

# 中小企業診断士

RYUTA OKA

# 岡 隆太



岡 隆太 (おかりゅうた)

中小企業診断士。株式会社クラウド・アカデミア代表取締役。2016年より荒川区にぎわいコーディネーターとして商店街支援を行う。現在は、荒川区LANPコーディネーターとして区内商店のネットワーク化支援を担当。専門分野はITとマーケティング。株式会社クラウド・アカデミアではwebサイトやアプリを開発している。

# メガネのコイケ

TOSHIRO KOIKE

# 小池 利郎



メガネのコイケ

1921年創業の老舗メガネ小売店。全日本眼鏡連盟認定店。お客様ひとりひとりの要望に寄り添った経営を続け、間もなく百年企業になろうとしている。老舗としての伝統を守りながらも、検査機や加工機は常に最新の機材を採り入れ、技術革新も怠っていない。

連載二回目となる『城北・X』。今回は、荒川区にあるメガネのコイケ様にお邪魔しました。日々足しげく通い相談に乗る岡隆太先生の支援を通じて、意識がいかに変わっていったのか。そして、二人は商店街の未来をどのように描いているのか、取材しました。

文：島津浩平（中小企業診断士）  
 猿川明（中小企業診断士）  
 写真：石田紀彦（中小企業診断士）

## 企業概要

### ひとりひとりのお客様を大事にする眼鏡専門店

小池社長（以下、小池）：創業は大正十年（一九二一年）、今年で九十六年目を迎えます。私三代目になります（注：取材日は二〇一七年十二月八日）。創業当時

は眼鏡の製造もやっておりまして、祖父が実際にフレームを製造していたのですが、製造から販売に移っていったという形です。当時は技術を持って一生懸命よいものを作っていたのですが、小売屋さんに行った時に商品を非常に馬鹿にされたという過去がありました。そこで奮起して小売屋までやってしまおうと小売にも入りました。そのような経験もあります

ので、今でも問屋が来ても決して馬鹿にしません。私が社長になったのは十五年ほど前です。父が生きているときからあまり店には立たないけれど、私は社長という肩書でした。二十二歳で学校に行って、二十五歳頃からずっとここです。その代わり、修行じゃないですが、病院周り、特に営業を兼ねながら眼科の先生たちとお付き合いさせていた

き、本当にいろいろ覚えました。お客様としては、七割くらいが過去に眼鏡を作ったお客様です。ここ最近では、日本に留学している中国やベトナムの若い方がポツポツ来てくれています。そのくらいの若い年齢層の日本人はあまり来ないのですが…。

心がけているのは、ひとりひとりのお客様が快適に眼鏡をかけて他とは違う見え方やかけ心地になるよう、ひとりひとりを大事にする

るということ。どんなお店でもそうでしょうけれど、購入したあとまでしっかりと面倒見る、というのがポリシーですね。「何年経っても何十年経っても、作ったものには責任を持ちます」という考えで接客をしています。

岡：小池さんのお店は、普通の眼鏡のほかにパワーグラスといって、趣味の世界ではとても名の知れたサングラスがあるのです。

### 世界チャンピオンも使うパワーグラス

小池：色がまったく違う眼鏡です。具体的な数値を挙げてもラジコン飛行機業界以外の人には分からないかもしれません。要は、ラジコンの飛行機を飛ばすときに、時速百八十里メートルで飛んでいる機体を二百メートル先まで見えるというものです。開発の動機は、自分がラジコンをやっている、よく見えるメガネ

が欲しくなったから作りました。ラジコンと一言で言いましたが、模型飛行機の中でも競技・大会をやるもので、F1のようにスピードを競うのではなくて演技を競うような競技です。ラジコン雑誌も以前は十萬部程度出版されていましたが、今は三萬部ぐらいに減ったと聞いています。ラジコン人口も十五、十六万人ぐらいでしょうけど、さらに競技用は人口が少ないです。



**小池**…本当に趣味でラジコンをやっている人しか手を出さない商品で、弊社しかパワーグラスの取り扱いはないので、お客様は値段を一切聞きません。

だから、ホームページでどういう種類があるかを説明していたのですが、実際に現物を見て確認したいということでお店に来られる。そんな商品です。

**岡**…天候や時間によって眼鏡を変えてくるような人たちですよ。サングラスがいくつも種類があって朝昼晩でかけかえてくる。全部見え方が違うので、何本も持っていらつしやる方もいます。

**小池**…二〇一七年十一月、アルゼンチンで行われたF3A世界選手権で、日本で連勝を続けていた音田選手が日本人三人目の世界チャンピオンになりました。

このときも、雑誌に眼鏡のフレームの種類は細かく書いてあるのですが、レンズについては一言パワーグラスとしか書いてなくて、パワーグラスの中でどの製品を使ったのか分からないのは残念でした(笑)。



ご息女的美穂さんと一緒に。近寄りた「先生」ではないから真の悩みを引き出すことができる。

**「岡先生をきっかけに、荒川区は商店街に対してこんなに支援をやっているのだと、商店街の人たちも気がつきました」**

そのような状況ですので、正直、それまではあまり商店街活動は活発ではありませんでした。

しかし、楽には楽なのですが、せっかくこれだけの規模ではあるので、本当にこのままでよいのかなという気持ちもありました。

**区の支援を活用した新たな取り組み**

**小池**…ちょうど前任の方が引退されて、私が副理事長になったタイミングで岡先生に出会いました。

**岡**…区のコーディネーターとして定期的に各商店街を周って、商店街の状況やお店の様子を伺ったり、セミナーや補助金などの区実施事業を案内したりしています。

その中で小池社長とお会いしましたが、そのときの印象はこんな腰の低い方が商店街にいるのかというくらい紳士な方でした。

**小池**…岡先生をきっかけに、荒川区は商店街に対してこんなに支援をやっているのだと、商店街の人たちも気がつきました。

個々の支援内容について岡先生が本当に一つずつ丁寧に説明して

**商店街全体に対する未充足感**

**岡**…小池社長は親交睦商店街の副理事長をされています。

荒川区では商店街を支援するために「にぎわいコーディネーター」という支援担当員を配置しています。

私は当時その任にあつたときに、この商店街と出会いました。

**海外展開支援**

**パワーグラスの海外展開へ向けて**

**小池**…商店街の支援だけではなく、パワーグラスに関する支援もしていただきました。パワーグラスは世界中から買いに来てください。国内でも新幹線で浜松とか遠方か

ら買いに来ていただいています。

**岡**…せっかく全国から買いに来ていただいているので、販売チャネルを増やしていきたいという気持ちや、海外からの問い合わせにもスムーズに対応したい、もっと売上を上げたいというテーマがあつて、それを解決するためにホームページを強化していこうかという流れがありました。

**小池**…フィリピン、タイ、オーストラリアの人、やっぱり世界選手権でよい成績の選手がかけている眼鏡になつてくると、どこの眼鏡だということで調べていらつしやる。

海外向けには全く広告を打つてなかつたのですけれど、なぜか注文は入っていました。でも、ホームページで対応するといつてもどう対応するのがよいのか、まったく分かりませんでした。

**岡**…ご相談いただく中で、具体的なターゲットをどの国にしようか、うですとか、アピール方法についてお話をさせていただきました。多くの国からお店に来ていただいています。当時、中国で評判が高かつたので、最終的に英語と中国語でサイトをリニューアルしましょうという提案をさせていただきました。

**小池**…ホームページを作ったことで、中国人のバイヤーのような方から連絡がありまして、うちと独占的に契約したいと言ってきました。そのときも、岡先生に相談しました。

くれて。わあ、これはすごいものだと思いましたよ。

そのとき、荒川区はすごい人を紹介してくれちゃったな、という印象でした(笑)。

話を分けるのですが、本当に先生はいろいろなことを御存知で、あらゆる視点から商店街を見てくれるので面白いです。いろいろなことを知っている人は話している面白いです、私はそういう人が好きなんです。

この数年間の先生の活動には、みんな本当に喜んでます。補助金に関して言えば、今までそういうものがあることを誰も知らなかった。アドバイスは本当に必要とされていると思います。

私も実際にどういった公的な支援があるのかというアンテナやその知識が全くなくて、全部自分たちでやってしまったというのがあります。自分たちだけでやっているときは諦めていることもありました。先生が来てから変わりました。

今年でいうと、先生と商店街にイルミネーションをつけてみようかという話をして、実際に始めてみましたよ。



**「いろいろなことを知っている人は話している面白いです、私はそういう人が好きなんですよね」**





「商店街の活性化とは組織の活性化だと思っています。多様な意見が反映されるような組織づくりを行う必要があると考えています」

**岡**…バイヤーは、パワーグラスの中国での販売権がほしいと言ってきました。冒頭の話にもありましたが、ひとりひとりを大事にする、後々まで面倒見る、というポリシーの側面から、バイヤーと契約をしようとお客さんが購入された後の面倒は見られない方がいい、ということで契約しない方が

よいという話をしました。

**小池**…はい。そのようなアドバイスを受けて結局やらないことになりました。やはり、中国人のチャンピオンがパワーグラスを欲しいといったときに、我々から直接は売れなくなってしまう。そこで人間関係がずれて、クレームにつながる

り評判の悪化につながるのが嫌でした。実際にバイヤーと契約しなくとも中国の方は買いに来てくれました。来店経緯などの詳細は聞けてはいないのですが、ホームページの効果はあったのだと思います。

**外部環境が少しずつ変化していく中での商店街**

**岡**…商店街の話もそうですし、先ほどのパワーグラスの話もそうですが、訪問させていただく際にいろいろ雑談した中で、困っていることがあれば都度対応していく、といった形での活動が主になっていきます。直近では、今後商店街・お店をどうしていくのかを考えて、そのゴールに到達するまでどうしていくべきか、について都度アドバイスをさせていただいています。

外部環境が、ゆっくりですが確実に変わってきている中、すぐに大きく変わらないうちからいつ、何も考えないで今の延長線上というのダメだと考えています。商店街が昔の形を維持するのが難しくなってきたときでも、継続できるようにすることを考えていくのが大

事です。少しずつ変わっていく環境の中で、生き残る商店街の形をみんなで模索しています。

**小池**…その通りだと思います。商店街があつて店があるのか、店があつて商店街があるのか、と頭を悩ますテーマがいつもあります。人を集めることに成功している商店街と、うまくいっていない自分たちの商店街や自分の店を比べ、改善・活性化を諦めてしまいうことになることもありました。

**岡**…商店街全体に関して言うと、今は本当に少人数が頑張つて活動しているだけなので、もう少し組織としてみんなで頑張れるように、組織力を高めることが次のステップだと思っています。

眼鏡店に関して言うと今はよいですけど、今後のことを考えて今の行動をしなければいけないというの思っています、すぐに後継者の話まで行かなくても長期目標を立てていくようなことを本当はやった方がよいかなと思つています。この次は目標設定ですかね。

**小池**…今現在、目標売上いくらと

やっているわけではなくて、正直行き当たりばつたりでやっている部分もあつて、そこが一番よくないところという気持ちは持っています。一番力を入れていくディスプレイも、毎月必ずやっているとだけけれど、具体的に毎月の何日にやるとか決めていなくて、時間が空いているときにやっています。

もうちょっとお客様に眼鏡を認知してもらいたいのですが、最近の流行りの眼鏡の販売手法は、価格競争的な色が濃くなつてしまつていて、値段でみられてしまうからやっています。

パワーグラスと普通の眼鏡の本立ってなっているから、なかなか踏み出しにくいところもあります。

**少しずつ確実に経営者の意識を変える診断士**

**岡**…目標設定それ自体はよく簡単に言われるのですが、内実の深いところは経営者単独ではどうしても甘くなつてしまつたりして適切な目標が決められないところがあります。そもそも一人二人で経営していると将来の目標設定に

手が回らないですし、投資余力の側面でも本当に目標設定の達成のために投資をしてよいのかという点など、どうしても経営者たちだけでは決められない。理想を言えば、事業計画を作つて、毎年一年の活動を振り返るまでになつて欲しいと考えてはいますが、商業者の常として、その日のことしか考える余裕がない人も多く、環境変化は起こつてから対応するものという考えが一般的なので、第一段階としては、どんな目標でも出してくればよいと思つています。

**小池**…本当にそうだと思う。食うだけでよいというぐらいの意識になつてしまつていた部分もあるし、そういう企業も多いと思つています。意識改革が大変。

我々は岡先生の講習会に行つたり、日々先生と話をしていると、頑張らなきゃいけないという気持ちになつていきます。意識改革が必要な企業に、どんどん岡先生のよいうな診断士の人が支援に来てほしいと、本当に思います。

**岡**…具体的な目標設定に加えて、公的な支援を使つてもっと積極的

にやつていこう、とか、商店街・お店の三十年後に向けてどうしていくのか、という発想を出しているのは本当に大変なのが実情なのだと思います。

私は商店街の活性化とは、組織の活性化だと思つています。商店街という構造上、硬直した組織となつてしまつているのが一般的です。そのような状況の中で、活性化を目指すためには、広く会員を募り、少しでも組織運営に参加してもらい、多様な意見が反映されるような組織づくりを行う必要があると考えています。そのため意識が変わることは重要だと思います。

その先の商店街の未来は、地域や会員店舗により個別に目指すところが違うので一概にはいえませんが、「人が集まる街」を目指してもらいたいと思つています。

でも、どれも一日で大きく変わるものではないので、一つのアドバイスで劇的に変わることはありません。一つひとつ、日々の雑談・相談から気づいた点の改善提案などを通じて、経営者の意識を少しずつ変えていく、これが着実に本当に大事だと思つています。

**鼻パッドのないメガネフレーム『NEO JIN(ネオジン)』**



従来、鼻パッドで支えていたものを頬骨で支えるため鼻に跡がつかない。荒川区で取扱があるのはメガネのコイケ様のみ。岡先生も愛用している。

メガネのコイケ

検索

**企業情報**

メガネのコイケ

■住所：〒116-0014 東京都荒川区東日暮里6-3-3

■電話：03-3806-3535

■FAX: 03-3806-3535

■定休日：日曜日

■営業時間：9:30~19:00

