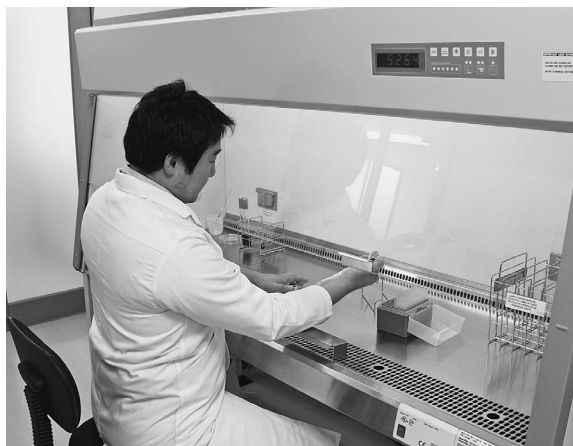




写真は左上から時計回りで、流通センターのショールーム。豊富なギフト商品が掲載されているカタログの発送作業。受注からアフターフォローまで一括管理するコールセンター。安全管理の中核食品検査室。



カタログギフトのパイオニア「リンベルグループ」

キラリ
山形
元気な
会員企業

コンピューター管理システムによる包装製斗(のし)加工・在庫管理・発送納品など物流機能を持つ丸東商事株式会社と、企画制作・販売及びコールセンターなどのアフターフォロー業務を担当するリンベル株式会社からなる。丸東商事(設立昭和30年)は本社・山形市流通センターで資本金3,000万円。リンベル(設立昭和62年)は本社・東京都中央区日本橋。資本金3億5,467万円。年間売上高553億円(2014年3月期)。



カタログギフト販売業界のパイオニアで、通信販売、インターネット事業分野へと進出し、贈答市場において全国トップシェアを誇る山形発のリーディングカンパニーがある。年間売上高553億円(2014年3月期)。「創造的・革新的な仕事とは、何も高度な技術とか難しいことを考え出すことではない。今日よりは明日、明日よりは明後日と改良改善を過去の慣習にとられず、絶えず間なく実行すること」を経営方針に、時代を先取りし発展し続けるリンベルグループを紹介する。

■山形鋳物の卸問屋が出発点
元々は1954(昭和29)年に、

丸東商事の屋号で2人の父が始めた山形鋳物の卸問屋。山形大学工学部を卒業、三菱重工横浜造船所でプラントエンジニアだった秀典氏が帰郷し、同じく山形大学工学部で学び、三菱重工でロケット開発のエンジニアだった兄の秀幸氏とともに業態転換を図り、カタログギフト事業に参入した。2人はエンジニアとしての抱負な経験を活かし、受注から納入まで、今日の企業発展の基盤となるコンピューターによる一括管理システムを10年がかりで開発した。

最初に取り組んだのがブライダル部門。当時全国で年間120万組の結婚式があり、そのうちの7割が披露宴を挙げていた。ところが、似たような引出物であったり、かさばるため持ち帰りに不便であったり、必ずしももらってうれしいうれしいと、手放しでは喜ばなかった。欲しいと思っ

かなえることができないか。商品を選んで贈るのではなく、贈られた側が選べるようにしてはどうか。こうした逆転の発想から、ブライダル部門におけるカタログギフト事業を開始した。

「一冊のカタログから何でも選べる」。今日では何の違和感もないが、当初は「引出物にカタログを入れて、招待者に贈るのはどうか」と結婚式場やホテルは懸念し、理解されるには時間を要した。しかし、自らが欲しい物を選べるといふ魅力に加えて、百貨店のようにバラエティに富んだ商品がカタログにアップされたことで定着。ブライダルから仏事のお返しにも利用され、取引先は順調に増えていった。

商品が服飾雑貨といった日用品だけでなく、ブランド商品から肉や魚といった食品、老舗や名店のグルメといった商品をそろえることで、冠婚葬祭主流から、お歳暮・お中元、

様々な贈り物の場面で「リンベルのカタログ」が使われるようになった。多様なライフスタイルにも対応。世界一流のブランド品や高級グルメはもとより、4,000社に及ぶ仕入メーカーから厳選されたアイテムをラインアップ。オリジナル商品の共同開発にも力を入れた。一方、通信販売の分野にも進出し、雑誌『婦人画報』や『サライ』と提携。食事券、温泉宿泊券などの体験型ギフト(「コトギフト」)の販売や各種内祝い事業を展開し成功を収めている。

■インターネット市場に参入
さらに、インターネット市場に参入し、昨年2月には、「スマートギフト」と命名した業界初の高級自由型・次世代型ギフトを贈答市場に投入し、大きな話題を呼んだ。

金額をポイントに換算したスマートギフトカードをウェブサイトにアクセスすると、1万円以上の商品から、ポイント相当の商品と交換でき

逆転の発想で年商553億円

るシステム。最大の特長は、「選べる、足せる、分けられる、換えられる」をキャッチフレーズに、別のスマートギフトカードとの合算や、自分の持っているクレジットカードを使って不足分の加算。ポイントを分割して複数の商品購入。商品券や各種ギフトカードと交換できる。

■「山形の贈り物」に力入れる
一方、地元山形のギフト商品開発にも力を入れている。「山形の極みシリーズ(山形の農畜産物)」を開始し、プレミアムデザートジュース、さくらんぼ、ぶどう、ラ・フランス、米沢牛、山形牛、日本酒、ワイン、つや姫、ハム・ソーセージといった商品そろえ、小売ベースでの取扱高は年間約30億円に上っている。

こうした先駆的な取り組みが高く評価され、リンベルグループを代表して丸東商事が2014年度の三浦記念賞に輝いた。

「カタログギフトという新しい販売形態に出会い、全国に販売網を展開、業界ナンバーワンとなることができた。上質な商品と品質を保ってきたことが認められたと思う。受賞を機に山形の農畜産、観光の発展に、東京と山形に拠点を持つ強みを活かして貢献するとともに、年間売上高目標1千億円を目指す(秀典氏)」。パイオニア精神にますます磨きがかかる。