



「知性」「教養」「感動」を提供し、地域の皆様に豊かな生活を過ごしていただきたいと語る
吉岡幸治代表取締役社長

オンライン商談会で商材を開拓し 魅力ある店舗づくりにつなげる

株式会社文苑堂書店(富山高岡市)

書籍・雑誌・文房具の販売にとどまらず、DVDやCDなどのレンタル、中古本や中古ゴルフ用品の買い取り・販売など、実に多様なビジネスを展開しているのが、富山県の株式会社文苑堂書店だ。同社は、手がける事業の一つである雑貨販売を強化すべく、2022年2月に開催された「全国オンライン商談会」にバイヤーとして参加。その狙いや効果のほどについて、吉岡幸治・代表取締役社長にお話を伺った。

「人の心を豊かにする」を
キーワードに多角化を推進

——1946年に高岡駅前に出店した「高岡書店」がルーツとのことですが。

吉岡社長 当初は親族ではない方が開業なさった書店です。後継者を探していらっしゃる中、当時、書店の向かいで洋品店を営んでいた私の祖父に声がかかり、引き受けたのだそうです。承継時に改称して「文苑堂」となりました。「オバケのQ太郎」「ドラ

えもん」「怪物くん」など、数々の名作を生み出した藤子・F・不二雄先生と藤子不二雄先生が、学生時代に手塚治虫先生の漫画を求めて通った書店としても知られています。このエピソードは、当時の店の様子とともに藤子不二雄先生の自伝的作品「まんが道」に描かれています。

——事業の多角化を開始・展開した経緯を教えてください。

吉岡 多角化に着手して精力的に推進したのは、私の父です。父には、東京都内の玩具販売会社での勤務経験

があったため、文苑堂書店に戻ってから最初に追加した事業は玩具の販売でした。「人の心を豊かにしたい」が口癖でしたし、根が好奇心旺盛なこともあり、社長就任後は、ビデオ・レコードの販売やレンタル、雑貨販売、中古ゴルフ用品や中古本の買い取り・販売などにも進出しました。

また、富山県では初となるロードサイド型の大型書店を出店したり、早期に「TSUTAYA」との複合店を出店したりと、単に事業の幅を広げるだけでなく、店舗の在り方について

でも精力的に新たな道を切り拓いてきました。こうした事業戦略が奏功し、父の代で年商が大幅に上がったのです。

——先代が大きく成長させた事業を引き継ぐ際には、どう感じましたか。

吉岡 入社以前の私はサービス業に従事していました。書籍はネット通販で購入していただくくらいですから、父のことは「物販業、特に書店経営はこれから大変そうだな」と思っ

を見たときに「文苑堂書店は重要な社会インフラを担っている」と実感しました。私は、経営戦略に関するビジネス書を求めて書店に行つたものの、結果としてコミュニケーションに関する書籍を購入したことがあります。何冊か試し読みしているうちに、自社の経営における問題は経営戦略ではなく、コミュニケーションが原因であることに気づいたからです。このように、思案しながら実物を手に取り、複数の選択肢を比較検討して決断にいたるといふプロセス

は、人生の転機やチャンスとなる可能性も含まれたすばらしい体験です。店舗にいらつしやるお客さまの様子を拝見して、このような体験の場は、重要な社会インフラになっていると感じたわけです。私自身父の想いには深く共感していましたから、今後も商品を通じて「知性」「教養」「感動」を提供し、お客さまが心を豊かにすることに貢献し続けたいと思います。このため、一つ一つの事業を継続・発展させていくことが自身の使命だと位置づけたのです。

既存の手法とは異なる
新たな出会いに活路を求める

——公庫が開催する「全国オンライン商談会」にバイヤーとして参加した経緯を教えてください。

吉岡 商談会のごことは、公庫富山支店の方と対面で情報交換している際に直接教えていただきました。話を聞いてすぐに面白そうだと思いますね。ちょうど、当社の雑貨店「B&B house」の今後の在り方について、雑貨部門の部長と相談を重ねていた時期だったので、課題解決につなげられるかもしれないという期



「文化の森」というコンセプトの旗艦店(富山豊田店)



2022年7月16日にリニューアルオープンした文苑堂書店福田本店

—— 雑貨店経営における課題とはどのようなものでしょうか。

吉岡 雑貨店で大切なのは魅力ある商品を揃えることですが、他の雑貨店やスーパーなどでも扱っているような商品では、いくら魅力があっても過当競争に巻き込まれるだけです。お客さまを魅了するだけでなく、店舗の独自性を高めるような商材・仕入先を見つけ出すことが重要なのです。しかし、取引している問屋からの紹介に頼ったり、展示会・見本市に出向いたりという既存の手段では、競合も同じ情報に触れる可能性



オンライン商談会で取り扱いを開始した手延べそうめん「華五彩」

が高く、なかなか差別化につなげられませんが、また、当時は特にコロナ禍が深刻で、地道に足で情報を稼ぐというわけにもいきませんでした。競合が着目していない優れた商材を見つけ出す方法を模索していたなかで、主に公庫の取引先が参加する商談会が開催されると知り、大いに興味を持ったわけです。

—— どのようなセラーとの出会いを期待したのでしょうか。

吉岡 雑貨店で扱う幅広い商品群のなかでも、一番強化したいと考えていた食品ジャンルの商材・仕入先を求めていました。特に出会いたかったのは、手がける商品に強い思いやこだわりを持っていらつしやるセラーです。そういうセラーなら、商品として確立させるまでにストーリーがあるはず。私も、ストーリーのある商品を揃えることが、魅力ある店舗づくりにつながると考えていますから。

—— 実際に参加して、どのような成果を得られましたか。

吉岡 商談会に臨んだのは私の相談相手だった部長ですが、2日間で10社のセラーと商談できたそうです。このうち4社と商談を継続して



「全国オンライン商談会」に参加し雑貨販売の強化を考えている吉岡社長

いて、今年7月にリニューアルオープンした店舗で各社の商品を販売しており、売れ行きが好調なら既存店にも取扱いを拡大したいと思っています。

—— 商談会に参加してみて「ここが良かった」という点があればご教示ください。

吉岡 メリットとして最も大きいと感じたのは、事前にニーズをマッチングしてくださる点です。具体的には、バイヤーが商談ニーズを提示したうえで、事前にセラーから企画提案書を提出していただき、そのなかからバイヤーが商談先を選定できる点です。本番当日に初めてやりとりする商談会の場合、興味がないうちで対話することも少なくありま

せん。

—— 本来やりとりしたいセラーとの出会いのチャンスを逸してしまふ恐れもありますね。

吉岡 事前に商談先を絞り込むことができ、商談の効率が高まっていると思います。事実、実際に商談させていただいたセラーの企画提案書は、いずれもコンセプトが明解に記載されていて、商品や会社の強みがしっかり伝わってくる内容でした。

なかには、店頭での商品のディスプレイ方法や、想定される消費者像、利用シーンなどが盛り込まれている提案書もあり、非常に勉強になりました。バイヤーが事前に提出する書式にも、もっと細かな情報や要望を記載しなければ、このように熱心なセラーに対して失礼だと反省しました(苦笑)。

—— 一方で、改善したほうが良い点についてはいかがでしょうか。

吉岡 事前に商品サンプルを確認できないことに、もどかしさを感じま

した。物販店としては、やはり実物を手に取ることが大きな判断材料になりますから。セラーも参加するからには、ぜひ実物を見て検討してもらいたいという思いが強いのではないのでしょうか。

—— サンプルについては同様の指摘が多かったので、公庫としては事前に当事者同士の了承を得たうえでサンプル送付を検討しています。

吉岡 ぜひ実現していただきたいですね。商談には1件につき30分間という制限時間がありますから、手

元にサンプルがあれば、より実のある商談を行えるようになると思います。

—— オンライン会議の設定や扱いなどについては問題ありませんでしたか。

吉岡 コロナ禍になって以降、比較的早期に導入を済ませていて、既存取引先との商談などにも利用していたため、当社としては特に問題はありませんでした。ただし、互いに初対面なうえにモニター越しになるという意味では、バイヤーとセラーだけ

で商談に臨むとやりとりがギクシャクする恐れがあります。部長は「公庫の方が立ち会ってくださることで安心感が生まれて会話がスムーズになった」とコメントしていました。

—— 改めて、貴社にとっての全国オンライン商談会の意義をお聞かせください。

吉岡 実際に参加したからこそ出合いに恵まれ、店頭のラインナップを拡充できました。今後も、魅力ある商材・仕入先との出会いの場として活用させていただきたいと思っています。私も、雑貨店経営について、単に「売れる商品」を並べれば良い時代ではなく、魅力的な店舗づくりにフィットした商品を厳選して揃えることが重要なのです。そういう意味でも、商談会には積極的に参加させていただき、ストーリーのあるしっかりした商材と出会う機会を増やしていきたいですね。

**実店舗の強みを最大化する
店舗づくりを推進**

—— 現在の経営課題はどのようなものでしょうか。

吉岡 Eコマースが加速度的に浸

「全国オンライン商談会」開催実績

日本公庫では、コロナ禍の影響により、新たな販路の拡大やサプライチェーンの再構築等、マッチングニーズが多様化する中、お客さまのビジネスチャンス拡大を支援するため、2022年2月14日（月）～18日（金）の5日間にわたって、「全国オンライン商談会」を開催しました。

昨年度初めてオンライン形式の商談会を開催し、今回も前回の商談形式を踏襲する一方で、新たにバイヤーとして大手企業だけでなくお取引先中小企業や海外現地法人も募集した結果、参加企業数・商談件数ともに前回比大幅に増加しました。

開催後に行った参加企業（セラー）からのアンケートでは、「商談成立先もしくは今後も商談を継続予定先あり」との回答が88.6%にのぼる等、実効性のある商談が行われ、参加企業から高い満足度を得ることができました。

【開催データ】

		(今回)	(前回)
会期		2022年 2月14日～18日	2021年 3月8日～12日
開催／商談形式		オンライン／ 個別面談形式	オンライン／ 個別面談形式
参加企業数 (注)	セラー	505社（全都道府県 から参加）	331社
	バイヤー	106社（うち海外現 地法人5社）	35社
延べ商談件数（注）		725件	424件

(注) 事前に商談予約のあった参加企業数及び同商談件数

透・拡大を続ける中では、お客さまに足を運ぶ価値を見出し、いたただけるよう、各店舗をつくり変えていく必要があると思っています。この必要性は、コロナ禍による人流の抑制・停滞などで、より鮮明になりました。単に商品を置いて販売するというだけでは陳腐化のリスク・スピードが高まったとも言えます。そこで、コロナ禍前に想定していたより前倒しして、店舗の付加価値を高める対策に乗り出しています。

—— 具体的には、店舗にどのような付加価値を高めているのでしょうか。
吉岡 「体感・体験」を軸に、大きく2種のアプローチを始めています。一つは組み合わせによる価値創造です。先ほど触れた新規オープン店は雑貨店と書店の複合店で、多様な商品と出会える場の提供を企図しています。また、昨年は中古ゴルフ用品店「ゴルフパートナー富山店」に、スイングチェックできる設備を導入し

文苑堂書店 に学ぶ 「全国オンライン商談会」参加の

3つのポイント

Point 3	Point 2	Point 1
オンラインでかつ初対面のセラーとでも公庫職員のサポートで安心して商談を実施	セラーの企画提案書により、ニーズに合致するか事前に確認できるため、効率的な商材開拓が実現	ストーリーのある想いやこだわりの強い商品を求めて全国オンライン商談会に参加

ました。お客さまがクラブをスイングすると、頭の位置や体の傾き加減、ヘッドスピードなどを細かく分析して改善点を確認できるという設備です。これは物販とサービスの組み合わせですね。そして、もう一つのアプローチが空間の演出です。「TSUTAYA BOOK STORE 藤の木店」を大幅にリニューアルし、内装やインテリアをスタイリッシュに刷新しました。お客さまに「この空間にいたい」「この空間でモノを選択したい」と思っていたことが狙いです。

この試みは他店でも展開させていく所存です。

—— 先に伺った、実店舗が備えた社会インフラ機能面の強化ですね。

吉岡 そのとおりです。「いいな」と思うモノと出会って購入し、そのまま持つて帰ることができるという即時性は、実店舗だからこそ提供できる体感・体験の機会です。この即時

性を最大化させるような仕掛けが、お客さまにとって店に出向く価値になるのです。今話した施策は経営陣が考えたものですが、アイデアは社内でも広く募り、現場からもユニークな発想が上がってくることに期待しています。

(聞き手 ライター 竹内太郎)

BUN EN DO

株式会社 文苑堂書店

本社：富山県高岡市駅南5丁目2-20

代表者名：代表取締役社長 吉岡 幸治

資本金：4,800万円

従業員：500名(2022年7月現在)

事業内容：書籍・雑誌・文具の販売(文苑堂書店)、玩具の販売(おもちゃのバンビ)、雑貨の販売(B&B)、DVD・CD・コミックのレンタル(TSUTAYA)、CD・DVD・ゲームの販売(TSUTAYA)、中古本等買取・販売(ブックマーケット)、中古ゴルフ用品買取・販売(ゴルフパートナー)、カフェの運営(ドトールコーヒー・ウェルウェルドーナッツ)、教科書・教材・図書館本等各種出版物の卸、WEB販売

会社設立：1955年

ホームページ：<https://www.bunendo.com>