

注目企業の「今だから、ここが知りたい」

株式会社キタムラ
×
株式会社イニシア・コンサルティング

「カメラのキタムラ」 1,200店舗の業務改革

危機を生き抜き、30年後の社会インフラを目指して



株式会社キタムラ

代表取締役会長兼CEO

北村 正志

Masashi Kitamura

1941年高知県生まれ。早稲田大学第一政経学部中退後、地元高知の家業を拡大。独自のチェーンストア理論で全国的な展開を実現。

1967年4月 株式会社キタムラ入社

1970年3月 取締役役に就任

1979年3月 代表取締役営業本部長に就任

1985年3月 代表取締役社長に就任

2003年6月 代表取締役会長兼CEOに就任。現在に至る

聞き手

株式会社イニシア・コンサルティング

代表取締役社長

丹生 光

世界的な不況により、多くの業種は急激な売り上げの低迷に見舞われ、どこも苦しい経営を強いられているだろう。しかし、今回の不況が始まる前の2001年、「カメラのキタムラ」はデジタル化という大津波に襲われていた。デジカメが出現し、銀塩フィルムの出荷は急速に落ち込んでいたのだ。多くの同業者が倒産する中、大規模なM&Aや積極的な投資を続ける「カメラのキタムラ」。代表取締役会長兼CEO北村正志氏の言葉は、不況で苦しむ会社、ヒントを与えてくれるはずだ。

デジタル化という大きな津波

丹生氏（以下、敬称略） いま、世界的な経済危機に見舞われていますが、どのような感想をお持ちですか？

北村氏（以下、敬称略） 1929年に発生した前回の大恐慌では、33年にヒトラーが、36年にはスペインにフランシスコ・フランコといったファシストが出現。結局、第二次世界大戦が起こったことで、大恐慌は収束しました。今回は資本の過剰蓄積が、金融工学によってバブル化しました。解消するまでにまだ時間がかかると思っています。

丹生 カメラ・プリント業界としては、いかがですか。

北村 これは大変ですよ。大恐慌よりもひどい。デジタル化という技術革新によって大打撃を受けました。写真屋にフィルムがなくなったのです。これは、トヨタ自動車から車がなくなったようなものです。2000年に5億本出荷していた銀塩フィルムは2008年には3000万本に。3万店あったDP店も1万3000店になってしまいました。20年ほど前から、デジタル化の波が来ることは知っていました。けれども、ピンとこなかった。すると、2001年にデジタル革命という大津波に襲われました。まだ生き残っているのかと、周りから不思議がられていますよ（笑）

丹生 しかし、写真自体はなくなりませんよね。

北村 ええ、銀塩フィルムはなくなるでしょうが、人

間である限り、「感動」「思い出」「きずな」の媒介物である写真はなくなりません。だから、新しい業態へ生まれ変わろうと必死にもがいています。デジタル化以前のライバルは同業者です。同業者に勝てば飯が食えました。しかし、今は技術環境がガラッと変わってしまいました。写真を撮ってもDPに出さない人、ディスクに残したままの人、家のプリンターで印刷する人が増えているのです。

積極的なデジタル化への対応

丹生 そうした環境変化に対して、どのような手を打たれたのですか。

北村 できることは何でもやろうと考えました。まず、デジカメ時代に対応するため、デジタルプリントへシフトしました。2002年にデジタルプリンター「フロンティア」を600台導入。今では、国内デジタルプリントの30%近くはうちで行っています。



Corporate Data

会社名	株式会社キタムラ http://www.kitamura.jp/
設立	1943年
資本金	28億5,243万円
代表者	北村 正志（代表取締役会長兼CEO） 武川 泉（代表取締役社長兼COO）
従業員	5,203名（社員1,143名／パート4,060名）
事業概要	・「カメラのキタムラ」の運営 ・こども写真館「スタジオマリオ」の運営 ・フォトカルチャー事業