

SELECT

4

2014.4
No.534

月刊 **セレクト** ギフト&プレミアム、
カレンダーとカタログ流通の専門誌



表紙 星座をイメージしたモチーフが印象的なパブリックスペース（あべのハルカス近鉄本店）

特集

イベント リンベルグループ 60 周年記念パーティ
「スマートギフトで 10 年後 1 千億円」

ギフト販売 ギフコがポイント型カタログギフト「coto-no-ha」発売「シニア向けに新しいライフスタイル提案」
カタログギフト スマート & コー ジャポン 「日本ニーズ対応のグローバルな体験ギフトを」
お物のブランド戦略 近畿大学 「実学の精神から生まれた近大ブランド」

<http://select.jp>

本誌速報、カタログと商品の検索サイト

🔍 月刊セレクト 検索

(株)オオトモ

自転車と雑貨で第二ステップを踏む



林正佳マーケティング部長(右)と石崎保彦ギフト営業部マネージャー

「自転車の世界をハッピーにした
い」。——程鶴社長は自社のホー
ムページで経営目標を高らかに宣言
する。「自転車の輸入商社から自転
車メーカーへの変革を目指して、デ
ザインと機能性に優れ、皆様に愛さ
れる自転車をお届けしたい」と。
この社長メッセージに同社のすべて
が集約されている。

同社は、創業が2000年5月の
若い企業である。ひとりの中国人が
「日本でビジネスをしたい」という
志を持って、裸一貫でやって来た。
現社長の程氏である。長野県松本市

で会社勤務や信州大学の留学生を
経験した後、初代社長の古澤宏雄氏と
出会う。一緒に会社を立ち上げたの
が前身の大友商事。中国からさまざ
まな雑貨を仕入れて、それをネット
で販売した。自転車も仕入れていた

◀同社を代表する高級ブランド「レイチェル
プラス」の新車種「サンライズ」。ハンド
ルの位置をやや高めに設定し、リラックス
できる走行を配慮している
▼自転車のパーツとカラーリングを自由に選
べる「我流」



▼イタリア発の自転車ブランド「ナノー」。マイ
クロサイズで瞬時に折りたたむことができる



が、その頃、運良く折りたたみ自転
車のブームが始まった。折りたたみ
自転車市場は急拡大し、同社はその
ブームに乗って飛躍的に業績を伸ば
した。

ネットでもモノが売れるという認識
がまだ一般化していない頃から、同
社はネット販売に力を入れた。それ
が奏功し、今度はネット市場の急拡
大の追い風に乗ることができた。こ
の2つのブームが現在の事業基盤の
構築に大きく貢献したようだ。

そこで、次に目指すのは第二の折
りたたみ自転車を発見・開発するこ
とであり、第二のステップを踏むこ
とだ。それに向けて冒頭の社長メッ
セージの旗が大きく振られることに
なる。地震が来てもパンクしない新
車種の「防災自転車」や、ネット画
面でカラーデザインを選定できるシ
ステムの開発など、新規の取り組み
が多角的に進められている。ギフト



雑貨やインポート雑貨の扱いも新し
い取り組みの一環である。

昨年、大手一般紙に油いらすの調
理器「ヘルシーフライヤー」の一面
広告を出し、周囲を驚かせた。多機
能ランタンの防災用品や体脂肪計
など健康器具も取り扱い、ギフト・
SP向けの雑貨類は今後も充実させ
る方針だ。林正佳マーケティング部
部長は「当社はネットで能登牛や体
脂肪計も販売している。自転車に乗
る人の幸せを考えると、そういう健
康的に生活を豊かにする商材を集め
るのが我々の仕事ではないか」と述
べ、事業の3本柱(①自転車②ギフ
ト雑貨③インポート雑貨)の推進を
強調した。



▲油いらすのヘルシー調理器「ヘル
シーフライヤー」。自転車のライダー
の健康にも目を向ける

▽大阪府住之江区平林南1-5-15
★06-66654-3391
▽程鶴社長
▽2000年5月設立
▽資本金2000万円
▽年商14億9000万円(2013年度)
▽社員54人