

## かごしま屋

福岡県遠賀郡遠賀町

<http://www.onga-shoukou.net/omisesyoukai/kagoshimaya/kagoshimaya.html>



### 店舗概要

創業年 1984年(昭和59年)  
売場面積 59.4㎡(18坪)  
従業員 4人  
営業時間 10:00~20:00  
定休日 木曜日  
売上高 190,724(千円)

### 商品構成

焼酎：83.0%  
日本酒(地酒)：15.0%  
調味料：2.0%

### 経営方針

- ・ひとりひとりの顧客ニーズに添える。
- ・お客様がいま何を探しているのかを見出し、求める酒を造り手と売り手がともに造り出す。
- ・お客様の目線に合わせ、お客さまの食を楽しく喜んでいただく提案をする。

## DS 激戦区の中 - 焼酎のことならかごしま屋

### [楽しい酒 — 夢のある酒]

酒の販売の自由化で既存の流通ルートで商売をしてきた酒販店が苦勞するなかで、独立して酒販店を起こした当時から、自分の出身地である鹿児島県の焼酎をターゲットとし、他店で扱わない独自ブランドを開発してきたことで、順調に売上を伸ばしてきた。その道筋は、決していうほど楽ではなかったようだが、「出会ったひとが人生を左右する。良い仕事をすれば良い出会いがある」という信念を通じたことが、今につながっているという。

蔵元(醸造メーカー)との二人三脚で開発してきた結果、九州はもとより、全国でも類をみない 11メーカー30銘柄の独自ブランドが生まれた。

酒販店は、蔵元とお酒愛好家をつなげる役割という立場に徹する。蔵元のことを思い描き、来店したお客、電話で注文したお客の一人ひとりのニーズを聞き出し、お酒を飲むシーン、相手などに合わせた酒選びをしてさしあげるとするのが当店の想いである。

ローカルでの単独店ながら、酒販店のオリジナル商品の開発という強みを活かし、ギフトを通して全国的に「かごしま屋」の知名度を高めている。

ギフトとして贈られた先が、ラベルを元に蔵元に問い合わせることがある。その場合、蔵元はかごしま屋のオリジナル商品であることが分かるので、「それだったら、かごしま屋に聞いていただいた方がいい」と紹介。懇切丁寧な対応でギフトとして贈った相手を顧客として取り込んでいった。お客がお客を呼ぶという好循環で、かごしま屋の顧客を増やしていった。

### [古民家風の店舗づくり]

大型量販店の集客力を逆手にとり、あえて目立つ古民家風の店舗に平成 19 年に全面改装した。狙いは、同店の道をはさんだ向かいにある大型量販店である。ショッピングセンターの集客力に目を付け、露出度を高め、広範囲の顧客を獲得するためである。

店の雰囲気古民家風に仕上げるため、梁や柱などの古材を集め、それを店舗材として使用し、古材は、焼酎、地酒を扱う酒販店の雰囲気づくりに役立っている。

### [蔵元・生産者とお客様の繋がり]

蔵元、ときには生産者ととことん話し合っ、お客が求める酒を開発する。蔵元が売りたい酒(利益率が高い)と、お客が求める酒(おいしい酒)は、ともするとかけ離れてしまう。問屋が入ることで、蔵元に客の声は届きづらくなる。酒販店の役割は、客が求める酒とは何かを蔵元に伝えることであるとして、20 年以上にわたり蔵元と、そして芋の植え付けもいっしょに行うなどまさに二人三脚で育ててきた焼酎は、11 メーカー、30 銘柄にのぼる。押しも押されもしない独特の酒販店となった。

鹿児島島の醤油、酒造りで知り合った産地の米など、四六時中酒を求めて訪ね歩いた結果、出会った地域ごとの食材を店舗で販売をしている。特に鹿児島島の独特の甘味をもった醤油を多くのひとに知ってもらいたいと、酒とセットで販売し、いまでは年間 1 万本以上も売れる人気商品に育ったという。

### [全国への販路開拓]

あえて、インターネットでの販売を行わず、遠方の客に対しては、電話、またはファクシミリで対応している。インターネットでは、客がなにを求めているのか、一人ひとり細かくくみ取ることができないためとしている。

宅配便は、通常は、日本郵便を使用するが、大切なひと、時期等を考えて、発送手段を使い別けている。輸送コスト、マージンなどを考えると一社と契約した方が、利益率は高くなるが、送るひとのニーズに合わせるため、宅配業者は絞込まず、そのときどきで使い別ける。このことで、客からの絶対的な信頼を勝ちとっている。

オリジナル商品のラベルは、つきあいのある書家や版画家に依頼し、それをプリントごっこで自ら印刷している。商品アイテム数が多いのに対し、出荷数は限られるため、ラベルを外注するとコスト的に高くなってしまふ。一枚一枚の手作りラベルは、コストも安く、思いを伝えることができるので効果的である。

焼酎や地酒の 1 銘柄づつ、手書きの POP を吊している。コメントは、店主夫人の手書きで、特徴や開発の秘話などをコンパクトに書いている。試飲しなくてもラベルで判断して購入することができ、商品を選ぶ際に役立っているようである。

人口数千の小さな町にも必ず酒蔵があったが、日本酒、そして焼酎の蔵元が少しずつ姿を消していく中で、単に昔ながらの酒造りをつづけるのではなく、消費者の立場での酒造りを実践して当店独自の銘柄をひとつひとつ積み重ねていったことは、地方でも独自の商品づくりができることを示したと

同時に、消費者に日本の酒造りの多様性、奥深さを伝えることができたのではないだろうか。

なお、東日本大震災支援として、7月11日から15日にかけて東北地方の酒蔵を訪問し、福島県内の酒販店の交流会に参加した。ある店主から「(売上とかでなく)とにかく商売ができるだけでいい」という言葉から、現状での厳しさが身に染み、東北地方の地酒フェアを当店で開催した。

### 【店舗立地】

福岡市と北九州市の間に位置する。遠賀川駅から徒歩10分のところにある。オリジナル焼酎など同店でない手に入らないブランド品があるため、福岡県内、佐賀県、大分県など遠方から来店。

450m以内には、道路真向いのショッピングセンター「yume town(ユメタウン)」をはじめDSが4店あるが、同店は、高品質の純米吟醸酒と鹿児島島の焼酎を武器に、確固たる地位を築き、DSとは競合になっていないという。

### 【店舗実績】

経営者は、高校在学時代からガソリンスタンドなどでバイト。「時給350円で、1日15時間働いたことも」。この時から、どうすれば成果が上がるか、まじめに働けば、その仕事を見ているひとがいて、報いられることを学ぶ。

昭和57年、北九州市八幡西区の倉田酒店の店主にスカウトされ、酒屋の修業。

昭和60年、酒販店の免許を取得し、独立。「かごしま屋」を開業、現在に至る。



↑代表の牛浜善雄さん



↑古民家風に造られた店内



↑奥様手書きのポップが  
品をたどりやす  
品

