

特別講演会

『上質を目指す専門店』



パネリスト

株式会社 ワイ・インターナショナル
代表取締役社長 吉田 靖夫氏
株式会社 丸山海苔店
代表取締役社長 丸山 邦治氏

コーディネーター

株式会社 奥住マネジメント研究所会長
協会顧問 奥住 正道先生

総会に続いて、"上質を目指す専門店"をテーマに特別講演会が行われました。協会顧問・奥住正道先生のコーディネイトのもと、株式会社ワイ・インターナショナルの吉田靖夫社長と株式会社丸山海苔店の丸山邦治社長のお二人を講師にお招きし、それぞれの企業の歴史や目指す方向など、広くお話しいただきました。

奥住 本日はお二方の会社についてじっくり伺わせ

「自転車の世界を通して地球を救う」

株式会社 ワイ・インターナショナル 代表取締役社長 吉田 靖夫氏

吉田 最近、街中でもスポーツサイクルに乗る人たちを目にされるようになつたのではないでしようか。一昔前は見られなかつた光景だと思います。自転車業界というのはかなり古くからある業界なのですが、現在

当社はスポーツ車を専門にしています。

ツ車専門店を出していて、出店は今後も続けていくつもりです。私としては36年間かけてやつとここまで来たかという気持ちでおります。

ママチャリからスポーツバイクに

明治33年に埼玉県志木市で祖父が自転車屋を始めました。8歳の時に父が戦死しまして、その後は母が女一人で自転車屋を引き継いで私を育ててくれました。あの時代ですから苦労ばかりだつたと思います。その母も私が24歳になるのを待つかのように他界しました。

駅から15分ほどのママチャリを売る小さな自転車屋です。パンク修理で何とか食べていけるので結婚もできました。30歳を少し過ぎた頃でしょうか、雑誌を読んでいたらある自転車屋さんの記事が目にと

ていただきます。専門店に対する忌憚のないご意見もぜひお聞かせください。

吉田さんの会社では自転車を扱つていらっしゃるそうですね。次々に出店を続けておられると伺いました。一般の小売業とは少し違う立場なのかもしれません、流通業、販売業に携わる方々にとつて参考になる部分が多くあることでしょう。それでは吉田社長、お願いします。



吉田靖夫社長

株式会社ワイ・インターナショナル
明治33年、吉田朝蔵氏により埼玉県志木市に創業。昭和28年、合資会社吉田自転車設立。昭和47年、スポーツサイクル取扱開始。平成8年、(株)ワイ・インターナショナルに。平成20年大阪店、22年名古屋店開設、現在首都圏を含め22店舗。

んで必要ないという時代でした。スポーツ車を始めた時、周りの自転車屋さんやメーカーさんたちからは「いったい何を考えているんだ」と日々に言われました。そんなの流行るわけがない、すぐつぶれるだろう、という意見ばかりです。正直私自身も上手いくことは思っていませんでした。でも周りがやっていないから多少なりとも儲かつたわけです。

まりました。店主が年に1回ヨーロッパへ買い出しに行つていると書いてあります。すぐ妻と一人で吉祥寺に店を見に行きました。その日のことは忘れら

本当に衝撃を受けました。今でも吉祥寺にあります
がスポーツ車の専門店だつたんです。私の全く知
らない世界でした。自分の店に帰り、スポーツ車用
品を揃えて、見よう見まねでガラスケースに入れま
した。「サイクルスポーツ」という自転車マニアのバ
イブルみたいな雑誌に広告を出したところ、さっそ

世の中よくしたもので自転車マニアの少年たちがたくさん来てくれました。「オヤジ、そんな事も知らないの?」って私にいろんなことを教えてくれたんです。その時「いけるんじゃないか」と思いました。ほんの小さな光を見つけ、その光があつたからこそスタートできました。そこから私の人生が始まりました。

ヨーロッパの自転車文化を日本に

スポーツ車の店を始めてしばらく経ったころ、ヨー

ほど買っていただ
きました。「こん
なことがあるん
だ」って、その晩
女房と乾杯したの
を覚えてます。

当時はホンダの
スーパーカブが全
盛で、自転車屋な

たくさんの人たちが自転車に乗ってくるくる周りでいるんです。ところどころでお茶を飲み、おしゃべりに興じる姿が実に楽しそうでした。ツール・ド・フランスに代表されるようにロードレースも盛んです。欧米には私が知らなかつた世界がありました。アメリカでも冬のスキー場が夏にはマウンテンバイクの社交場になっていました。

当時の日本はママチャリか競輪の世界です。自転車という乗り物にはあまり良いイメージがなく、自転車屋の仕事もパンク修理という時代が長く続いていました。

都心への出店が転機に

よく「吉田さんは自転車が趣味なんですか」と聞かれますが、趣味どころか、未だに何もわかつていません。社員は全員自転車マニアで、給料を渡すと自転車部品に使ってしまって全部回収できるほどです(笑)。乗らないのは私だけ。だから皆に「自転車の話はするな。俺に恥をかかるな」と言つています。

池袋から電車で20分ほどかけてお客様が次々いらっしゃいます。それならば、とサンシャインの近くに小さな支店を作りました。当時の自転車屋といえば、地元の、いわゆる「町の自転車屋」です。私はあえて都心へ店を出していきました。それが第二の転換期でした。

その後は店を作つては閉めるといふいわゆるスクラップ＆ビルドを繰り返しています。これまで25店の閉店を経験し、現在は22店舗になりました。新宿

た。日本にヨーロッパの文化を根付かせたい。私はこの思いをビジネスとして形にしていこうと思いま
した。

ワイスロード越谷店
(越谷レイクタウン内)

に3店、池袋に2店、上野に3店、赤坂、埼玉には大宮、越谷、入間のアウトレットモールなどに出店していて、私はこれらすべてをアンテナショップと位置付けています。

「売れないモノを仕入れなさい」

スポーツ車には、マウンテンバイクやロードレー サー、旅行用、通勤用など様々なジャンルがあります。例えば今、マウンテンバイクで高い山から降りてくるというスポーツが流行っています。コースはないので崖を飛び降りてもいい。凄いスポーツですね。



自転車は趣味の世界ですから、ほとんどのお客様が最高峰を目指しています。新しく入ろうとする人たちも必ずそのジャンルの頂点にいる人の意見を聞こうとします。ですから頂点にいる人たちが満足するものを仕入れ、かつ作る必要があるんですね。

これまで「な

るべく売れないモノを仕入れなさい。ただしは

け口は探しなさい」と言つてきまし た。要は

「回転率の悪さ

で勝負しよう」ということなん です。現在扱っ

ている商品は5万から10万アイテムほど。自転車は毎年モデルチェンジがあり、高いモノでは50万、60万が普通、10万円以上するヘルメットもあります。我々はスポーツ車の頂点を目指していますから売れないモノもたくさん仕入れます。めったに見られない商品があるからこそお客様は店に足を運んでくれるんです。

“ワイズウェイ”に込められた思い

15年前、ブリヂストンの社長さんが「これからス

ポーツ車をやりたいから教えてほしい」とやって来られました。トップメーカーでさえがそうなんですから、日本は本当に自転車産業が遅れています。まだまだ確立されていない分野なので、自分たちで技術も磨いていかなくてはいけませんし、今もいろいろな試みをしている最中です。

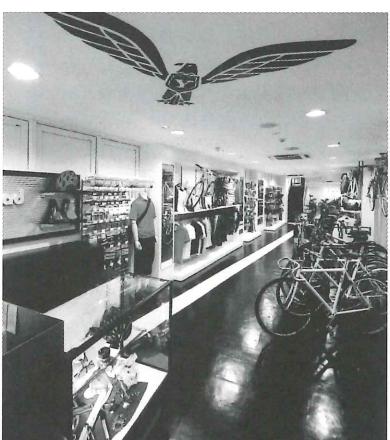
商社をはじめスーパーGMSなどが次々に参入してきます。でもスポーツ車には入れません。競争して激しく乗つたり、高い山から下りたりするために

は、それに対応できる自転車が必要なんです。それぞれのジャンルからマニアが聞きに来るので社員もそれなりの知識が必要です。60キロ、70キロのスピードで走る乗り物です。少しのことで大変な事故につながるので正しい乗り方をお教えしなければなりません。今朝もやつてきたのですが、メーカーから講師に来てもらつて定期的に勉強会を行っています。

最近、仏像の魅力に取り付かれ、如来や菩薩、明

ワイズロード大宮店
(関西最大級のスポーツ自転車専門店)

ワイズロード大阪店
(関西最大級のスポーツ自転車専門店)



来年、68才の誕生日に引退することにしまし



た。何か遺そとと考えていたら、社員たちが「社長の言葉を本にしよう」と言つてくれました。それが”ワイズウェイ”というリーフレットです。例えば「30日後のことを考えなさい」という言葉があります。今日シャッターを開けた時、そこに何人いらっしゃるのか。何日か前、何ヶ月前に、何もしていなければお客様に来ていただくことはできません。私の36年の思いが詰まつたこの冊子を今全社員が所持しています。

5年前、娘婿に「やるか」と聞いたら、「やる」という返事をもらいました。私がしてきたことをそのまま引き継ぐのは難しいでしょう。その頃から上場を目指し、売上高アップやコンピューターシステムの見直しなど、様々な事をやつていきました。しかし今はまだその時期ではないと考えています。

王など仏像作りに熱中しています。実は一つずつ各店に置くつもりなんです。二人の娘や女房の分も合わせて、これから20本以上彫らなくてはいけません。

俺がいなくともちゃんとお前たちのことを見ているからな、という気持ちを込めて、自分の足跡を残していきたいと思っています。

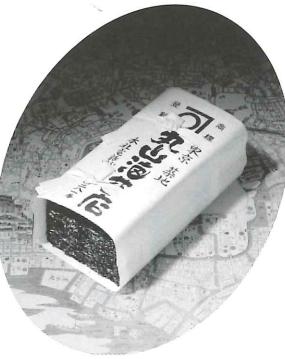
奥住 ありがとうございました。昨今の健康志向や環境問題を考慮すると、ビジネスとして今後もかなり伸びていくのではないかでしょうか。

吉田 10年前、「自転車の世界を通して地球を救う」

という社是を作りました。欧米は自転車に乗っている風景が絵になります。乗りたくなるような美しい自然や環境があるんですね。残念ながら日本にそれを望むことはできません。しかし、我々が絵になるような自転車を売つていったなら、行政がその自転車に合うような道路や自然環境などを整えていくところでは、と思っているんです。地球の役に立ち、皆さん役に立つ、環境も良くできる。こんなにありがたい商売はない、と社員にはいつも言っています。

海苔 海苔は、親父の代から業務用で全国のお寿司屋さん

「ミシュラン東京」三ツ星寿司店
「すきやばし次郎」をはじめとした、関東一円3000軒の寿司店から指名を受ける丸山海苔店



茶禅を通じて「和の心」を世界に発信

株式会社 丸山海苔店 代表取締役社長 丸山 邦治氏

奥住 それでは続いて丸山海苔店の丸山社長のお話をお聞きしましょう。昨年パリにお茶の店を出されたそうですが、その辺りの経緯もお願いいたします。

丸山 当社は、157年前に日本橋で創業された海苔問屋でございます。当時は東京湾でしか海苔が採れなかつたため、船で大阪の乾物屋にも卸していたそうです。戦後海苔の養殖技術が発達しまして、年間100億枚、一人が100枚消費するという時代もありました。今コンビニが全国に5万店あるそうですから、おにぎりが一日100個売れるとして500万個分の需要があるわけです。昨今はコンビニのおにぎりや海苔巻きの需要が多いんですね。

お茶も同様でペットボトルが主流になってきてます。20代で急須を持つている人はだいたい2割程度だそうです。純日本風な海苔とかお茶の文化がなくなつてきているんですね。ただ時代に任せておくだけではいけないような気がいたします。

必要がありました。

資生堂の福原さんが日仏新時代というテーマで「現地に溶け込み、文化で関係を築く」と書いておられます。私の娘はフランス人に嫁いでおりますが、フランスでは「ジャポニズム」といつて浮世絵などの日本文化に強い関心を持っています。今はアニメですね。フランスの子どもは「日本といえばアニメ」

をはじめ、ミシュランで三ツ星になった「すきやばし次郎」や、星付き21軒の寿司店のうち12軒で当店の海苔をお使いいただいている。20数年前、「寿月堂」というブランドで私がお茶の事業を始めました。

21世紀は文化の力で勝負する時代

奥住 素晴らしい夢を持つておられますね。自転車業界のお話を初めてお聞きになつた方も多いと思います。お話を伺つて自転車は未来産業だということが良くわかりました。



丸山邦治社長

株式会社丸山海苔店

1854年（安政元年）、日本橋に海苔問屋として創業。現在、「すきやばし次郎」をはじめ、全国約3,000店の高級寿司店に海苔を卸す。1975年、お茶事業を開始。築地本店を始め、計11の店舗を持つ。

ヨーロッパの中心地であるパリに店を出すにあたり、とにかく超一流の場所に出店したいと思いました。3年ほど物件を探していたところ、サンジェルマン・デプレ地区に最高の物件が見つかったんです。向かいは日本でも人気の「ジエラール・ミュロ」という好立地です。出店してすぐ「フイガロ」に載り、その後小さい記事も含めて100誌以上、テレビにも取り上げられました。なぜ我々のような小さな企業に興味を持ったのでしょうか。それはやはり「文化」だったのだと思います。

「茶禅」を通して和の心を伝える

大学卒業後花王に入社し、25年間サラリーマンを経験しました。今の仕事が21年ですから、サラリーマン時代の方がまだ長いことになります。かつて花

と思っているほどです。奈良時代には中国から、明治維新で西洋の文化が日本に入ってきた。しかし、インプットするだけでなく、文化はアウトプットすることも大事です。日本文化を理解してもらうため、どのように世界へ伝えていけばいいのか、なんですね。

ヨーロッパの中心地であるパリに店を出すにあたり、とにかく超一流の場所に出店したいと思いました。3年ほど物件を探していたところ、サンジェル



日本の伝統的な秋草模様に、フランスの伝統色を重ねたモダンな和のパッケージ

今回パリの店を一流

王がアメリカに進出すにあたり、7名のチームを率いていきました。これから商売をやろうというのにまだ世界に通じるブランドを花王は持っていないませんでした。

メディアや食のプロたちが注目

の場所に作り、当社のブランドを発信しようとを考えました。自分を守るのはブランドだと思います。千利休は最終的には禅を追求しました。茶道と禅道は一致している。すなわち「茶禅一味」の思想です。私はこの「茶禅」と店の名前の「寿月堂」という言葉を日本とEU、アメリカと中国に登録しました。大きな投資ができるかわりに、自分たちで作ったブランドを世界に登録したわけです。

日本文化の美しさと和の心を伝えたいと考え、パリの店の建築は、サントリー美術館、根津美術館、歌舞伎座を設計している隈研吾先生にお願いしました。天井からの竹は大分から1200本を空輸しました。その竹林の下には節のない無垢の木曽ヒノキでカウンターを作っています。ずいぶんお金はかかりましたが、やはり偽物ではなく本物だからこそフランス人に受け入れられたのだと思います。

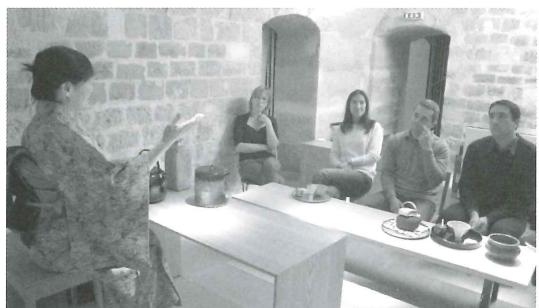
店の地下には茶室兼ギャラリーがあり、日本の伝統工芸の展示やお茶会などの文化活動を行う場所になっています。隈先生の助言で、元々洞窟のような地下室に4畳半の畳をひいてそのまま石の茶室にしました。

2年前、市川團十郎さんがパリのオペラ座で公演をされた時、当社のお茶と海苔を引き出物にしてくださいました。その時スポンサーを務めていたルイ・ヴィトンの社長さんが「日本人が捨てるものを

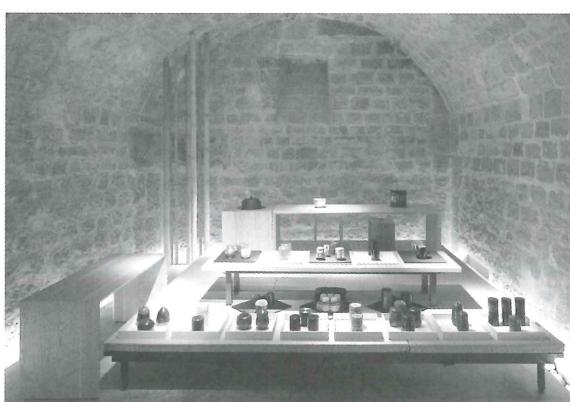
毎週土曜日には一日4回、予約制で「お茶会」を行っています。お茶文化の説明とお点前、質問を15分ずつというのですが、少しずつお茶のファンが増えているということは嬉しいですね。まだ儲かってはいませんが、夢があるということは大事ではないかと思っています。



サンジェルマン・デプレ地区にある「寿月堂パリ店」1階の様子



毎週土曜日に開かれている「お茶教室」は、メディアに取り上げられるほど話題を集めている。



「寿月堂パリ店」地下のお茶室兼ギャラリー「茶禅」では、お茶会をはじめ、日本の伝統工芸品の展示など、和の文化を発信している。

奥住 お二人とも常に明確な目標を掲げ、これまで様々なチャレンジをしてこられました。今日のお話には、私たち専門店が学ぶべき事がたくさんあったように思います。吉田さん、丸山さん、どうもありがとうございました。

我々は欲しい」とおっしゃっていたそうです。確かにあのルイ・ヴィトンのマークは日本の家紋のようですね。彼らは、日本の伝統的な家紋を立派な藝術品と高く評価していたのです。今、その社長は寿月堂パリ店のお客様で日本茶の大ファンです。

日本通の人は抹茶やグリーンティーに非常に興味を持つていますね。お茶を飲んでいれば日本人のようにスリムで長生きができる。しかもお茶をたしなみながら禅の境地に入つていける。日本とその文化に対しても魅力を感じているから、多少値段が高くても当社の商品を買つてくれるのではないでしょか。

私の代になつてからダイレクトメールやインター ネット販売も始めました。EUに対してもインター ネットで売っています。先月「ル・モンド」に掲載

されると、パリだけでなく他の国からも反響があり、ネットで注文が入るようになりました。インターネ ットの販売が普及していけばパリ店一軒でEUはカバーできるかなと思っています。

築地から日本文化を発信

2年ほど前、青木保・前文化庁長官が「文化外交の遅れに危機感」という内容で朝日新聞に書いておられました。「アニメ、Jポップ、料理など、今ほど日本文化が世界中で受容されている時代はない。21世紀は各国が文化力で勝負する時代であり、海外への発信のため基盤整備は国内の文化力を高め、人材獲得や産業発展にもつながる」と述べていらっしゃ

います。

日本には個々に優れたソフトはあるけれども、世界中の人に一度は訪れたいと思われる文化の場がないんですね。ハーバード大学のテオドル・ベスター教授が築地の本を書いています。この本を読むと築地から日本橋まで全てがわかります。こんなことでと思うほど、実に詳細に調べておられます。パリやニューヨークでも築地という場所は非常に有名なんです。私は東京銀座新ロータリークラブの会長をしておりますが、ロータリークラブからポストドクターをハーバードに派遣しています。彼女はベスター教授と一緒に食育の研究や仕事をして、築地を21世紀の日本文化発信の拠点として紹介したいと言っています。

いま私はNPOを作つて築地を外国人にもアピールするための様々なプロジェクトを進めています。築地インフォメーションセンターを設立し築地ガイドツアーの他、色々な体験・企画で築地の魅力を内外にPRしています。昨年12月に築地四丁目交差点の共栄会ビル2Fに「ボン・マルシェ」という新しいジャンルの築地料理のレストランを始めました。築地という場所から、日本の文化を世界に向けて発信していきたいと思っています。