

佐賀から世界へ!!

特集 ネットに お店を出そう!

最近、経済誌などで良く目にする「ECサイト」。ECとはelectronic commerce（電子商取引）で、自社の商品をウェブサイトで販売することをいう。EC市場は、2010年には7.8兆円の規模に成長。百貨店やスーパーといった「リアル市場」をおびやかす存在感を放っている。良い商品を日本、そして世界へ。佐賀を面白くする元気な「戦場」である。



ネットビジネスは究極の対面販売。
目の前のお客さまを喜ばせるのが得意な人が 向いている



スマートフォンはこちら
当日ご来店いただきましたお客様は2,182名様です。ゆっくお楽しみ下さいね♪

ラ・ベルジェ La Berger フランスが生んだ世界のトップブランド

TOP PAGE 商品一覧 お支払・送料 会社概要 Q&A REVIEW SHOPPING CART

Hot News NEWオイル! シェルティエ115が登場♪

通常購入・共同購入問わず同梱します!!
AM10:00までのご注文は 即日発送OK!!

Mobile Shopping
いつでもどこでも携帯から!
モバイル限定企画も!
携帯でショッピングしよう!
携帯にURLを送る
http://m.rakuten.co.jp/la-berger/

FRAGRANCE OIL ORIGINAL OIL LAMP

お届けするのは信頼と豊富な品揃えです。
「ラ・ベルジェ」はラ・ベルジェ製品を10年前から販売しているアロマランプ専門店です。
どこよりも豊富なラ・ベルジェ製品の品揃えでお客様にご好評を頂戴しています。
アンティークコレクションにも力を注ぎ、Lampe Berger コレクタークラブ
(Club des Collectionneurs de Lampe Berger) の日本で唯一の会員です。

期間限定 SUPERゲリラ企画

人気のオイルやランプが
お気に入りの香り、まと
め買いでお得にGET♪
大人気4本セット

お好みの香りとお得になる香
りをどちらも楽しめる大人
気セット!

株式会社イマリ
代表取締役社長 久保雅也さん(25)



17歳で家業を継ぎ、佐賀県一の楽天ショップ運営者に。アロマランプの
販売会社、株式会社イマリの代表取締役社長 久保雅也さん(25)は月商
3千万円を売り上げる。そのトライ&エラーの積み重ねと経営哲学を聞いた。
久保さんが、母親が運営していたアロマランプの販売サイトを引き継いだのは
17歳のとき。「スタッフが辞めて、あんなに入れ方、消し方も分からず、コンセン
タやっつて、と泣きつかれて。当時はパソ
コンに触ったこともなかったです。電源

トを抜いていました」と笑う。
寝る間もなくメルマガ作成
当初は自社サイトで販売していたが、
ネット通販大手・楽天に出店。これがサ
クセスストーリーの端緒となった。最初
は家に帰ることなく、ひたすらパソコ
ンの前で仕事をしていった。「人よりも頭
が良くないので、人の何倍も時間を掛け
なくてはいけない。他店が寝ているとき
にメルマガを作る。無我夢中で仕事をし
ていました」と振り返る。お客さまへの
メールのやり取りは毎日平均100通。
久保さん自ら返信する。プライベートな
相談が寄せられたり、プレゼントが贈ら
れてくることも。「ネット通販は究極の
対面販売です。顔と顔を合わせていない
が、相手のことが分かってやりとりをす
る必要があります。口コミで店のファン

になってもわからないと客層は広がらませ
ん。ネットだからこそ、より丁寧に分か
り易く接客する必要があります。」
インターネットは常に変化する世界。
1年でノウハウが変わる。個人の知識だ
けでは限界がある。久保さんの大きな味
方になったのが「楽天大学」だ。「メル
マガの作り方や商品写真の撮り方など基
礎的な技術の習得から、基本的な経営方
法まで、自分たちの規模に合わせて教え
てくれました。また先輩店長たちとの
交流から大きなヒントをもらいました」。
楽天出店から3カ月で月商500万円
を達成した。
順調に売上を伸ばしていたが、大きな
挫折を味わうこととなる。当時、15人い
たスタッフのうち10人が一度に辞めたの
だ。「徹底的にチームビルディングの研
究をして、今までの会社運営の方法を見
直しました。当時はあらゆる数字をブ
ラックボックスにしていたが、今は
仕入れ値などほとんどをスタッフ間で共
有しています。残った5人のスタッフで
頑張って、翌月、大量退職前を超える過
去最高売り上げを実現しました」。この
経験は久保さんの経営思想に大きな変化
をもたらした。社内コミュニケーション
を重視。休憩時間にも給料を払い、一緒
にゲームなどをしながら新しいアイデア
が出る環境を整えた。「以前は呑み会を
してもまるで葬式のような暗い感じでした。
今ではスタッフが旦那さんやお子
さんをつれて参加します。自分が長期出張
している間に、スタッフの判断でスマホ
用のサイトを立ち上げていたこともあり
ました」と進化を実感している。

「トンガリ」が必要
「お金だけが目標だと、最初は頑張れ
ても続かない。誰のために何のために
やっているのか。日本一痛い成長痛を経
験したスタッフともにお客さまに喜ん
でいただくことを目標に仕事をしていま
す」。楽天は今、海外進出に力を入れて
いる。久保さんのお店もフランス出店
する5店舗に選ばれた。「佐賀オリジナ
ルの技術である有田焼を使って、アロマ
ランプの本場で勝負する。そのために
は、自社の強みを徹底的に「深掘り」す
る「トンガリ」が必要だと思っています。
今からはアロマを通じて癒しのコミュニ
ケーションを売ること目標にしていき
ます。生まれ育った佐賀から癒しの文化
を発信していきたいです」。
「元々、ネットビジネスが得意な人は
いません。人を喜ばせるのが好きな人
は何をやっても成功します。パソコンが
得意な人がうまくいくわけではありませ
ん。目の前のお客さまを喜ばせるのが得
意な人が向いているのではないでしょ
うか。ネット販売で5年連続月1千万円以
上を記録しているお店は全体の0.1%
以下です。本職以外で片手間で、という
のが一番失敗するパターン。借金だけが
残った、ということになるので中途半端
な考えで参入するのはやめた方がいいで
す」。さまざまな経験を乗り越えた久保
さんからのエールだ。

応募
プレゼント



優光泉酵素 お試しセット
(180ml × 2本) **10**名

〒840-0826
佐賀市白山2丁目7-1 エスプラッツ3階
[MOTEMOTE さがプレゼント係] まで
メール / info@motemote-saga.jp
必ず「お試しセット希望」とご明記ください

応募締切 / 6月10日(日) 消印有効

飲んでいただければ分かってもらえる。
確信があったから 踏ん張れた



売れ筋 No.1
3日間断食完全サポートセット
(梅・スタンダード)



創業昭和63年!九州の佐賀県で20年以上の歴史のある断食道場酵素飲料「優光泉」を飲むと簡単に断食(ファスティング)ができます

断食道場
DANJIKI DOJO SHOP

お問い合わせ専用フリーダイヤル
0120-998-255

断食(ファスティング)をサポートする断食用酵素飲料(国産)「優光泉」 ¥40 5,000円以上で送料無料!!

創業24年の信頼と実績
100%純国産
超きのこ自然な甘さ
60種の野菜・果物・海藻
などをキユーと製精!

定期購入がおおすすめです! 送料無料で手数料無料!!
お申し込み者1000人以上!!一回目から割引になって、いつでもやめられます!!

芸能人も愛飲中!!
最安値!! **7,300円(税込)**
当店標準価格8,925円から

キレイになりたい! 健康になりたい!
もっと痩せたい!
という、すべての方々に、体験していただきたい!
無理しない、我慢しない、つらくない「酵素断食」

ダイエットしたいけど...
どうしても食べてしまう方 **必見!**

(株)エリカ健康道場
代表取締役 北島昭博さん(42)



「頭を抱える北島さんは地元銀行が
開催したネット通販セミナーに参加。そこ
で楽天を紹介される。「楽天には以前から
興味があったんですが、初期投資も大きい
のでちょっと悩んでいました。自社サイト
がうまくいかなかったこともあり決断しま
した」。楽天のサイトを見ていて、旧知の
久保雅也さんのサイトを見つけ、早速相談。
「甘くないですよ」との久保さんの忠告。「甘
いところか、これで生計立てないとヤバイ
という思いがありました。話を聞いてすぐ
に資料請求。お金を借りて初期費用を賄っ
た。」

楽天大学に参加し、かじりつくように勉
強した。「久保さんの成功事例が聞けたのが
大きかった。これでコケたら店を畳んで就
職、との覚悟でした」。主力商品はダイエッ
ト用の酵素飲料「優光泉」。認知度のないオ
リジナル商材を売るために戦略を考えた。
本来は3600円するものを1000円
にした「お試しセット」を販売。新規客を
つかみ、商品の感想が増えて、信用力がつ
く、という作戦だ。しかしお試しセットは
売れば売れるほど赤字になる。最初は辛
抱と覚悟を決めた。

最初の月に売れたのは8セット。そこ
から売り上げが上がり数カ月後には月商
100万円を超えた。しかし売れたのは「お
試しセット」が中心。「赤字がとんとん膨ら

楽天で酵素飲料を販売するエリカ健康道場代表取締役・北島昭博さん(42)。
実家が経営する酵素風呂を中心とした健康道場を引き継いでから、ネット
ショッピングに活路を見出し、月商1000万円を超える売り上げを維持し
ている。

危機感からネット参入

エリカ健康道場は北島さんの父親が経営
した「エリカ園芸」が母体となっている。「エ
リカ」とは花の名前。花に優しく、環境に
優しい肥料を模索していたところ、「発酵」
という自然の力に出会う。

「発酵」を独自に研究していくことで、や
がて「酵素」の力を理解し、それが「酵素
オガクズ温浴」や断食道場になっていった。

北島さんが同店を引き継ぎ10数年経営し
ていたが、4、5年前から逆風が吹き始めた。
「岩盤浴が大ブームになり、お客さんが約
3分の1に減りました。新たな展開を模索
して、ネット通販にたどり着きました」と
北島さんは打ち明ける。

パソコンに詳しいわけではなかったが、
独学で自社ホームページを立ち上げネット
通販を開始した。「お客さんはさっぱり来
なかった。月商1000円の時もありま

みましたが、手ごたえを感じました」。出店
から1年。楽天が開催した企画「おためし
GP」に勝負をかけた。この企画に合わせ、
お試しセットをさらに値下げし、おまけも
付けた。さらに大きな賭けに出る。「楽天
のメールマガジンに広告を出しました。決
して安くはなかったのですが、ここが勝負と
ころだと思って。結果は部門別1位。まだ
店舗数もそんなに多くなかったため、無理
してでも上位を、という狙いでした。その
効果は絶大だった。アクセス数は急増。な
によりもネットでの信用力につながる「レ
ビュー数」が増えた。良い循環を生み出し
月商300〜500万円をあげるようにな
る。

「ミキティブログ」が「神風」に

出る杭は打たれる。いろんなしがらみの
中、「お試しパック」の値段を上げざるを
えなくなる。大きなショックを受ける北島
さんに幸運の女神が手を差し伸べた。「こ
ちらから何も仕掛けていないのに注文が大
量に入るようになりました。後でタレント
の藤本美貴さんが自分のブログで紹介して
くれていたことが分かりました。しかも写
真入りで1週間くらい酵素ダイエット体
験記を掲載していました。ちょうど結婚前
という状況でたくさんの方がブログをご覧
になったようです」。この時、一気に月商
1000万円を突破した。ただの幸運では
ない。新規客の開拓を果敢に仕掛けたから
こそ、有名人のアンテナにもひっかかった
のだ。

とはいえ「神風」は持続しない。翌年春
までは「ミキティ」超えを果たすことはで
きなかった。そこで一念発起。楽天大学の
月商1000万円以上を目指すコースを
受講する。そこで指導をもとに、徹底的
な見直しをおこなう。「ホームページのデ
ザインやメール対応など、忙しくておざな
りになっていた部分を徹底的に改善しまし
た」。徐々に月商を上げ、コンスタントに
1000万円超えを果たす。

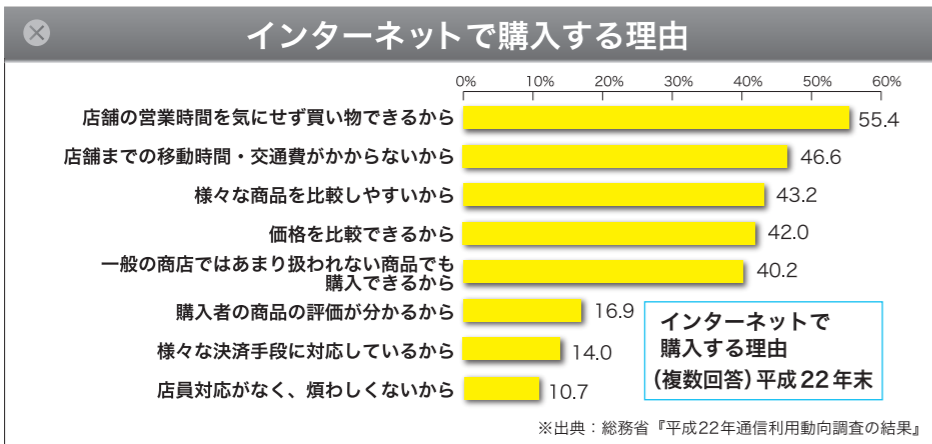
2010年秋には民放のTV番組で「酵
素飲料」の特集があった。翌日には電話が
パンクするほど注文が殺到。この時に過去
最高の月商を上げた。「酵素飲料で検索した
ら、当店が2、3番目に表示されていたの
で、お客をつかむことができました」。こ
れまでの準備が大きな波を逃さなかった要
因だ。

もちろん、販売する酵素飲料自体が魅力
的な商品であることも見逃せない。「ずっと
前から扱っているのに、信頼性が高いです。
野菜をメインに60種類の食物を使っていま
す。95%は九州産の原材料です。もちろん
無添加。同程度の商品と比べてリーズナブ
ルなところも好評を頂いています。飲んで
頂ければ分かってもらえる、という確信が
ずっとありました」。商品力に自信があっ
たからこそ、厳しい局面も乗り越えること
ができた。徐々にリピート客が増え、定期
購入者は約1000人。だいたい月1回
のペースで購入するという。

「ネット通販をする前から積み重ねた、
お客さんとの対話がすく役に立っていま
す。お客さんがどういう悩みを抱えてい
らっしゃるか、たくさんさんの事例を知って
いるので、メールでの質問に答えられます。
またレビューの厳しさに鍛えられる部分も
あります」。

「ネット通販も参入企業が増え、厳しい
時代を迎えています。一番大事なのは人の
話を素直に聞くこと。先輩たちや楽天のサ
ポート体制をうまく使うことが大事です。
今後も地道に全国へ、この商品を広げてい
きたいと思っています。ネットは現状に満
足したあつと言期間に埋もれてしまう。
常に同じカテゴリーで上位にいるように、
いろんな仕掛けを考えていきたいですね」。

4 いつでも手軽に賢く！ ネット通販する理由

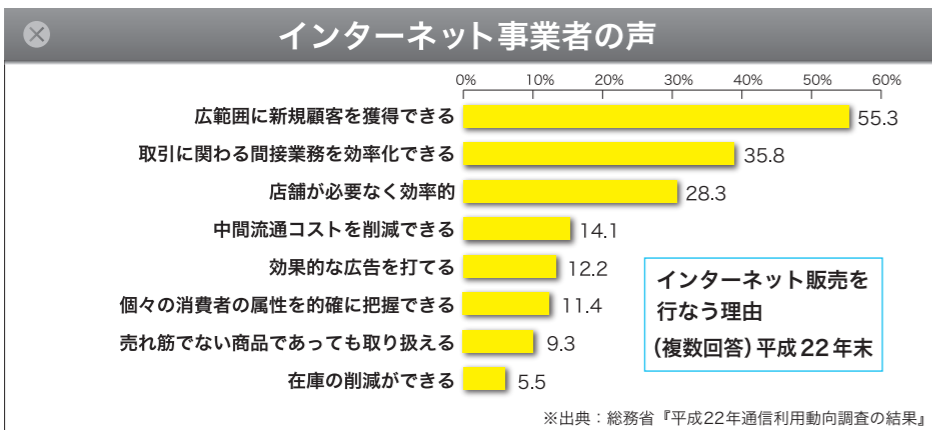


いつでも、どこでも賢く購入。総務省の「平成22年通信利用動向調査」によると、インターネットで購入する理由(複数回答、17957人)の第1位は「店舗の営業時間を気にする必要がない」で55%。続いて「店舗までの移動時間、交通費がかからない」が46%。「様々な商品を比較できる」「価格が比較できる」がともに42

～43%だ。

つまり、自分の好きな時間にいつでもアクセスが可能で、商品そのものや価格が比較できるので、効率的に欲しい商品を手に入れられることにメリットを感じる人が多い。これは働く時間の多様化や、良いものをより安く、という今の消費者マインドに合致している。

5 ターゲットは世界まで



ネット出店のメリットは立地条件を選ばず、商圏が世界まで拡大、低コストで運営可能、市場自体が成長中、の4つをあげることができる。

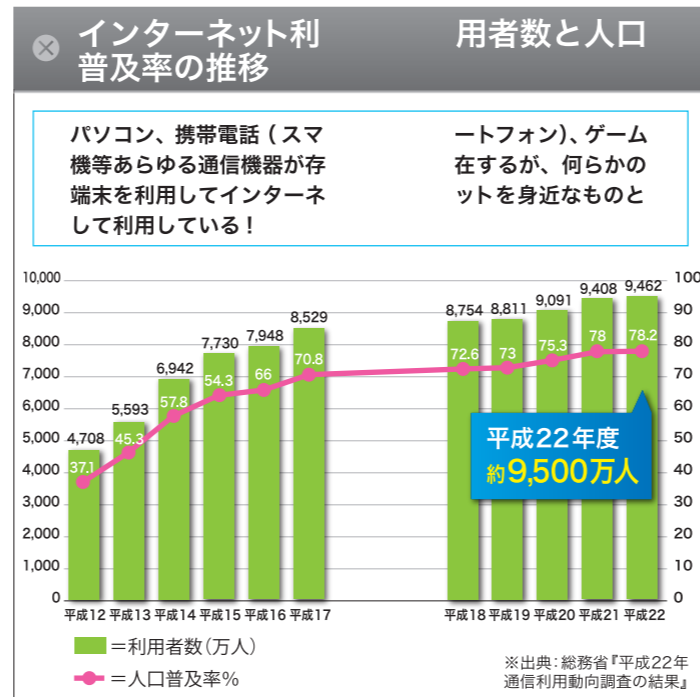
実店舗であれば立地条件が大きなウェートを占める。ネットであれば佐賀だろうが東京だろうが運営する場所は関係ない。またネット上のスペースをどんどん広げることが可能だ。

一般的に実店舗の商圏は約2キロ圏内といわれている。対してネットは日本全国はもちろ

ん、世界各国からのアクセスも期待できる。地方都市に埋もれていた隠れた商品が世界からお取り寄せ、ということが期待できる。

家賃など実店舗では必要とされるコストと比べると、ネット出店は圧倒的に低コストで運営することができる。また、市場そのものが成長し、消費者もネット通販で購入することに抵抗感が少ない。不景気だからこそ、外出せずに「イエナカ」消費が増えていくことが予想されるなど、市場そのものに将来性があることもチャレンジをおススメする理由だ。

2 インターネットが普及！ 万人が利用

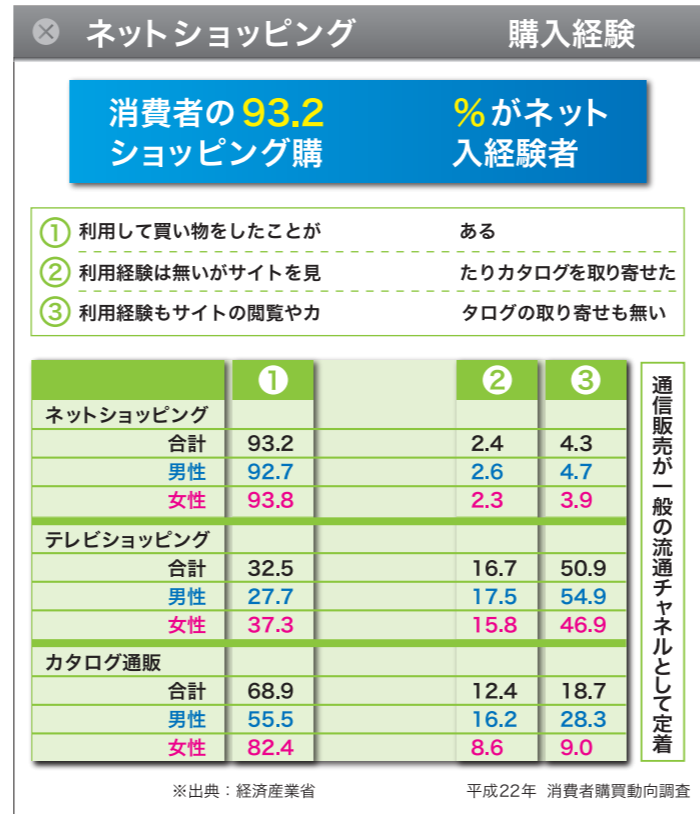


パソコン、携帯電話(スマートフォン)、ゲーム機等あらゆる通信機器が端末を利用してインターネットで利用している!

スマートフォン)、ゲーム機などあらゆる通信機器でのアクセスが可能になったこともあり、インターネット利用者数は2010年度末で9500万人に上った。

EC市場を後押ししているのがインターネットの普及。パソコンだけではなく、携帯電話、スマートフォン、ゲーム機などあらゆる通信機器でのアクセスが可能になったこともあり、インターネット利用者数は2010年度末で9500万人に上った。日本の人口は約1億2000万人。乳幼児と高齢者をのぞくほとんどの人がネットに触れた経験があるといえる。

3 もはや消費者の93%が経験



経済産業省の2011年消費者購買動向調査(インターネットを使用して消費者約100万人に電子メールでアンケート実施。性別、年齢、地域など属性を考慮し3000人分のサンプル収集)によると、消費者の93%がネット通販を経験。ちなみにテレビ通販は32%、カタログ通販は69%。この調査がネットで行われていることを割り引いて考えても、圧倒的な数字だ。

ネット通販の平均利用回数は5.7回。平均利用金額はなんと5.13万円にも達する。また利用回数が多いのは男女とも40代だった。

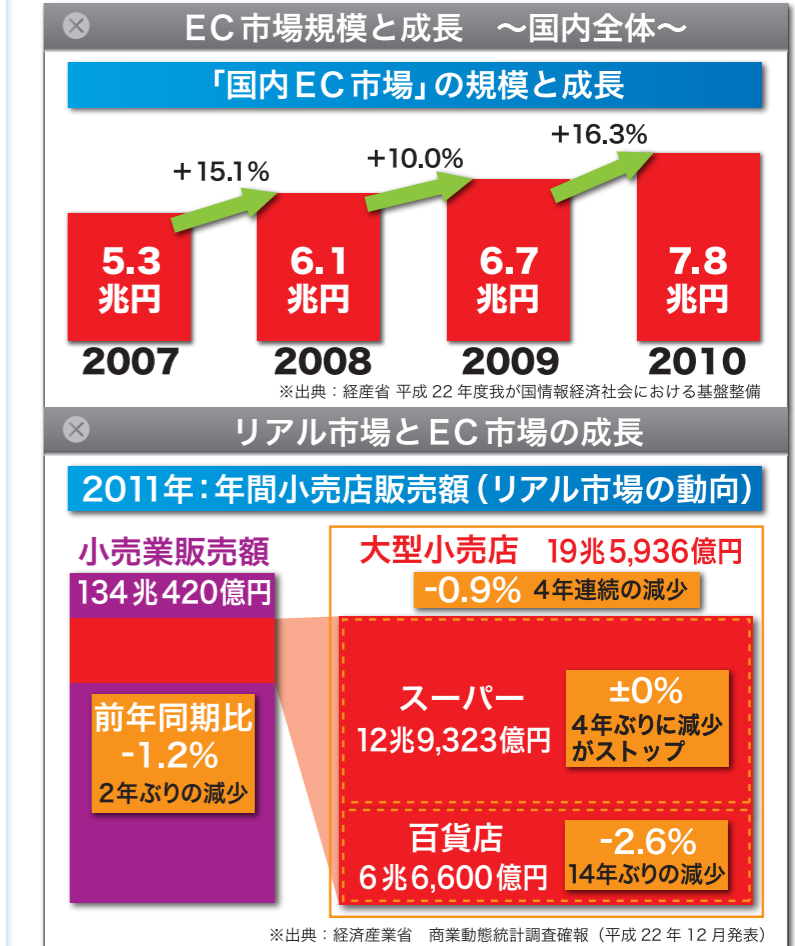
5 今まさにECサイトの理由

1 不景気どこ吹く風 毎年10%以上の成長!!

国内消費低迷の中、ネット市場は絶好調。不況に関係なく成長し続けている。

2007年に5.3兆円だった国内EC市場は、毎年10%以上の成長。2010年には前年比16.3%増の7.8兆円を記録した。右肩上がりのスピード成長だ。最大手の楽天市場は毎年20%近い成長を続けており、10年には流通総額9000億円を記録。さらに翌年には年間取扱高が1兆円を突破。5000億円突破には10年7ヵ月かかったが、それからわずか4年で大台を超えた。

楽天市場の出店店舗の中で、一度でも月商500万円を超えた実績



のある店の数も急増。11年には約6500店が達成した。なんと前年比1000店増だ。1億円を達成したのも123店舗と、前年比23%アップ。

2011年の年間小売店販売額(リアル市場)は134兆円。これは商店のほか、コンビニや自販機までを含んだ数字。前年同期比-1.2%で2年ぶりの減少となり、EC市場の成長とは対照的に縮小傾向を見せている。そのうち百貨店販売額は14年連続の減少となる6兆円。EC市場が逆転している。