中小企業の経営革新シリーズ94

**体験イベントで大阪のええもん・ええとこ再発見**

　大阪産業経済リサーチセンター　総括研究員　北出　芳久

企業名　：有限会社イワイザケドットコム

事業内容：大阪の土産物販売

従業者数：4名

住　　所：大阪市北区天神橋2-1-23

ＴＥＬ　：06-6882-3361

ＵＲＬ　：http://maidoya.jp/

ＵＲＬ　：http://www.yk-world.com

ネット通販と実店舗のコラボレーション

　今回ご紹介する有限会社イワイザケドットコム（以下・同社）は、日本一長い商店街で有名な天神橋筋商店街にあります。同社は、取締役の赤尾江里子さんの祖父が昭和21（1946）年にこの地で創業した、装飾品文具の卸売店が母体となっています。その後、昭和47（1972）年、ボウリングブームの全盛期にトロフィー・楯の製造卸のエヌエス株式会社となり、平成元（1989）年には小売にも進出されました。しかし、バブル崩壊の影響を受け、起死回生の策として平成12（2000）年には、「トロフィーのＮＳ」のホームページを立ち上げ、ネット通販を開始しました。その結果、販売エリアが全国に広がり、売上の7割がネット経由を占めるまでになるなど、ネットビジネスの経験とノウハウを蓄積されました。

画像１　特徴的な店頭上面のデザイン



そして、平成15（2003）年に赤尾さんがエヌエス株式会社代表取締役となられた後、酒販小売・通販免許を取得し、鏡開きセットやボトルにメッセージを彫ったワイン等のお酒の記念品をインターネットで販売する企業として、平成17(2005)年に同社を設立されました。

　しかし、ネットビジネスは価格競争が激しく、このままネット通販だけでは事業の継続は難しいと考えていたとき、赤尾さんはふと自社の立地の良さに気づかれました。そこで、大阪の代表的商店街にあって、大阪天満宮の西側に隣接し、落語専門の定席（毎日公演している演芸場）である天満天神繁昌亭にも程近いことを生かして、この場所に天満天神や大阪の伝統文化や産業資源を活用した土産物等をセレクトして販売する店舗、「天満天神ＭＡＩＤＯ屋」を設置することとなりました。この計画は平成25(2013)年11月、経営革新計画の承認を得て、平成26(2014)年に開店しました。

　その結果、低利融資、認知度の向上、取引先の広がり等の効果が得られ、開店当初に比べて購買客数は３割増加しました。購買の目的は、退職や金婚式等各種お祝い事の記念品や、帰省の際の土産などが多く、天満切子や大阪錫器といった伝統的な大阪の工芸品の人気も高いようです。

　最近では、生活雑貨・手づくり用品の大手総合専門店から春・夏続けて期間限定ながら好条件で出店の打診が相次ぎ、「ＭＡＩＤＯ屋」コーナーを展開し、良好な販売実績をあげられました。

（筆者撮影）

単に物を売るだけでなく

　開業した店舗内には、ワークショップスペースを設け、商品に関する講演や見学・体験イベント等を行い、その良さを知ってもらうことにしました。それから赤尾さんは、商品知識を高めようと、商品の背後にある歴史文化を熱心に勉強されました。

　同社の大きな特徴であるイベントは、月2回開催されています。その内容は、店内奥のスペースを使ったイベント、キッチンスペースを使った料理イベントのほか、八尾で伝承される河内木綿の綿の実収穫や藍染め体験、柏原市のワイナリーでの畑作業とランチ付き試飲会や、堺市の麹製造元での白味噌作り教室、東大阪の大阪産レストランで地場野菜料理と農家の話を聞くといったもので、さぞ準備には手がかかるだろうと思われるものばかりですが、それだけに参加者の満足度も高く、同社のファンが増えていくことにつながっています。

画像2　最新（第8弾）の開発商品



（筆者撮影）

　店舗の建物も個性的で、店頭一面を飾るちょうちんの一つ一つには、大阪ことばが書き込まれ、年中お祭りのような明るい雰囲気で、商業建築の専門誌にも紹介されています。

観光客への対応

　同社では、国内複数の旅行社主催のツアー客の立ち寄り場所に組み込まれ、土日を除く毎日80人近い来店があります。ツアー客は滞在時間に限りがあるため、大きく売上に貢献するほどの効果は期待できませんが、お店の存在を知ってもらう機会として大切にしています。

　外国人の来客はまだそれほど多くないようですが、日本に旅慣れた人がよく来られるとのことで、このことは「日本通」のお客を満足させるだけの品揃えができていることの現れともいえます。

オリジナル商品の開発

　同社はオリジナル商品の開発にも熱心で、河内木綿の柄のトートバッグや、活版印刷絵はがき、江戸時代の大阪の古地図の複製版、手ぬぐい、ワイン、だしまき用の出汁といったユニークな調味料の開発も製造者と共同で手がけられました。

最近では、天満天神繁昌亭内の売店にも出店し、両店で繁昌亭グッズも販売しています。

事例から

　この良い立地を生かして、「商店街に来られるお客さんに楽しんでもらえる店にしたい」、そして「大阪のええもんをもっと知ってもらいたい」との思いから始められた「天満天神ＭＡＩＤＯ屋」。イベントの告知や申し込みはフェイスブックを活用するなど、実店舗とウェブ、そして店舗を飛び出しての体験イベントと、立体的な取組みがうまくかみ合いつつあります。また、同時に地元の天満天神とのつながりを大切にされ、商店街の理事を務められるなど、地元の盛り上げにも日々尽力されています。

　また、赤尾さんのご息女は、大阪府が主催する「なにわマーケティング大学」の全講座を受講されるなど、研鑽を積まれています。

地域の特産品・みやげものは、その背景に土地の歴史や文化や人の営みが隠されています。しかし、いくら魅力にあふれたよい商品でも、その存在をまず知ってもらい、使ってもらうきっかけがなければ、そのよさは伝わりません。同社は赤尾さん自身が訪ね歩いて個性的な地域の特産品を発掘する一方で、様々なイベントを通じて、大阪の地域ブランド力の向上を目指して努力されています。

【謝辞】

　有限会社イワイザケドットコムの赤尾江里子取締役様には、ご多忙のところにも関わりませず、長時間にわたり事業方針やイベント開催の経緯に関するお話をいただきました。厚く御礼申し上げます。