

京都のお米文化を発信する

体験型アンテナショップの展開

平成21年度 採択事業

株式会社 八代目儀兵衛

代表取締役

橋本隆志(儀兵衛)さん



橋本隆志さん

おいさを体感できるアンテナショップ

株式会社八代目儀兵衛は、江戸時代から続く老舗米穀店。八代目の橋本隆志さんは、日本の食文化そのものといえるお米のおいさを知ってもらうことで、低迷する消費の拡大につなげたいと、京都の文化とお米をコラボレーションしたビジネスに挑戦しています。

平成21(2009)年10月4日、ファンドを活用して祇園石投下八坂神社前に「京の米料亭 八代目儀兵衛」をオープンしました。米穀店が、いくら上質のお米を販売しても、とぎ方、炊き方、保存の仕方などによっておいしく食べてもらえるとは限りません。「おいしいご飯」という一点を求めて、5つ星お米マイスターの資格を持つ橋本さんがすべてをプロデュース、その味をお客さんに提供する体験型アンテナショップです。お米はもちろんのこと、ご飯を炊く土鍋釜も独自に開発しました。「おいさを情報として伝えるだけではなく、楽しく食べて味を体感してもらう。リアルな体感ほど強いものはありません」。ショップには、同社のギフト商品、自宅用お米なども展示しています。



『京の米料亭 八代目儀兵衛』店内

目利きが作るブレンド米こそブランド米

「八代目儀兵衛で販売しているお米はブレンド米です」。橋本さんの口からその言葉が出た時には耳を疑いました。一般消費者がお米を購入するときの判断基準は、産地や銘柄が大半のはず。ブレンド米に対する安い、まずいというイメージは根強いものがあります。しかし、地球温暖化による天候不順などをはじめとする外的要因によって、従来の産地・銘柄でのお米の評価が変わってきているというのです。

かつては、ブレンドしておいしい米を販売するのが町のお米屋さんの誇りある仕事でした。全国の産地から選り抜いたお米を、独自の技術で精米し自分の舌で確かめながらブレンドしたものはおいしいはずと、橋本さんも絶対の自信を持っています。「目利き」の文化こそ、お客さんに八代目儀兵衛の価値を見出してもらえる要。その文化を基にしたビジネスの構築を目指しているのです。「京都産のお米を販売するので

観光資源の活用 IT活用&宣伝力向上

は、産地ブランドを売ることでしかない。自分たちのビジネスは京都に根差したお米のブランド化」だと強調します。



自慢のコース料理

ビジネスモデルを開拓したお米ギフト

同社がここまで成長してきたのは、平成18(2006)年、橋本さんがプロデュースして、インターネットのみで販売を始めた「お米ギフト」がきっかけとなりました。風呂敷や巾着、上質の米袋など、京都の和文化をベースに現代的な感性を取り入れてデザインされた包装が華やかな、贈り物にターゲットを絞ったお米の詰め合わせ。なかでも、食する目的別の米を日本の伝統色の風呂敷で包んだ「十二単」シリーズは、日本フォーマルギフト大賞受賞のヒット商品です。

当時、同様のビジネスモデルを展開する競合社はありませんでした。よそにない、どんなにいいものを作っても売れなければ意味がない、自分たちで一貫して売る戦略をもってこそ勝てる企業だと、一から開発したのがネット販売とギフトに特化した新しいお米の 카테고리でした。現在、Yahoo! 検索で「内祝い お米」のキーワードではトップに検出され、ウェブ上では後発の追従を許さない位置づけを確立しつつあります。「後発優位と言われますが、気にしていません。追いつかれる頃には別のことをしていますよ。むしろ真似されればされるほど、先駆けである当社の評価が高まるだけです」。

「お米ギフト」の次のステップとして手掛けたのが飲食店への進出。インターネットとリアルな双方向で、同社のコンセプトを伝えつつ、販売しようというわけです。



究極のご飯を炊くために開発された土鍋釜

東京、海外進出の未来が見えてきた

祇園に出店したことで、橋本さんには次のビジネスストーリーが見えてきました。

一つには、京都から世界に向けた米文化の発信です。米料亭八代目儀兵衛の立地は京都きっての観光地。観光振興が京都経済にとって重要な位置を占めるなかで、食を通して京都の文化を体験してもらえる、そんな観光スポットになることに意義があるのです。

同店を訪れるのは、ネット販売を通じて存在を知った顧客、国内観光客に加えて、外国人観光客が約1割を占めています。日本のおいしいお米文化を、世界の人たちに認知してもらうための第一歩。将来は、世界に向けて独自の流通ルートを開拓し、海外に直営店を出していく意向を持っています。

プロモーションの面でも、実店舗は威力を発揮しています。インターネットビジネスでは、メディアへの露出も限られます。しかし、同店には、雑誌、テレビなどの取材が多くなりました。「お金を使わないで広告する、そんなメディア戦略」と言います。

平成22(2010)年10月には、ギャラリースペースと商談ルームを備えた東京事務所も開設しました。駐在員を置くことで商談への素早い対応が可能になりました。京都の八代目の米を使っているという話題性を背景にした、東京での飲食店展開も視野に入れはじめています。

「実践してみると反応が見えてくる。そうすれば間違いでなかったことが分かって確信になる。今では、これまでのストーリーが繋がって未来が見えるようになってきた」。自らの力で新分野を開拓し育ててきた、元気印の橋本さんならではの言葉です。

事業概要

株式会社 八代目儀兵衛

<http://www.okomeya.net/>

代表：橋本隆志

業種：米穀卸・小売業それに伴う関連商品の販売

創業：大正14(1925)年 設立：平成18(2006)年

住所：〒600-8883

京都市下京区西七条北衣田町 10-2

TEL：075-312-8747 FAX：075-311-6121