

島村兄弟オリジナル 黒酢玉ねぎドレッシング PB商品化導入による 粗利益の拡大化



株式会社 島村
代表取締役 角村 憲一

強烈なインパクトの『島村兄弟』

赤い屋根の駐車場に着いた瞬間、『島村兄弟』ののぼり旗やポップの嵐、まるでアミューズメントパークに迷い込んだような強烈な思いに駆られた。この店を情報発信の基地にした、あの店に行けば面白い事があると思ってもらいたい」という角村氏の思いが込められた店づくりだ。商品陳列も工夫し、売れ筋商品の売場面積を広げ、より目立つようにしている。

粗利拡大と差別化を 狙うPB商品開発

最初は、何でも揃う土産物店を目指したが、あまりにも商品種類が多く、在庫管理など雑多な問題があった。仕入商品であるため、粗利益にも限界があった。

そこで角村氏は『プライベートブランド商品を作りたい』と考える。その商品を中心とした売場展開が可能になる上、製造から販売を一貫して行うことで粗利益の拡大も見込めるからだ。試行錯誤した結果、まずはドレッシングを作ることに。どんな商品にするか考えあぐねてい



店頭が一番目立つ場所にドレッシングがズラリ

る時、
「玉ねぎと黒酢を合せたら。健康にも絶対いい」とお客様に教えられた。

黒酢は最初、飲んで「無理」と思ったが、一年以上寝かせるともろやかになることがわかった。玉ねぎは食感を大事にしようとして、生のまま刻んで入れた。無添加で、玉ねぎの辛みと香りが黒酢とうまい具合に融合した商品ができあがった。

ドレッシングの評判は良くリピーターも多い。さらに買手目線に立って使い切りサイズを揃えることで新規顧客を開拓したいと考えている。また、お客様の味の好みに対応するため、フルーツ玉ねぎを使ったものや、しょうが味・ニンニク味といったバリエーションを展開し、シリーズ化していくことで、他店との完全差別化も狙っていく。

夢はでっかく 経営革新は通過点

「異業種の人の意見は凄くためになりますね。経営革新塾はチラシを見て参加したんですが、先生から商品陳列のアイデアとか面白いことをたくさん教えてもらいましたよ。経営革新はするべきですね。何かしら得るものがありますよ」

多くの人のアドバイスが結果してできたドレッシングを、これから発展させるのは自分だと感じている。

「夢はでっかいほうが楽しいでしょう」

という角村氏の構想は果てしない。ドレッシングのノンオイル化、玉ねぎにかけると玉ねぎドレッシングの開発、オリジナル商品のアイテム数拡大、第一次産業とタイアップしての自社工場生産……。夢はどんどん膨らんでいる。

(正本 裕子)



伝統ある『壁土屋』の 五代目として

大正元年に壁土販売業として創業し、現在では漆喰メーカーとして日本全国に事業を拡大している近畿壁材工業株式会社。濱岡氏がその代表取締役就任したのは昨年5月。伝統ある事業を引き継ぎ、どのように成長させていくかを模索していたこの職員から経営革新をすすめられた。

テーマは『日本の伝統文化と現代建築の融合』。70年代、前社長（現会長）が漆喰壁の既調合化を成功させ、社寺や城といった伝統建築への販売を行っていたが、『自然素材100%で安心で安全な伝統ある漆喰壁を、一般住宅にも広められないか』と考えたのがきっかけだった。

お客様のニーズに合った 塗り壁の開発

漆喰壁が持つ調湿機能や防火性、抗菌作用などの優れた特性を活かした商品を、お客様のニーズに合わせて即座に提案することが以前の販売中心の商社形態では難しかった。そこで『モノ作りのできる』メーカーとして事業を再度見直し、経営資源



クロスの上から塗っても大丈夫

を集中させた。

現代建築と漆喰を融合させるため、石膏ボードやビニールクロスの上にも塗れるような下地材を開発。漆喰特有の純白以外の色、パターンやデザインといった要望にも対応できるよう、地元淡路島の色土を使ったカラー漆喰なども完成させた。

伝統建築の需要が減少する中、ユニークな特徴を武器とし、設計事務所や工務店などへ漆喰壁の安全性や価値を伝えようと、『安全で安心の住宅造りのお手伝い』をモットーに営業力を強化。社長自らも全国を飛び回っている。

商品ではなく『日本の 伝統文化』を売り込む！

「漆喰はヨーロッパでは400年以上、日本でも500年以上の歴史があります。姫路城などで見られる『漆喰をまっすぐに塗る職人の技術』は、まさに『日本の

伝統文化』ですよ」

と語る濱岡氏。漆喰を『商品』として売るだけではなく、原材料から製造方法、施工技術すべてを含めた『昔ながらの伝統的な漆喰の継承保存活動』にも意欲的だ。

「経営者として利益を生むことは重要であると十分理解しています。しかし、100年間同じ場所で商売を続けることができた理由、経営理念の必要性、社会に必要とされる会社になる意味が経営革新に取り組むことで理解できた気がします。私のような世襲経営者は、自社のことや進むべき方向性がわかっていないでわかってないことで日々苦しみますが、経営革新への挑戦は現在の状況を理解し、将来の『あるべき姿』を考えるのに本当に役立ちましたね」

経営革新への取組は社長自身への意識改革にも繋がっている。「日本の伝統文化と現代建築の融合を実現します！日本文化の継承と安全で安心に暮らせる住宅づくりに貢献していきますよ（笑）」と明るく笑顔で語っていた。

（平松 秀章）



日本の伝統『漆喰壁』の 新商品開発および 直接提案型販売への移行

近畿壁材工業株式会社

代表取締役 濱岡 淳二

経営革新