



## カタログのリニューアルで 創業100年に向けてイメージアップを図る



### 仏壇・仏具 あとう

佐竹商店街振興組合 (台東区)

**仏壇製作の伝統技術を受け継ぎ  
家族の絆の大切さを伝えたい**

都営大江戸線とつくばエクスプレス線の新御徒町駅から清洲橋通りまで全長330メートルのアーケードがある佐竹商店街。日本で2番目に古いと言われ、明治時代からの暖簾を守る店と最近創業した店とが一体となった活気ある商店街である。その一画に、3代目阿藤広行さん、4代目稔さんが経営する仏壇・仏具「あとう」がある。

「店は大正11年から始まり、創業者の祖父と、2代目の父は仏壇職人でした。私は、今も伝統を守る職人とのネットワークを活かして、企画・販売などを担当。お客様一人ひとりに合ったお仏壇を提案しています。」と3代目の広行さんは語る。

全国に顧客を持ち、仏壇や仏具の販売ばかりでなく、修理や洗いなども引き受けている。

現在の顧客は口コミとリピートが8割を占め、社歴も長く、知名度が高いのが強みである。一方、

競合する大手企業が店舗を増やし  
ており、脅威を感じている。

「お仏壇は毎日手を合わせ、先祖  
への感謝を伝える場所。最近はお  
壇の役割を知る人が少なくなっ  
ている。家族の絆の大切さを伝える  
のが当店の企業精神です。」と広  
行さん。

### カタログ制作で話し合いを重ねた 結果、イメージ通りの仕上がりに

毎年、年末にはカレンダーやカ  
タログを顧客に送っており、創業  
100年を迎える令和4年に向け  
て、内容を見直すことにした。初  
めは、時代のニーズに合ったカタ  
ログをつくりたいと考えたが、デ  
ザイナーの選び方、付き合い方  
などわからないこ  
とが多く、公社に  
相談。

そして、魅力的  
なカタログにする  
ため店主スキ  
ルアップを活用し  
て、お店の現状(顧

客、自社の強み、競合店等)を把  
握することにした。

公社の専門家から、「ターゲッ  
トを明確にし、仏壇の特徴わか  
りやすくすること。今後10年間  
で仏壇・仏具あとうが目指すこ  
や思いを言葉にすること。」が提  
案され、4代目を担う稔さんがカ  
タログの文章を手直しすること  
になった。

最初にデザイナーにカタログの  
コンセプトやイメージを伝え、そ  
の後、商店街パワーアップ作戦で  
派遣された専門家と共に、デザイ  
ナー、阿藤さん親子らで構成案の  
見直しなどを繰り返し話し合った。

### 本物の仏壇の良さを WEBでも発信

完成したカタログはブランド感  
がある高級なイメージとなり、仏  
壇の買い替えをはじめ、修理や洗  
いの依頼もさらに増加した。

これからの営業戦略について稔  
さんは「コロナ禍の影響で外出が  
ままならず、主にインターネット  
で情報発信しています。WEBを  
きっかけに当店の存在を知って  
いただき、シヨールームで実際の仏  
壇をご覧いただくのが理想です。」  
と語った。



阿藤広行さん



阿藤稔さん



#### ② 仏壇・仏具 あとう

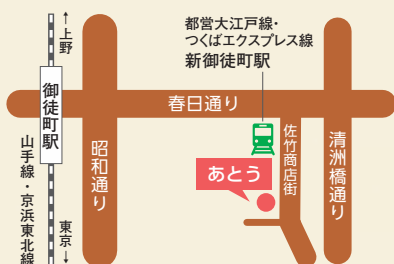
🏠 台東区台東 3-27-11

☎ 03-3835-8777

🌐 <http://www.atou.co.jp>

#### ●活用した事業

店主スキルアップ事業  
商店街パワーアップ作戦



完成したカタログは高級感のある仕上がりに