

米穀卸・小売経営、精米機器関連情報

「原点に戻って小売らしく」

品質を重視し、リピーター増やす

埼玉県川越市に店舗を構える(株)金子商店(宮下町1-12-7)は、コメの品質を重視する消費者直結型の専門店だ。より「小売らしい小売」を目指しており、鮮明なコンセプトによって売り上げを伸ばしている。

五ツ星のお米マイスターを取得している金子金次代表とともに同店を切り盛りする金子真人専務は、10年間にわたるパート勤務を経て家業を継ぐ道を選択した。「パート勤めが順調だったため、ほぼ1年間、悩みに



金子真人専務

悩んだ上の選択だった」(真人専務)という。順調だったパート勤務から転身したのは、顧客を大切にしたいから



埼玉県川越市に店舗を構える



レイアウトに工夫を凝らした店内

だ。真人専務は、「ウチがコメ屋を始めてから70年になるが、孫の代になってもウチのコメを買ってくれるお客さんが少なくない。そういう無形の財産をより大切に、喜んでもらうように考えた」と説明する。真人専務が家業を継いで大きく変わったのは、よりいっそう消費者を重視する経営に方向転換したことだ。「何でもやる米穀店ではなく、原点に戻って小売らしい小売にしたい」(真人専務)と考え、スーパーや小売店への卸業務、業務用米納入のウエートを縮小していった。

具体的には、販売数量

を伸ばすことよりも、「顧客のリピーター率が高い店を目指している」という。



精米商品には絶対の自信を持つ

「高品質のコメを販売するだけでなく、炊飯方法や保管等のアドバイスまで踏み込んでいくというような取り組みによって、消費者に喜ばれ、選択される小売店を模索している。」



セール告知のチラシ

すのが当社の務め」と徹底し、消費者を重視する姿勢を貫いている。

コメの仕入れは、卸と地元の生産者を使い分けられている。生産者からの仕入れは、長年にわたってつき合いのある生産者を厳選した契約栽培だが、数量の集約や品質を一定させる目的から、JAを間に挟んだ取引で手当て。地元・川越産のコシヒカリにこだわっている。

「同じ産地、同じ生産者でも、圃場によって品質や食味が大きく違う」というのが真人専務の持論。そのため手当てするコメの圃場を頻繁に訪

店売り50%の目標掲げ

一般消費者への販売に特化している同社の売り上げは現在、店頭販売30%、宅配便による発送を含めた配達率が70%の割合。東武東上線の川越駅から約2キロという立地は、店売りを伸ばす上で必ずしも恵まれた条件とはいえない。それでも真人専務は、「店売りを50%まで引き上げたい。顧客の満足度を高めていくには、やはりコンサルセーブルなことができる店売りがベスト」と目標は高い。消費者に対して「最善の条件でコメを届ける」ことを最重要視しているため、搗精技術の向上はもちろん、「搗精時の気温や湿度などの自然条件、白度、搗精年月日などは分かってもらえは」と指摘している。

場産コシヒカリは、同社の売れ筋商品の中でも高いウエートを占めている。

期す」という。店頭に小型精米機を設置して注文精米にも応じるが、真人専務は「小型精米機を通じただけの商品と、ウチが仕上げた精米とは全く違う。顧客の要望があれば店頭精米も行うが、顧客には極力、精米商品の購入を勧めたい。違いは分かってもらえは」と指摘している。