



■ 山形から全国区へ

カタログギフトとともに発展



慶びの日を彩り、また哀しみを癒すギフト。できれば喜ばれるものを贈りたい、せっかくならほしいものをいただきたい。贈る側、受け取る側双方のそんな想いに応えるのが、数多くの品々やサービスの中から好きなものを選べるカタログギフトだ。1987年に誕生したリンベルの歩みは、カタログギフトの発展・普及の流れと軌を一にする。リンベルの母体となったのは、54年に山形市で開業した家庭用品卸問屋・丸東商事だ。創業者の東海林新五郎が77年に死去したのち、経営を引き継いだ息子たちは、鍋やお椀セットといった商品に贈答需要があることに気づく。なかでも結婚式の引き出物に商機を見いだし、販路を次々と開拓していった。

そのきっかけとなったのは、他社のギフト商品を次男・秀典が目にしたことだった。「5枚くらいのギフトの写真の中から1点を選んで注文するというものでしたが、発想の斬新さに衝撃を受けました」と秀典は振り返る。「冊子にして選択肢を増やせば、絶対売れる」と確信した秀典は周囲を説得し、カタログギフト会社リン



右から東海林秀典会長
CEO、東海林勇丞社
長、東海林和幸副会長
丸東商事社長の
兄・秀幸とともに新たな挑戦を始めた。

秀典らはさっそく独自のカタログを作成。各地の式場を訪ねては、カタログギフトの仕組みを説明して歩いた。地道な営業が実を結び、首都圏の大手式場との契約が相次いで成立。92年の山形新幹線開通にも背中を押され、同年、東京都内に本社を構える。秀幸の尽力で国内外のブランド品がラインアップに加わり、一流ホテルや有名百貨店から自社の名を冠したオリジナルカタログの制作を依頼されるなど、カタログギフトの認知度と評価が高まり、販売網も全国へと広がっていった。

丸東商事創業から70周年の2024年。秀典は代表取締役会長CEOとなり、長男の勇丞が代表取締役社長、秀幸の長男・和幸が代表取締役副会長に就任。伸び続ける年商売上高は900億円を達成した。冠婚葬祭での利用から日常使いにまで浸透した「カタログギフトのリンベル」という信頼を軸に、ビジネスの幅を広げている。

PR



リンベル **ものがたり**
RING BELL

紙の冊子に多くの商品を掲載したカタログギフトからスタートしたリンベルは、2006年に通販事業も始めた。カタログ掲載商品をネットで直接買えるようになり、自分用に購入するというニーズが生まれた。中でも近年人気を呼んでいるのが「日本の極み」と銘打ったシリーズだ。リンベルのバイヤーが各地のおいしい逸品を選び抜き、作り手とともに試行錯誤を重ねて独自性を加えたオリジナル商品で、リピーターも数多い。

シリーズ誕生のきっかけは一本のジュースだった。山形食品(山形県南陽市)が製造販売するブドウジュースの味に感動した東海林秀典社長(当時)は2013年、同社にオリジナルのジュースの製造を打診。地元産フルーツの果汁100%、無添加のプレミアムジュースが開発され、15年の発売に漕ぎつけた。缶のデザインとネーミングは東北芸術工科大学(山形市)



「日本の極み」シリーズ

の教授(現学長)でアートディレクターの中山ダイスケ氏に依頼。「山形の極み」として売り出されたジュースは県内外で注目を集めた。手応えを感じた秀典は山形の農畜産物の掘り起こしに本格的に着手し、「山形の極み」をシリーズ化していった。

「安心・安全、高品質な地域産品を旬の時期にお届けしたい」という秀典の思いはさらに深まり、17年には「日本の極み」へと発展した。中山氏のデザインによる愛らしいパッケージに包まれた「極み」の品々は現在1800を超え、「本物」をつくり出す生産者と、それを求める消費者をつなぎ、さらには地域振興の一端も担い始めている。

一方、デジタル化によって贈る側の選択肢が増え、「どれを選んだらいいのか分からない」という声が寄せられるようになった。そこでリンベルはギフト選びをサポートするサイト「ギフトコンシェルジュ」を開設し、贈る時のマナーや最新トレンドなどの情報も提供している。「このサイトをさらにブラッシュアップし、それぞれの方にとっての『極みの一品』『極みのギフト』との出会いを生み出す企業へと成長していきなさい」と、東海林勇丞社長は意気込む。

卸から商品開発へ

おいしさの「極み」を厳選・直送

PR



目ギフトの枠を超えて

「心が動く。そこにリンベル。」というコピープレートメッセージを掲げ、日本の贈答文化を維持・継承する役割の一翼を担ってきたリンベル。贈り手の「想い」を伝えるだけでなく、地域や社会を支えるネットワークとしての信頼を得ることを目指し、新たな一歩を踏み出し始めている。

PR

安心・安全も「贈る」企業に



防災カタログギフト

の大切さを全社員が痛感させられた。

さらに、東京都内の3区1市による住民への防災グッズ配布事業を受託してきた経験と実績も、今回の新商品に生かされている。カタログを制作し各戸に発送↓ウェブやハガキで申し込みを受け、それぞれ異なる商品注文通りに届ける、という一連の流れを滞りなくこなせるのは、リンベルならではの物流インフラと商品調達、納期管理システム、コールセンター機能があってのことだ。

「新たな事業展開の可能性を見いだすとともに、社会の安心・安全に貢献できる喜びと責任を感じています」。東海林秀典会長CEOからこれからのリンベルを託された東海林勇丞社長、和幸副会長は声をそろえる。

「心が動く。そこにリンベル。」というコピープレートメッセージを掲げ、日本の贈答文化を維持・継承する役割の一翼を担ってきたリンベル。贈り手の「想い」を伝えるだけでなく、地域や社会を支えるネットワークとしての信頼を得ることを目指し、新たな一歩を踏み出し始めている。



リンベルの最新商品「RING BELL SONAE」は防災に特化したカタログギフトだ。世代、性別、地域などによって、非常時に必要となる防災グッズは異なってくる。このカタログにはベビーや高齢者、さらにペットなど、さまざまな対象を想定したグッズが掲載されており、贈られた側が自分にマッチする防災用品を選んで受け取ることができる。「大切な人に『安心・安全』を贈る」という新しいコンセプトの提案だ。

この商品の開発に至った背景には、個々のニーズに応えるカタログギフトを通して培ったノウハウに加え、東日本大震災（2011年）での経験がある。「物流拠点を置く山形市も道路が寸断され、商品発送ができなくなりました。またカタログ制作作業を仙台市に集中させていたため、カタログを倉庫から取り出せないという事態に陥りました」。カタ

ログ制作の責任者だった東海林和幸副会長は振り返る。物流機能を一時的に東京に移すなど総力を挙げた結果、顧客に迷惑をかける事態は回避できたものの、日ごろの備え