。顧客ニーズをつかんでサービスと商品を自分たちで作りたいし、発注し、販売することができる「生活感動百貨店」になりたいと思えます。

また、地域のコミュニティが強く、シニア率が高い福井ではそうした方々が気軽に集まることのできるコミュニティションの場所が重要です。そんな場所づくりも手掛けていきたいですね。

**海道** 百貨店のように大きな情報発信力がなくても、やる気さえあればインターネットを使って最少コストで大きな効果を出せることも可能です。

当店も商工会議所のセミナー等を活用してホームページをリニューアルし情報発信に努めています。小さな店こそインターネットを上手に活用して情報発信することを検討すべきだと思います。

(文責・福井商工会議所 会員サービス課 藤井)

冒頭でもお話しさせてもらいましたが、私どもの商売は多くのスタッフ(人)によって成り立っています。せっかく学生を新規採用しても定着しなければ意味がありません。職場環境の整備を進めることで、自社で育てた優秀なスタッフが長く働き続けてくれるようになれば理想ですね。

**海道** これからは、物販以上にサービス業に転化することを目指したいと思えます。

現在の当店の事業内容としては、新商品の販売が65%、宝飾品のリフォーム(作り変え)や修理が35%を占めています。実際はリフォームの方が利幅も大きく、こちらのほうにより力を入れていきます。



地域密着型家電販売店を営むとともに、現在は福井市商店街連合会会長として地域商店街の活性化にも取り組んでいる。

