

湖国で輝く 企業を訪ねて

株式会社 熊木

代表取締役
堀 英昭 氏

オリジナルのモダン仏壇と相談しやすい店舗づくりで新たな価値を提案 ほかにはないアイデアで、いまの暮らしに合った仏壇を

業界に新たな風を吹き込んだ「カラー仏壇」

平成中期をピークに、縮小を続ける仏壇市場。業界全体の売上は20年で半減、その後の10年でさらに半減するような流れで急速に推移し、30年前と比べると4分の1程度にまで落ち込んでいっているといわれています。

住環境が大きく変化して大型仏壇を置く和室が減少し、売れ筋の価格帯が下がっていることに加え、親世代が購入した仏壇を子世代が引き継がないケースも見られるようになり、「仏壇を処分してほしい」という相談も増えてきました」と話すのは、八日市に本店を置く株式会社熊木の代表取締役・堀英昭氏。同業者の廃業も増え、生き残りの戦略が問われるなか、ほかにはない商品の開発や新たな商圏の開拓に力を入れてきたといいます。

とくに大きな話題を呼んだのが、約10年前に開発した「原色カ

ラー」の仏壇。カラフルな端末で人気を博したスマートフォンをヒントに、「仏壇にも選ぶ楽しさ」とイエローやピンクなど108色の多色展開で商品化しました。「まずは店舗に足を運んでもらうための起爆剤に」と考案したもので、保守的な傾向のある仏壇業界に新たな風を吹き込む存在となったのはもちろんのこと、同社が長年にわたり強みとしてきた品ぞろえの豊富さを象徴する商品になっています。

「見せる展示販売」と圧倒的な品ぞろえ

仏壇の熊木といえば、「よしこちゃん」と呼ばれる若い女性が実家へ帰省して仏壇に手を合わせるテレビコマーシャルは、滋賀県民なら知らない人がいないほど。数十年ぶりにリニューアルした際には、よしこちゃんが娘を連れて帰省するというストーリー展開にしたことで全国的な話題にもなりました。

人をあっと驚かせるようなアイデアを次々に発案してきた堀氏は同社の四代目。創業は明治40年に遡り、当初は古道具や古美術を主に扱っていました。戦前は古物商が仏壇を扱うことも多く、堀氏の義父にあたる三代目が仏壇・仏具に特化して事業を拡大しました。昭和51年に会社を設立し、仏壇のほか、位牌や念珠、掛軸などの宗教用品、寺社向け商品の販売、仏壇の修復・洗濯（リペア）などを取り扱い、平成16年に美術骨とう品の部門を別会社として分社化しています。



先代のころから大切にしてきたのは「見せる展示販売」で、八日市本店は複数のフロアにいくつものコーナーを設け、伝統的な大型仏壇からオリジナルのモダン仏壇まで、圧倒的な品ぞろえを誇ります。「細かなところまで手にとって見ていただけるよう工夫しています。いくつもの仏壇店を回られ、最終的に当社で決めていただけたときは、やはり毎回うれしく、ありがたいと感じます」と堀氏。商品だけでなく、サービスに関しても顧客満足度を重視し、希望の聞き取りから宗派に関するアドバイス、配送、設置までを一貫して行い、丁寧な対応を大切にしてきました。

カフェスペースやキッズルームのある仏壇店

業界の縮小に直面するなかで、代表となった堀氏がまず取り組んだのは商圏の拡大でした。店舗周辺だけでは市場規模に限界があることから、約20年前から県内大規模小売店の催事を活用し、各地へ出向いて販売会を開催。顧客との接点を増やすことで新規購入層を獲得し、これを長年継続することで売上維持に大きく貢献したといいます。



また、次の一手として考えたのが新店舗でした。関西一円の集客も期待できる草津の地にオープンした店舗の名前は「ラ プリエ クマキ」。ゆったりと相談できるカフェスペースやキッズルームなどがあり、買い物のついでに気軽に立ち寄りたくなるような開放感のある店舗になっているのが大きな特徴です。

オリジナル商品に関しても、前述のカラー仏壇のほか、柱の内部に照明を仕込んだものや、ガラスが光る仏壇など、室内に設置したときに「どう見えるか」を重視した商品の開発を次々に進めています。「私がこの業界に入ったころは、1,000万円前後の高額な仏壇が売れる時代でした。市場のニーズが変化するなか、価格

競争ではなく“熊木にしかない商品”をつくることで差別化を図ってきた」と振り返ります。

香文化の専門店を事業のもう一つの柱に

新たな仏壇を開発する一方、八日市本店には100年以上前につくられた仏壇・仏具も参考品として展示しています。これらは職人の「教材」として残すために入手してきたもので、現在では見られなくなった貴重な手仕事の宝庫だといえます。実際に昔の金具デザインを参考にしながら木工職人が彫刻で再現したり、高級品として知られる唐木仏壇でシンプルモダンなデザインのものを作るほか、会津塗の技術を生かした商品では塗りの美しさを見せるための照明器具を工夫するなど、伝統と革新の融合にも挑戦しています。



また、仏壇は代々にわたって引き継ぐなかで「洗濯」と呼ばれるクリーニングを行います。同社はクリーニングや修復も得意としており、店舗では手法を細かく解説するためのパネルや見本などもそろえて相談に応じています。「技術は信頼につながる」という考えのもと、職人との関係も大切にしてきました。

展示販売については知識の蓄積が欠かせないこともあり、今後の人材不足は大きな課題の一つでもあります。また、「ろうそく一本からでも気軽に買える」という店舗づくりをさらに発展させ、「お香」を扱う事業を今後の柱の一つに据える計画です。宗教的な線香だけでなく、香木など伝統的な香文化の専門店として店舗の改装を行う予定で、将来的には香炉や香道具などを含めた提案型店舗へ発展させたいといっています。



現代の暮らしのなかに、仏壇や香の文化をどう取り入れていくのか。堀氏の挑戦は続きます。



Corporate policy

DATA
本社／滋賀県東近江市八日市清水2丁目6-4
創業／明治40年(1907年)
従業員／5名
事業内容／仏壇仏具販売



東近江 甲 賀 熊木
La priere
KUMAKI

- ほかにはない商品を開発し、差別化を図る。
- 豊富な品ぞろえと見せる展示で仏壇を選ぶ楽しさを提案。
- 接客の専門知識と職人の技術の向上など人材の育成に努める。

Message

仏壇に価格以上の価値を生む「洗濯」の伝統を大切に

現代の生活にあわせた仏壇や香文化などを提案していくために、常に模索を続けています。近年、企業の取り組みが推進されているSDGsについては、実は仏壇業界では昔からやってきたこと。仏壇の「洗濯」は古いものを代々大切に使い続けるための工夫であり、貴重な技術を職人が学ぶ絶好の機会でもあります。洗濯できるからこそ、高級な仏壇には価格以上の価値が生まれるとも言え、SDGsの観点から、また、技術の保持・育成の面からも大切にしていきたいです。

