

# ズームアップ！

注目企業インタビュー

マッチングワールド株式会社  
事業開発部顧問

## 阿曾 雅道氏



マッチングワールド株式会社（東京都中央区）は、在庫マッチング事業「Mマッチングシステム」を中心に、実店舗・EC事業（店舗事業）でホビージャパン専門店「まちキャラ」を展開している。2021年に店舗事業を

# 首都圏で「まちキャラ」4店展開

## 年3店出店、2年後に10店体制へ

ホビー商品を主な素材とし、在庫品の売り手と買い手をつなぐプラットフォームであるMマッチングシステムのサービス提供を中心に、余剰在庫と必要在庫をITと人をつなぐ「アーマ」として事業を展開している。匿名で売買できるBtoBのサービスで、売買成立時の検品は当社が行う

用し、ゲーム、カード市場のお役に立てるような専門店が作れないかというところからスタートした。一般的なゲーム、カードなどの卸問屋という機能も果たしながら、そこから派生する形で2年半ほど前から店舗展開を始めた。

（東京都千代田区）、23年6月に2号店「千葉駅西口店」（千葉市中央区）をオープンした。いずれも路面店での出店で、駅前の好立地に位置している。24年3月開業の3号店「昭島モリタウン店」（東京都昭島市）からS

（さいたま市大宮区）を開業し、4店体制となった。1号店は激戦区・秋葉原への出店でした。阿曾 秋葉原にはホビーやエンタメ系商品の販売店がすでに数多くあり、メーカーからすれば秋葉原への出店は喜ばしいことではなかったかもしれない。だが、我々としては世界一ホビーやエンタメ系の店舗が集まると言われる秋葉原で実験し、業態としての見極めをしたかった。ここでの

時間圏内の各エリアで、最も品揃えの良い店を作っていく。今後このエリア戦略を推進していく方針で、東京都町田市や横浜市内というのも出店範囲に入ってくる。阿曾 昭島店はS内にも出店しました。阿曾 S内へのテナント出店は店舗事業のスタート時から考えており、秋葉原店、千葉駅西口店と駅前出店を経て、3号店の昭島モリタウン店からS内への出店を開

13坪、千葉駅西口店と昭島モリタウン店が約23坪だったため、最大規模の店舗となった。既存店よりも約40坪大きくなったが、そこにはカードのスペースを専門店として十分に確保しつつ、店内にデュエルスペース（約40席）を初めて設置した。



9月20日にオープンしたコクーンシティ店などもあると思うが、まずは首都圏10店体制を直近の目標としている。阿曾 単なる仕入れ型小売業にとどめるのではなく、例えば予約受付、情報発信などをメーカーと一緒にやって行うなど、プロモーション効果を生んでいく店舗として育て、発展させていきたい。また、例えばメーカーがポップアップショップなどをやるときも、普段からお客様と接している我々が一緒になって行うなど、メーカーとの取り組みも広がっていきたい。それがSの来店価値向上などにつながるだろう。

開始し、24年からはショッピングセンター（SC）へのテナント出店も始めるなど拡大中だ。店舗事業について、同社顧問の阿曾雅道氏に聞いた。

——店舗事業を開始した背景は。阿曾 ホビー商品を扱うtoCの自社サイトは以前から運営していたが、コロナ禍で新規参入を含めてエンタメ系の商材を扱う業種が増えた。そんな中、当社もこれまで培ってきたベースを活

阿曾 売場は標準で約25〜30坪を目安とし、小ぶりのながらもカンパラを中心にエンタメ系の商品が充実した専門店というイメージで設計している。現在の店舗数は。阿曾 21年11月に1号店「まちキャラ秋葉原店」

——出店エリアの考えについて。阿曾 「秋葉原から電車で1時間圏内」をエリア戦略に据え、ある程度広域からでも来店していただけるような専門店と位置づけている。足元の商圏人口だけを狙う業態ではなく、秋葉原から1

阿曾 前述の秋葉原から電車ですら1時間圏内という考えのもと、今後はS内を出店の中心として首都圏10店体制を目指す。現在4店体制のため、年間3店程度のペースで出店を行っていく。2年後の26年8月期に達成したい。その先に全国展開

阿曾 直近でコクーンシティ店が開業しました。阿曾 9月20日にオープンしたコクーンシティ店は売り場約64坪で、これまで秋葉原店が約12

阿曾 今後の出店は。阿曾 前述の秋葉原から電車ですら1時間圏内という考えのもと、今後はS内を出店の中心として首都圏10店体制を目指す。現在4店体制のため、年間3店程度のペースで出店を行っていく。2年後の26年8月期に達成したい。その先に全国展開

阿曾 単なる仕入れ型小売業にとどめるのではなく、例えば予約受付、情報発信などをメーカーと一緒にやって行うなど、プロモーション効果を生んでいく店舗として育て、発展させていきたい。また、例えばメーカーがポップアップショップなどをやるときも、普段からお客様と接している我々が一緒になって行うなど、メーカーとの取り組みも広がっていきたい。それがSの来店価値向上などにつながるだろう。

阿曾 単なる仕入れ型小売業にとどめるのではなく、例えば予約受付、情報発信などをメーカーと一緒にやって行うなど、プロモーション効果を生んでいく店舗として育て、発展させていきたい。また、例えばメーカーがポップアップショップなどをやるときも、普段からお客様と接している我々が一緒になって行うなど、メーカーとの取り組みも広がっていきたい。それがSの来店価値向上などにつながるだろう。

