

お客様に感動と喜びを提供する

株式会社京ろまん 奈良県奈良市

近年のライフスタイルの洋風化や個人消費の低迷などから、呉服業界の市場規模は縮小の一途をたどっている。そんななか、「おしゃれ、楽しい、便利」をキーワードに購入後のアフターケアを含めた提案型の店舗を展開し、成長を続けているのが、株式会社京ろまんである。古い体質の企業が多いといわれる呉服小売業界にあって、お客様に感動と喜びを提供しながらお客様の輪を広げていく、新しいビジネスモデルが芽を出し、伸びてきた。

会社概要

会社名：株式会社京ろまん
 所在地：奈良市油阪地方町6-4
 満足館ビル4F
 電話：0742-27-8400（代）
 創業：1986年1月
 設立：1986年11月
 資本金：7,800万円
 代表取締役社長：郡 史朗こおり
 従業員：80名
 事業内容：着物・和装品・宝飾品など
 販売、振り袖レンタル
 URL <http://www.kyo-roman.com/>



本社オフィスも入る「きもの満足館 奈良三条本店」

「きもの夢空間」誕生

今年7月、JR奈良駅近くの三条通りに「きもの満足館 奈良三条本店」がオープンした。そのヨーロッパ調の瀟洒な外観は呉服店というよりも高級ブティックを思わせる。同社の郡社長の悲願でもあった、奈良市内の目抜き通りへの出店である。

1階は、オリジナル和装小物、洗える着物、リサイクル着物の販売などを行うほか、着物の洗濯やリフォーム、保守を行う「お手入れ工房」を設置。また、お客様がくつろいで着物の相談ができるサロンもある。2階には、結婚式や成人式の着物姿が撮影できるトータルフォトスタジオと結婚披露宴などにも使える和風レストランが入る。3階には各種きもの展示会、振袖倶楽部、振袖レンタル等大型絹布の販売できるイベントホールを備えている。

郡社長は、きものビジネスを「癒しのビジネス」と位置づける。同館は「呉服の販売だけでなく、きものに関連するビジネスをトータルコーディネートし、きものに関心のある人に安らぎと感動を持ってもらう場を提供する」という、郡社長のきものビジネスへの思いを実現させた店舗である。



きもの満足館
三条本店3階

同店1階



やればできる

ここまでたどり着くまでの道のりは並大抵ではなかった。呉服店といえば代々家業として継がれる老舗が多いが、同社は86年に郡社長が創業した若々しい企業。現在のビジネスを始めたのもどちらかといえば偶然といえるかもしれない。大学を出て一旦、通販メーカーに就職。学生時代にキャッチセールスのバイトで稼いだこともあって、

初任給のあまりの安さに驚かされた。就職して半年後、昔のバイト先の先輩から「呉服屋をするんだけど一緒にやらないか。給料 100 万円や」と誘われたのが、呉服業界に入ったきっかけ。24 歳で夢を抱いて独立したものの、最初は人にだまされたり、途中手を出したカレーショップが失敗したりで多額の借金が残るなど、最初の 7 ~ 8 年間は苦しい時代が続いた。

転機となったのは 32 歳の時。懇意にしてくれた一軒の間屋さんから「金券セール」の提案があった。創業 10 周年セールとして、10 万円の金券を持って約 250 名のお客様をすべて 2 回訪問。服装は白ネクタイの礼服姿、お客様にお願いするときは必ず 10 秒間頭を下げ続けるという「10 秒間の礼」を励行して誠意を伝えた。当時の年商は 7,000 万円そこそこだったが、セール 4 日間で 4,700 万円の売上げを達成することができた。「お客様の前でした 10 秒間の礼は 1 時間にも 2 時間にも思えた。しかし、このとき初めて『やればできる』ということがわかった。このときの達成感が今の原動力になっている」と郡社長はしみじみと語る。

インショップから路面店へ

呉服業界の市場規模は 1981 年の約 1 兆 7 千億円をピークに年々減少、88 ~ 90 年のバブル期にわずかに持ち直したものの、今や 7 千億円とも 6 千億円ともいわれる厳しい状況にある。一般専門店の弱体化するなかチェーン専門店が毎年市場占有率をアップさせている。

代々続く呉服店ならいざ知らず、弱冠 24 歳で立ち上げたビジネス。きものことだけでなく、経営そのものも初めての連続だった。経営の定石を知るということで、きもの関連のコンサルタントの力も借りながらきた。

呉服店は集客力の見込めるショッピングセンターなどへのテナント出店がいいということで、99 年頃から県下の主要都市のスーパー内に出店、その頃から売上げが伸び出した。しかし、郡社長はそれだけでは満足しなかった。きものは夢の世界のもの。生活臭ただようショッピングセンターで

はイメージに合わない。入りやすく何かワクワクする店をつくりたいということで、路面店の出店を決意。昨年 12 月にインショップだった桜井店の移転を機に「きもの満足館 桜井店」をオープンさせた。

20 ~ 50 代の女性を対象に行われた、ある調査によると、最近の女性の 90 % 以上は「きものが好き」と答える。その反面、「最近 1 年以内に購入した」は 10 % を切る。呉服業界ではブライダル需要は低下が続くが、おしゃれ系きものは伸びている。「きもの満足館」では催事販売よりも店頭販売を重視、商品の品揃えを増やし選ぶ楽しさを提供すると同時に、きものアフターケア、着付け教室、お客様同士の交流の場としてくつろぎのスペースも設けた。「おしゃれ」「楽しい」「便利」をキーワードに路面へ出たことで、新規客比率が 5 割を超すなど顧客の注目を集めることに成功した。また、この成功が冒頭に紹介した「奈良三条本店」にもつながっている。



県内初のきものローカルチェーンをつくる

同社は本年 9 月に日本証券業協会の未上場株式の取引市場である「グリーンシート市場」のうちベンチャー企業や高成長の中小企業が集まる「エマージング銘柄」へ県内第 1 号として登録され、株式公開を果たした。これにより、同社は公募増資が認められ、市場から資金調達することが可能になった。

郡社長は「2010 年に現在のほぼ 10 倍の年商 100 億円をめざす」と意気軒昂だ。だが「奈良はシルクロードの終着点。当面はこの歴史ある奈良で、きものを核にきものファンを着実に増やし、県内で初のきものローカルチェーンをつくる」と足場固めに余念がない。同社の新しいビジネスモデルは実を結び、全国展開への開花期を迎えようとしている。

(井阪、島田)