

ホビーとアナログゲームに特化した品揃えで店舗を展開。 “イエサブ”の愛称で、多くのファンから人気を集める

*1 プラモデル®、フィギュア、トレーディングカードゲーム、ボードゲーム等のホビーとアナログゲームを取り扱う小売店、ホビーベース イエローサブマリン。玩具市場でボードゲームやプラモデル人気が続く近年、同社は順調な成長を遂げている。今後は時代に合わせた店舗形態の改革と人材採用・教育に注力して成長を加速させていく。

*1「プラモデル」は日本プラモデル工業協同組合所有の登録商標です



代表取締役社長 田中 滋氏

- 代 表 者 代表取締役社長 田中 滋
- 創 業 昭和60年6月
- 設 立 昭和60年11月
- 資 本 金 3,000万円
- 従業員数 96名(アルバイト・パート含め230名)
- 事業内容 ホビー・ゲーム商材の小売り・通信販売、自社企画商品の開発・販売
- 所 在 地 〒331-0823 さいたま市北区日進町3-725-3
TEL 048-666-6606 FAX 048-651-5999

●URL <https://www.yellowsubmarine.co.jp/>



ホビーとアナログゲームに特化して小売を展開する株式会社ホビーベース イエローサブマリン。同社は「夢のあるホビーの世界を、子どもにヤングにすべての人に」を経営理念に、関東(東京、埼玉、神奈川、千葉、栃木)、関西(大阪、京都、兵庫)、札幌、名古屋、広島、福岡と、全国主要都市に25店舗を構え、“イエサブ”の愛称でファンから親しまれている。

店舗は「ホビー専門店」「ゲーム専門店」「総合店」の3タイプがある。ホビー専門店ではプラモデル、プラモデル用の工具や塗料、フィギュア等のホビー商材を、ゲーム専門店ではボードゲームやトレーディングカードゲーム、テーブルトーク・ロールプレイングゲーム等のアナログゲームを、総合店では両方を販売している。

また同社は、プラモデルの改造パーツや、カードゲームのカードを保管するケースおよびスリーブと呼ばれるビニール製の袋等を手がけるメーカーでもあり、自社で販売するほか他社でも販売されている。

「少子化の影響でお子さま向けの市場はシュリンクしているのですが、青年以上の大人の方が、自分が好きなホビー商材やゲームを購入される市場は広がっています。当社のお客さまも、ご自身の趣味を追求し、楽

しむ20代以上の方が多いです」(田中滋社長)

大人向けホビー・ゲーム市場が盛り上がりを見せている現在。同社はゲームを楽しめる大会を設けたり、プラモデルコンテストを開催するなど多様なイベントで顧客のニーズに応え、メーカーと共に市場を盛り上げてきた。

→ 販売+遊びの場・コミュニティの場を提供

田中社長の父で、創業者である現会長の田中昇氏が、家族で営んでいた桶川市の玩具店「おぢいさんの店」から独立し、昭和60(1985)年に同社を設立した。当時は、子ども向け商品が玩具市場を席巻していた時代であったが、その市場を狙って外国資本の玩具量販店が日本に進出した頃でもあった。

「会長は、『この先、子ども向けの玩具は廉価販売になって競争が激しくなるに違いない。一方で大人が趣味のために買う市場は需要が伸びるだろう』と考え、年齢層が高めの商材に的を絞ったようです」

そしてプラモデルやアナログゲームの取り扱いを始める。その後、時代に合わせて家庭用ゲーム機やリモ

コン式模型など販売する商材を変えながら、ホビーとアナログゲームに特化した店舗コンセプトを固めていった。

昇氏は、ゲーム市場が活況なアメリカをたびたび訪れ、現地の様子を肌で感じながら商品の買い付けを行っていた。そこでトレーディングカードゲームを楽しむ人たちを見て「日本にもこのブームが訪れるに違いない」と予想する。そして海外の人気ゲームを仕入れて店舗で紹介。トレーディングカードゲームが日本に浸透する一翼を担った。

さらに、ゲームファンが店内で対戦ができる場“デュエルルーム^{*2}®、デュエルスペース[®]”を業界でいち早く開設。ユーザー同士が交流を図りながらゲームを楽しめる環境作りにも注力した。

「会長がアメリカに行った際、現地のショップが店内にゲーム対戦場を設けているのを見て、『ゲームの楽しさを伝えるには売って広めるだけではなく、遊ぶ人をサポートすることが大事だ』と認識したといいます。そこで、その場を設けたようです」

平成9（1997）年には商品企画部を開設し、自社商品の開発を開始。キャラクター使用のライセンス契約を締結してグッズの製造・販売を行ったのち、やがてトレーディングカードの保管ケースやスリーブなどのサプライ品（消耗品）、プラモデルに付け替えるオリジナルパーツへと開発・製造の軸足を移していく。こうしてメーカー機能を強化していった。

それと並行して、さまざまなネットワークで知り合った人とのつながりと縁によって、全国主要都市に店舗を展開。規模を拡大しながら成長を遂げていった。

➔ イベントでホビー・ゲーム市場を盛り上げる

ホビーベース イエローサブマリンでは、プラモデルコンテストや工具の体験会、さまざまなカードゲームの大会、ボードゲームの交流会、ここ数年は人気トレーディングカードゲームの「WIXOSSサブマリンフェスタ」などのイベントを定期的開催。ホビー・ゲームファ

ンがユーザー同士、また作り手と直接つながりが持てる場を設けている。さらに大手ゲーム会社や玩具メーカーが主催する大型イベントなどにも積極的に出展している。

「当社の店舗でイベントを開催したり、メーカーさま主催のイベントに出展して、メーカーさまと共にお客さまと触れ合いながら商品の魅力を伝えています。そうしたことをコツコツと続けてきたことが、当社が今まで成長を続けてこられた強みの一つなのではないかと



満口店



ロゴマーク



店内の様子



デュエルルームの様子

思います」

同社は40年にわたってホビーおよびゲームショップとして営業実績を積んできた。実店舗を構えて顧客とメーカーに誠実に向き合い、そしてメーカーと共にホビー・ゲーム市場を盛り上げ、その楽しさを多くの人に伝え続けてきたのだ。こうした取り組みで育まれたメーカーやファンからの信頼が、同社の強みであり資産である。大手量販店やネット通販店ではなかなか取り組めないことを地道に行ってきたことが同社とメーカーの絆、顧客との絆を強めているのだ。同社は、メーカーからは良きパートナーとして、ファンからは楽しいことを

^{*2} 「デュエルルーム」「デュエルスペース」は株式会社ホビーベース イエローサブマリンの登録商標です

提供してくれるショップとして存在感を示している。

➔ メーカーとして人気商品を開発・製造

同社は、メーカーとしてサプライ品の製造をするほか、サードパーティー（オリジナルメーカーの商品に対して互換性のある商品を販売するメーカー）として既存のプラモデルをカスタマイズするためのパーツの製造や、さらにはゲームの開発・製造等を行っている。



イベント出展の様子



自社商品、左から「極め手」「スティックスタック」「ぬくみ温泉繁盛記」

例えば、人気商品の一つに、五指が動くロボットプラモデルの手「極め手」がある。作り上げたロボットの既存の手をこの手に差し替えることで、表情や動きを表現できるようになるというものだ。

「当社にはホビー好き、ゲーム好きの社員が大勢います。『自分はこういうものが欲しい』『これがあればお客さまは喜ぶのでは?』とアンテナを立て、お客さま目線で商品提案ができるのが強みです」

さらに、ゲーム愛好家やメーカーから販売権を得てゲームの製造も行う。例えば、自分の旅館を繁盛させるボードゲーム「ぬくみ温泉繁盛記」やバランスゲーム

「スティックスタック」などが人気の商品だ。これまでにゲーム市場のトレンドを見ながら数多くの商品を製造・販売し、注目を集めている。

➔ 次の時代をけん引する人材の採用と教育

田中社長が同社に入社したのは平成22年。大手家具・インテリア小売企業からの転職だった。そして令和6（2024）年、社長に就任する。

「入社後10年近くは、私が最前線に立ってメーカーさまと折衝し、仕入れの舵取りをしてきました。今後もこの取り組みは変えませんが、これからはそれに加えて、店舗をけん引する次の世代の採用と教育に力を入れていきたいと考えています」

人材紹介会社が主催する採用イベントへ参加するなど採用活動に力を入れるほか、社内スタッフの教育にも注力する。現在、月2回、在庫管理や原価率の算出など小売業や経営にまつわるオンライン研修を行っている。将来的にはキャリアアップシステムや教育プログラムを整え、会社運営に携わる社員を育てていく考えだ。

➔ ホビーやゲームで多くの人を癒やしていく

“ホビーには、癒やしの力がある。衣食住のような必需品ではないが、暮らしの中で日常を満たすもの（コト）である”——と同社は考える。田中社長は、「東日本大震災の後やコロナ禍の時もお客さまは来店してくださいました。当社は、心の癒やしを求めるお客さまの栄養剤となる商品を扱っている、と感じています」と語る。

「今後は、店舗のサイズや立地、取り扱い商材などを今の時代に合うものに変えていきながら、チャンスを見極めて3～5年ペースで1店舗ずつ増やしていきたいと考えています」

同社はこれから先も、ホビー・ゲームが持つワクワク感や高揚感を多くの人に届けながら、遊びを楽しむ人たちの心を癒やす存在であり続ける。