



トップ直撃インタビュー

エノテカ 堀 慎二社長

この3月に、4代目として就任した堀 慎二社長。同社に入社する以前から一貫して海外を舞台に営業と企業経営の仕事に携わり、エノテカでも国際事業部長として経営の舵取りを担ってきた。新社長としてどのように会社を背負っていくのか、胸の内を語ってもらった。

(聞き手 小倉泉弥)

——コロナ禍にもかかわらず、2021年は卸・小売り・EC通販の各部門で前年超え。過去最高の売上高、営業利益を更新した

「国内既存事業の持続的な成長」と「海外市場におけるさらなる拡大と挑戦」という両輪で、将来ビジョンである「アジアでNo.1かつオンラインのワイン商」を目指し、新たなワインラヴァーの創造と拡大を図っている。

国内市場が縮小する中、リーディングカンパニーとして新たに市場を拡大していきたい。そのために、若年層の需要を創出するとともに、購入して頂くシーンを増やし、さらに利便性を向上してい

く。

——国際事業も伸ばした

ワインの卸として海外市場に踏み込んでいくのは珍しい。アジア全域を見据えてプレゼンスを高めていきたい。

現時点で香港、上海、杭州、深圳、台北、ソウル、釜山、シンガポール、バンコクなど主要都市にワインショップと卸を展開している。今後も出店や販売エリアの拡大を図り、現在約80億円の海外売上高を3年以内に100億円、10年以内に150億円へと大きく伸ばさせ、成長エンジンとする。

——国内と海外で事業展開に違いはあるか

国内事業においても、アジアで展開する強みを活かしたい。海外で取り扱っているアイテムを国内で展開できるし、その逆も可能だ。一つのブランドを複数の国で展開することで、ワイナリーからの信頼も厚くなる。

特に当社は卸・小売り・ECの3チャネルでビジネスを行っており、ユニークな強みとなっている。業務用から家

庭用まで、幅広くリーチできる。以前はショップとリテール(通販)は別々の事業と捉えていたが、数年前に統合した。お客様の利便性を最も重視した結果だ。

上記を踏まえ、あらためて消費者と向き合い、エノテカとして目指すべき世界をどうイメージするか、今まさに議論を深めている。中長期で持続的な成長ができるよう、各

事業領域を再定義・再構築することは、再成長に向かっていくために不可欠だ。

——国内事業でインバウンドの重要性は増している？

インバウンドは8割がアジアの方で、そのうち半分が中国。これから東南アジアも増えるだろう。そのため、アジアでのエノテカブランド構築は重要だ。

だが、より重要なのは、一般消費者の方たちにワインをファーストチョイスとして選んでもらえるよう働きかけること。裾野が広がる可能性は

まだまだある。

——接点の創出はワインにとって長年の課題

ワインが好きな人はみな、「最初に飲んだワインがおいしかった」と言う。おいしいワインとの出会いが大事だ。特に若い方たちはワインとの接点が少ない。ここに一考の余地がある。どうしたら自然な接点を作れるか。

もちろん、エノテカが最初の接点になるよう取り組んでいる。国内の「ワインショップ・エノテカ」は60数店舗を展開。さらに、若年層やビギナーに向け、食肉やパンなど

ありたいと常に思っている。創業者の廣瀬恭久顧問は「ワインについて語りなさい」といつも伝えていた。自分が関わるものに対して興味を持ちなさいと。情熱を持ってワインと向き合うことが大切だ。

エノテカでは社内の育成制度や販売員の社内コンペ実施のほか、コロナ禍前は年に4～5回の海外研修で生産者と触れ合う機会を設けていた。ワイン会社としての醍醐味だ。

——販売員のコンペは社員を鼓舞しているようだ

ネット通販が盛んになり、ワインショップに行かなくても購入できる時代。ショップの意義は、お客様の目的や気分、知識、レベルに応じて最適な提案ができること。ショップに併設しているワイナリーもまた、お客様とコミュニケーションを深める意味合いが強い。

ショップではエノテカの世界観やエノテカならではの体験を提供できる。ブランド価値を伝える重要な接点だ。これからは既存店のブラッシュアップを継続していく。コロナ禍以前は、ショップでのイベントを年間約300件実施していた。

——改めて、社長としての

夢は

「この会社において良かった」と社員に思ってもらいたい。社員が誇りを持てる会社でありたい。そして「ワインと言えどエノテカ」と、ワイン界にとつてかけがえのない会社として存在し続けたい。社員が成長を実感でき、会社・人ともに伸びていける会社。経営メンバーとも、この気持ちを共有して夢を描き続けたい。

また、ワインビジネスは長期ビジネス。生産者との絆である「ジェントルマン・アグリーメント」は何よりも大事だ。多くの場合、ワイン生産者はファミリービジネスの農家であるため、豊作の時も不作の時も心して、しっかりと付き合っていく覚悟が必要となる。廣瀬からは「ワインには良い時も悪い時も」と言われている。

今回は、前任の社長から年齢が15歳も若返って、まだ若く未熟な自分に会社の舵取りと未来を託された。座右の銘である「雨垂れ石を穿つ」という小さなことからコツコツと積み上げて成果につなげていくだけでなく、失敗を恐れず挑戦し続け、社員とともに輝かしいエノテカの未来を創りあげていきたい。

ワインと言えどエノテカが目指す