

“好き”が原動力となる仕事のかたち 現場の眼で未来をつくる企業



株式会社たまや



日ながビル外観

企業概要



代表取締役社長

安保 尚雅氏

所在地 三重県四日市市日永5丁目12-13

TEL:059-349-0551 FAX:059-349-0553

創業 1993年(平成5年)

設立 1995年9月(平成7年)

資本金 1,000万円

従業員数 28名(2025年11月現在)

事業内容 アウトドア用品小売り、アパレル(衣装)小売り、玩具(フィギュア等)小売、EC/通販も含む

URL <https://tamaya-group.jp/>

創業から続く「好き」への情熱で
モノとコトを繋ぐ新たな小売りのカタチ

顧客に新鮮さと新たな 体験を提供する小売企業

株式会社たまやは、四日市市を拠点とし、「遊び」や「カルチャー」を軸に、アパレル、スポーツ用品、生活雑貨、地域イベント運営まで多面的に事業を展開する企業だ。事業の核である実店舗での販売を重視しながらも、オンラインチャネルや地域イベントにより顧客との接点を多層化することで、新たな小売りのかたちを創っている。

創業は1993年、大手電機メーカーを退職した安保尚雅氏が、自身の趣味だったスノーボードをメインとしたスポーツ用品専門店「A・B・O・N・Y」をオープンしたことにはじまる。当時は、スノーボード市場が急激な広がりを見せた時代で、開業初年度に仕入れた30セットのウェア、ボード、ブーツは2カ月で完売。翌年は150セット、その翌年は300セット、500セット、

1000セットと年々販売規模は大きくなり、95年には、安保社長の父が営んでいた商店の名前を引き継ぐ形で「株式会社たまや」として法人化した。以来、独自の商品仕入れや、店舗空間づくり、顧客体験のためのワークショップ等、さまざまな手法で顧客のライフスタイルに影響を与えている。

現場起点の思想が事業の核を形づくる

大手電機メーカーで工場のライン設計に携わっていた安保社長。多趣味、かつ何でも追求するタイプと自身でも語るが、スノーボードに出会い没頭していく。「ライン設計の仕事も好きだった」と語るが、次第に自らの想いに忠実に生きるため、退職することを決めた。

退職の意を会社に伝えた後、安保社長は今まで感じていた「自分が考えてきた効率化重視のライン設計は、果たして現場で



たまやでしか買えないカラーや、流通量の希少なモデルも取りそろえる



2025年8月に新装開店したアパレル店舗「cocorozashi」

「ゆるさ」と「責任」が両立する組織文化

「好き」を仕事にしてきた安保社長の周りには、やはり同じ「好き」を仕事にしたい人材が自然に集まる。「アウトドアが好き」「プラモデルが好き」「アパレルおたく」等、自分の「好き」を貫く社員たちが、同社を支えている。「細かなマニュアルは設けていないが、好きなことを続けるには結果が必要と各自が理解している」と安保社長は語る。人材育成についても、価値観をスタッフに「教え込む」ことはしない。例えば、接客時の敬語の欠如も、顧客との信頼関係に基づくもので

あれば許容される。現場での姿勢や日常のやりとりを通じてスタッフに「自然と伝える」ことを重視している。

この「ゆるさ」はそれぞれのスタッフを持つ「好き」を仕事にすることへの覚悟のうえで、上手く機能し、たまやを楽しく自分らしく働ける場所になっている。またその覚悟によって、売上についても、「暖冬だから売れない」「熊の影響でアウトドアが振るわない」といった外部のせいにはせず、売る手段を共に考える文化が醸成されている。これが安保氏の言う「ゆるくて強い組織」のカタチである。

「たまや村」の完成を目指して

現在、本社ビル周辺に所有する店舗、ビルは5棟あり、さらに現在6棟目をリノベーション中だ。この棟には、買い物の中に休憩できるカフェ等を誘致し、顧客が1日で長く滞在できる空間を構想中だ。ゆくゆくは「たま

次世代視点を取り込み進化する承継観

東京でアパレルの仕事に携わる次男とは月1回ZOOMで市場動向やデザインの潮流を共有している。息子から得る新しい視点は組織に刺激をもたらすが、安保社長は「跡を継がせること」には慎重である。華やかな表舞台の裏には重い経営判断があり、「経営者とプレイヤーは別」と語る背景には30年以上の経験がある。

将来的には会長職へ移行し、新たなことに挑みながら財務面で次の社長を支えたい意向を示す。次世代に会社のかじ取りを任せ、自身はその背を押す役割へ移行する準備を整えている。



百五銀行 四日市西支店長
兼 松本支店長
坂部 竜也

支店より一言

同社は歴史を感じさせる旧東海道沿い「名残の一本松」のそばにありながら、流行に敏感な顧客をターゲットとし、県外からも多くの買い物客が訪れます。

本社周辺にいくつも店舗を構え、さらに新たな店舗の建設も予定するなど、帯はサバルチャーの聖地「たまや村」と化し、時間を忘れて楽しめます。四日市、三重という地域を大切にしつつ成長を続ける同社を今後も全力でサポートさせていただきます。

編 員 会 員 事 業 部 山本 奈月

や村」とも呼べる体験集合体にしたと安保社長は考える。

創業から30余年、「好き」を貫き、現場を信じ、観察を積み重ねるという一貫した軸が「たまや」という企業を形づくってきた。たまやの歩みは、地域に根ざす企業の枠を超え、働くとは何か「好きとは何か」という問いに新たな視点を与えてくれる。



圧巻の数のスノーボード用品。Ride Back to Your Best Winter(もう一度、最高の冬へ)とのキャッチフレーズを掲げ、今年は更に品揃えをパワーアップした。

空間も商品やブランドの一部

2024年「空間もまた商品である」という想いから店の大規模リニューアルを実施した。店舗空間は単なる商品の入れ物ではなくブランドそのものであり、

はバブル期のように活況だった「これがずっと続くわけではない」と感じていた安保社長。季節の影響を受けにくいスポーツ用品、アパレル、生活雑貨へと事業の幅を広げていった。

並行輸入が一般化していなかった当時、他店との差別化を図るため、フランスやイタリアに直接出向き自ら商品を目利きし、より洗練されたものを買付けした。「片言の英語と大量のトラベラーズチェックを片手に、何度もお出向いた。海外取引が不慣れなときは、痛い目にもあった」と安保社長は語る。時には、現地の小売店やブランドと直接交渉もした。この実践と行動力が、地域内外の顧客を惹きつけるたまやの魅力的な商品セレクトの礎になっている。

照明、通路幅、香り、BGMまで、すべてが顧客の体験を構成する。相応のコストがかかっても実店舗の刷新を続ける理由は、顧客を飽きさせない「新鮮さ」と、この空間で買う価値を提示し続けるためである。現状、アパレル部門の売上はオンライン販売が伸びており、1商品につき10枚以上の写真を掲載するなどしてECサイトにも力を入れているが、「実店舗で実際に手に取って触れる価値は大切にしたい」と安保社長は語る。

また、定期開催しているナイトマルシェや音楽イベントといった「場づくり」も、地域おこしにな



こだわりの照明は店舗をより特別感のある空間にしている

体験から生まれる商品開発

たまやが自社開発した商品の中で独自性が光るのが「あぐらスカート」だ。キャンプやアウトドアの実体験から得た「座ると冷たい汚れる」「着替えや移動がしにくい」といった課題を解決する汎用性の高いデザインで、体験を通して得た不便を商品開発のヒントにしている。また、表面には三重県の伝統工芸である松阪木綿、伊勢木綿を使い、木綿の燃えにくい特性を活かしている。

「そのものをよく知り、うまく切り取ることで、伝統を今に活かす商品開発ができる」と安保氏は語る。

と同時に「体験を通じてブランドに触れる場」として設計されている。四日市港で開催したイベントには7千人規模の来場者が集まり、行政の支援も得て地域の文化装置として機能した。

社長自身が体験を通して感じてきた「人生を動かす瞬間」を、こういった店舗空間づくりや地域イベントを通して提供している。