



慶應義塾大学ビジネス・スクール

株式会社クオカプランニング

5

1. はじめに

ファッショニに敏感な若者が集まる自由が丘。駅から5分ほど歩いた並木通りに面して、吹き抜けのガラス張りになったお洒落なショップがある。店内は、インテリア雑貨のようなポップでキュートな商品がディスプレイされている。商品に目を凝らすと、それはアクセサリーでもインテリアでもなく、お菓子とパンの材料と器具であることに驚く。そう、小麦粉なのである。

オープンキッチンからは甘くてやさしい香りが漂っている。たとえ自分がお菓子作りをしなくても、店内を歩き回るだけでワクワクした気持ちになれる店。それが、クオカショップ自由が丘店である。この店が、ベルギーの有名ショコラティエや日本人パティシエ（菓子職人）の店ではなく、130年前から続く徳島県の製菓製パン材料卸業の店だと聞くと、さらに驚くかもしれない。

株式会社クオカプランニング（以下「クオカ」と記す）は、自由が丘、新宿、高松、福岡にクオカショップを展開している。それぞれ、地域にあったコンセプトの店作りがされている。

商品のインターネット通販も行なっている。むしろ、インターネット通販が主な事業だと言うべきであろう。2007年度の売上げは20億円。売上げの75%をインターネット通販が占めているからである。インターネット通販に対する外部の評価も高い。2006年日経MJの「ネット通販ランキング」で50位になった。2007年度第11回「日本オンライン・ショッピング大賞」では大賞を受賞した。クオカは、小麦粉というコモディティ化した商品を扱いながら、どのようにしてブランドを構築することができたのだろうか。

10

15

15

20

20

25

本ケースは、クラス討議の資料とするために、法政大学経営学部 木村純子准教授によって作成された。経営管理の巧拙を記述したものではない。

本ケースは慶應義塾大学ビジネス・スクールが出版するものであり、複製等についての問い合わせ先は慶應義塾大学ビジネス・スクール（〒223-8526 神奈川県横浜市港北区日吉本町4丁目1番1号、電話 045-564-2444、e-mail:case@kbs.keio.ac.jp）。また、注文は <http://www.kbs.keio.ac.jp/> 慶應義塾大学ビジネス・スクールの許可を得ずに、いかなる部分の複製、検索システムへの取り込み、スプレッドシートでの利用、またいかなる方法（電子的、機械的、写真複写、録音・録画、その他種類を問わない）による伝送も、これを禁ずる。

30

Copyright© 木村純子 (2008年9月作成)