

新会社設立でイメージを刷新し、新たなステージへ！

株式会社GraL 代表取締役

山口浩さん

蔦が絡まるシンボリックな建物で知られる長野市南千歳の「アイビースクエア」。その1階に昨年6月25日にオープンした「GraL」は、老舗宝石店「モア・ヤマグチ」の流れを汲みながらも、まったく新しいコンセプトを打ち立てている。新たな挑戦の背景と想いを、「株式会社 GraL」代表取締役の山口浩さんに尋ねた。

■ はじまりは祖父の時計工房

当社の歴史は、時計職人だった祖父が須坂市に構えた「山口時計店」から始まりました。その後ジュエリーを扱うようになり、長野市では宝石店「モア・ヤマグチ」として長年愛されて来ました。私が代表取締役を務める「株式会社 GraL」は、その「モア・ヤマグチ」とはターゲットの異なる別会社として設立させたものです。

■ マイナスイメージ払拭への挑戦

私が家業を手伝うようになって17年。年々加速する若い世代のジュエリー離れや本物志向の薄れを肌で感じてきました。特に「モア・ヤマグチ」の店長時代は、老舗としての信頼は厚いものの、若い世代には「老舗＝古い」だとか「昔ながらの宝石店＝高いもの、派手なものしか売っていない」というマイナスイメージだけが先行していることを、これ以上ない程に思い知りました。確かに本物はそれなりに値が張ります。でも、若い世代にも無理なく手にしていただける“本物”がないわけではありません。そこで、根本的なイメージの払拭を目指し、「モア・ヤマグチ」の名からも完全に離れた新たなステージに挑むことを決断。「GraL」が誕生しました。



おしゃれな店内、気軽に立ち寄れるお店です。

■ ターゲットに合った商品選びを

「GraL」のオープンから1年と少しが経過しましたが、最も苦労したのはオープン時に店頭に置く商品の選定でした。以前の店舗で主流だったハイジュエリー（高価格帯ジュエリー）ではなく、新たなターゲット層である20代後半～40代向けの価格帯であったりデザイン性であったりと、ニーズを的確に捉える難しさがありました。そのうえで本物だけが持つ品質の高さを前面に出そうと考えてはいたのですが、実際はそれらの魅力を十分に伝えるだけの体制が整っていなかったように思います。そのため現在は、有する知識を押し付けるのではなく、お客様が求める情報にプラスアルファのアドバイスができるようなスタッフの教育にも取り組んでいます。



■ 経験を積み、感性を磨き上げる

信用・信頼を寄せてくださる顧客づくりをする。また、首都圏の流行に飛びつくのではなく、ブランドに頼るでもなく、当店のお客様のための商品を選ぶ。これらはすべて地道に積み重ねた経験から得られる業です。ですから、経営者もやはり、現場に立ってお客様と向き合う中で感性を磨き続けることを忘れてはならないと思います。

山口浩 （やまぐち・ひろし）
株式会社GraL 代表取締役

須坂市生まれ・在住、奥様とお子さん2人との4人暮らし。趣味はDVD鑑賞。帰宅後や休日に映画を一気に楽しむのがリラックス＆リフレッシュなのだそう。



「ニーズが捉えにくく商品選びに苦労する時代ですが、お客様に“本物”を身につける喜びを味わっていただきたいという想いはずっと変わりません」と、山口さん。お客様にはまず商品を目にする機会を得てもらおうと、親しみの感じられる接客や店づくりに取り組んでいる。