

通販の成功事例・ 失敗事例

第147回

墓関連商品を通販

石材関連商品で販路開拓を行っている会社を紹介します。

自前でデザインから商品画像まで制作

墓じまいや納骨堂へのシフトなど墓を巡る環境が大きく変化している。そのような中、1991年(平成3年)創業の石材関連商品販売を手がける(有)イシケン機工(福岡県八女市黒土243-1 代表高取元樹氏)は、新たな販路にチャレンジしている。

2000年代より、墓石の製造が国内から中国などの海外へシフトしているのに伴い、国内での石材加工が減少し、主力の石材店向け石材加工機械や工具の売り上げが急速に減少していた。

2010年には、後継者として義理の息子である現社長が入社。前職で携わっていた通販のノウハウを元に楽天市場へ出店し、一般消費者向けの墓関連用品通販を開始した。スタート時は、資金的な余裕がなかったため、ページのデザインから商品画像まで全て自前で制作。当初は商品画像やスペックの説明が実際の商品と異なっていたこともあって、クレームを受けたこともしばしばあった。当初は競合が少なかったうえ、競合店の商品説明などもさほど充実しておらず、60代以上をターゲットと意識し、文字の大きさや見やすいページの作成に取り組みれば、顧客の支持を得られる自信があった。ニッチな商材ということもあり、ネットモールで検索に引かかるよう商品情報をしっかりと掲載することにも心掛けた。他社との差別化の一環として、墓の花立てや線香立てなどホームセンターやディスカウントストアなどには置いていないニッチ商材を全国の商社から仕入れて取り揃えるなど、全国各地のあらゆる墓に対応できるよう取り組んできた。

電話での問い合わせが年々増加

現在、楽天、ヤフー、アマゾンに出店しており、売上構成は卸が70%、通販が30%。平均単価は4000円で、顧客の中心層は60代以上の個人。主な販売地域は、関東、関西、九州地区の順番で、リ



赤松 雄二

儲かる単品通販コンサルタント
有限会社ユニバーサル・ジョイント代表
電話 092-542-5334
<http://www.e-tuuhann.com> (月曜配信)
<http://blog.e-tuuhann.com> (毎日更新中)
【ホームページ上でサイト診断受付中】

ピート率は10%だ。

顧客の80%以上が60代以上のため、見やすいページ作りを心掛けたほか、決済方法や配送方法などに合わせてメールのテンプレートを30種類以上用意し、出来るだけ必要な情報をわかりやすく伝えられるよう工夫した。ネットでの注文に不慣れな年配の顧客からの問い合わせが多いことから、電話番号を大きく表示すると、電話での問い合わせが年々増え、注文増加にもつながっている。通販も基本は人と人のつながりが重要で、安心して気持ちよく買い物をしてもらえることが一番大切と考えている。顔が見えないだけに、対面販売よりも気を遣っている。

防滑事業に新たな活路を見出す

現在、全国的に墓じまいが増えており、墓石の需要が減少している。このため、主力商品である石材加工機械工具にとどまらず、ネットショップで販売しているお墓用品の需要もさほど伸びないと予測されることから、新規事業の開拓も喫緊の課題となっている。

今後は、御影石やタイルなど濡れると滑りやすい床材に、特殊な滑り止めのコーティングを施す防滑事業に注力していく方針だ。このコーティング剤は高い滑り止め効果があり、転倒事故の予防に効果的だ。見た目の変化はほとんどなく、床材の質感も損ねない。既存の床材の上からコーティングするため、大がかりな工事が不要で、短時間で施工できるのも特徴だ。小規模事業者持続化補助金によりホームページを作成し、マンションやホテル、商業施設、介護施設などを中心に営業していく考えだ。

(有) イシケン機工

<https://www.rakuten.co.jp/isiken/>

トップページ上段のタイトルや写真から取り扱っている商品がすぐにわかる。カテゴリーがわかりやすく目的の商品に早くたどりつける工夫もある。