

# STORY of TENKENSOU 2010-2019

## インフラを整える、 ベースを築く

### ニーズの探求でさらに進化を

お店づくりで培ったノウハウを、衣料品店以外にも活かしたい。そんな思いでスタートしたのが、飲食店へのアプローチでした。2010年には、飲食店向けの総合カタログ「飲食店にぎわいナビ」を発刊。これまでの経験を活かし、目的の商品を見つけやすい工夫も凝らされました。またスマートフォン世帯保有率が50%近くになった2012年、「ストア・エクスプレス オンラインショップ」のスマートフォンサイトを開設。いつでもどこからでも気軽にオーダーできるようになり、会員も増加。2018年には会員数が60万人を突破しました。

### 全国規模で事業拡大の基礎を固める

2010年の大きな変化が、物流センターの移転です。今後の事業拡大も見据えながら選んだのが、東日本にも西日本にも対応しやすい愛知県北名古屋市でした。店舗用品の在庫は業界最大級。繁忙期に備え、外部にも6カ所に倉庫を保有しました。この時代には「ストア・エクスプレス」の店舗も、名古屋店の拡大移転、札幌店、横浜店の開設と、全国展開の基礎を固めていきました。

### 新たな事業・市場にチャレンジ

新しい可能性が芽生えたのも2010年代です。2016年にショッピングセンター「ららぽーと」指定業者としてC工事の受注を開始。今に続く、指定業者としてのショッピングセンターテナントの案件を受注する基盤ができました。2017年には、展示会事業「EXPO EXPRESS」を開始し、お店づくりのノウハウをブースづくりに活かすチャレンジが始まりました。2018年には大西グループの成長戦略として、オランダに現地法人「ONISI Europe B.V.」を設立。ヨーロッパで既製の店舗用品が受け入れられるかどうかは未知数でしたが、これにより海外進出のサポート体制が整えられました。

震災・災害を乗り越えて ▶ 2018年6月の「大阪北部地震」では、カスタマーセンターの電話が一時不通となり、臨時休業した店舗もありました。



飲食店にぎわいナビ Vol. 1



スタンダードフレーム (SF) シリーズ



ユニットラック (UR) シリーズ

長年定番什器だったSR(スクエアラック)シリーズのリニューアル什器。インハングをSF、オーバーハングをURと命名

ラスティックシリーズ  
無骨な雰囲気コンセプトにした什器。このシリーズだけで空間を構成できるラインアップをそろえ、ヒット商品に

## DISPLAY UNIT

新シリーズ全盛期!!



ハコマルシェ

フランスの市場(マルシェ)をイメージ。キャッチコピーは「ポップアップストアや展示会にも最適! 簡単組み立てハコマルシェワゴン」



tumikiシリーズ

桐材を使用したボックスで、さまざまな組み合わせを可能にした什器



キャッチコピー通りの活躍で今でも人気!

2023年デビューのラテラル・ロコ先代モデル!



ラテラル・フォーシリーズ

「ラテラル」は水平な、「フォー」は4点受けのこと。当時ニーズが高まりつつあった、ショーケースのようなすっきりとした外観が特徴



HOLTシリーズ

意匠性を重んじた、重厚感のあるハイエンド向け什器