

# 「道具の専門家」を極めて顧客ニーズに対応

徹底的に「試す・使う」ことで得た専門性は  
情報を求めるメディアからも引っぱりだこ。  
工夫を凝らした店頭ディスプレイにも注目

合羽橋道具街の発展と  
ともに歩んだ店の歴史

上野と浅草のちょうど中間あたりに位置し、食に関連するあらゆる道具を扱う「日本一の道具街」として知られる合羽橋。その歴史は大正元年（1912年）にさかのぼるといい、数軒ほどの小間物屋、道具屋、古物商などが現在の合羽橋通りで商売を始めたのが始まりである。

同年創業の「飯田屋」は当初、建具屋として営業を開始。やがて関東大震災後の復興期にホーロー容器を扱い始め、やがてその得意先となった精肉店用の道具を取り揃えた専門店として発展していく。しかし高度成長期以降、スーパーマーケットの登場によってこ

れらの精肉店が次々と廃業。主たる顧客を失い、取引先の多くが総菜店などに鞍替えするのに合わせて、同店も飲食店向けの多種多様な道具を取り扱う店へと業態転換を余儀なくされる。

ところが、こうした「よろず屋」的な営業方針が裏目に出て売上は激減し、同店においては長い冬の時代が続く。そんな窮地を見かねて、10代後半で起業した経験も持つ6代目の結太氏（現・専務）が入社するも、当初は確たる打開策を打てないまま現状維持が続いていた。

そんな結太氏が「何をすべきか悩み、迷いに迷っていた」とき、インターネットで探し当てたのが「商人大学校」である。それはまさに「飯田屋」の命運を分ける出会いでもあった。やがて講義で学んださまざまな内容を実践する

うち、ITツールを使った営業戦略の一環として書いた「フライパン」についてのブログ記事をきっかけに、ひとつの転機が訪れる。結太氏は続いて、公社が行う別のセミナーに参加するのだが、そこで講師陣より「専門性を出すように」とのアドバイスを受け、フライパンについての専門性をさらに深めるべく研究を重ねていくのである。

徹底的な商品研究によって  
高められた専門性

料理道具の専門家となるには、とにかく「使って比べる」こと。そのため赤外線温度計を使って熱の伝わり方を調べたり、肉の焼き加減を比較するなど、数多あるフライパンの特性を研究した。するとその記事が、フライパンのインターネット検索でトップに来るまでの人気を博す。やがて、それを見たテレビや雑誌から取材依頼が次々と舞い込み始めたのである。その後は結太氏が「合羽橋の台所番長」と



店舗正面

して「日経トレンドイ」Web版の連載を持つほか、メディアからの取材依頼は年間100件以上。大きな宣伝効果となっているのは言うまでもない。超・料理道具屋を自称する「飯田屋」の強みは、なんといつてもその商品知識にある。時には農家などにも直接取材し、食材の特性を科学的に分析。人によってさまざまな異なる道具へのニーズに対して、常に的確な答えが用意されているのだ。



フライパンの数々

それを裏付けるかのように、同店はネット通販の台頭に逆行して直接の来店客数が増加。多くの人が商品を直接自分の目で見て、アドバイスを欲していることの表れでもある。また、売上ベースではプロと一般客で8対2なのに、顧客数の割合では2対8と逆転。プロの道具の良さを一般家庭に伝えることで、元々は「B to B」だったビジネスが「B to C」としても通用する好例だ。また、商品知識をスタッフ全員で共有すべく、定期的な勉強会も欠かさず実施。試用する道具の費用は年間2〜300万円にものぼるといふが、必要な投資として惜しまない。さらに「商人大学校」も結太氏の母親である5代目社長以下、主要スタッフがこぞって受講することによって、知

識の共有を目指している。

### 商品配置とPOPの工夫で 在留時間が大幅にアップ

「飯田屋」でもうひとつ特徴的なのが、30坪の店内に約6000点もの商品が所狭しと並ぶ圧倒的なディスプレイ。それを実現するのが、什器にあえて角度をつける陳列方法だ。来店客に対して正面を向く棚数を増やし、さらにネット状のパネルを取り付けて小さな面を多数作ることで、それぞれに商品の「専門性」を持たせるのである。こうした陳列によって、かゆい所に手が届くカテゴリ分けが可能になり、また店内を探索するエンタテイメント性までもが付加されることになる。

これらの商品はひと目で用途が分かるものが少ないためPOPは不可欠だが、結太氏はここへ自らの写真とコメントをプラス。黒縁眼鏡に蝶ネクタイのユーモラスな姿がお客様へ安心感を与えるとともに、「店内で出会える人間のコメントが最後の一押しになる」と理由を説明する。

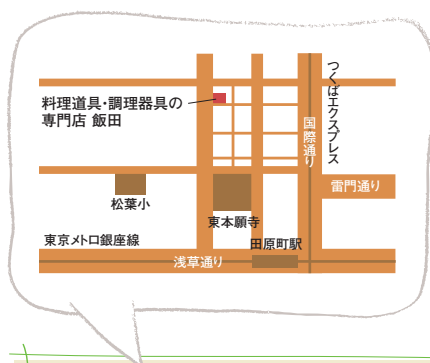
さらに近年、成長中なのが海外との取引だ。観光地としても人気の合羽橋においては外国からの来客も少なくなく、20万点もの商品を取り扱う同店のカタログでは国内外から注文を受け付ける。この流れを受け、結太氏は公社が実施する輸出関連の有料セミナーを受講。数年前は全売上の0・数%だっ



創業時の様子

た海外売上が、現在では5%を占めるまでになった。

優れた道具も、それを生み出す技があつてこそ。今後は世界に誇る日本の技術を伝承する事にも力を入れたい、と結太氏は言う。ほかにも商品を自由に試せるキッチンを設置するなど、料理道具の専門家として「飯田屋」が果たす役割は大きい。



- 店名 ..... 飯田屋
- 業種 ..... 料理道具小売店
- 所在地 ..... 台東区西浅草 2-21-6
- 電話 ..... 03-3842-3757
- URL ..... <http://kappa-iida.com/>
- 営業日 ..... 平日 10:00~19:00  
日曜日・祝日 10:00~18:00
- 活用施策 ..... 商人大学校、商店街パワーアップ作戦



### 専務取締役 飯田結太

経営に悩んでいた頃「マーケティング」「POP」「セミナー」などの検索ワードで探し当てた「商人大学校」。実践的な講義内容で学ぶ事がとても多く、自分自身もこれまで2回受講させていただきました。「料理道具の専門家」というコンセプトができたのも、お世話になった先生方のおかげです。料理はいちばん身近で簡単にできる「愛情表現」のひとつ。今後も料理道具を通じて、お客様の幸せをお手伝いしていけたらと思います。