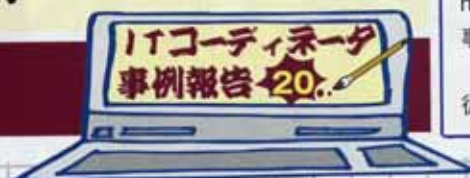


# 社長の気づきで会社が変わる

## 「物創り」ストーリーを描き続ける ネットショップ ～ヤマト工芸のIT活用～

### ● 会社概要

株式会社ヤマト工芸  
住所：福井県鯖江市蒔生田町  
19-40  
代表取締役：高野利明  
電話：0778-65-1158  
FAX：0778-65-1171  
https://yamatokougei.com/  
事業内容：雑貨・漆器の製造・  
販売  
従業員数：30名



福井県鯖江市にある株式会社ヤマト工芸は、昭和二十二年に個人事業として創業した後、四十八年に漆器の製造業者として法人化した。漆器の市場が縮小する中、平成十四年頃から新規事業として、雑貨の分野に参入する。中国の低価格な製品が普及する厳しい環境の中、漆の「伝統」「手作り」にこだわりつつ、現代風のモダンな「デザイン」を核に、「yamatojapan」ブランドを立ち上げた。主に二〇一三〇代の女性の心を掴んでおり、多くのリピーターやボランティアのアフェリエイトを生みつつ市場を広げている。現在は、三代目の高野利明氏と後継者である高野健太郎氏が経営を行っている。企業理念は、「ヤマト工芸の健全な成長とお客様に夢を届けて喜ばれる物創りを目指す」としている。

### 「作る」から「創る」へ (ネットショップ参入の経緯)

新規の市場参入を開始した当時、「低価格な中国製品に勝つ」「自社技術の核である漆の活用をする」ことを考え、当社の道筋として、「漆と雑貨の

融合」と決めた。当時は、雑貨も漆器も国内での生産が減少しつつある時期であり、「両者の融合した商品」の市場は皆無に近い状態であったといっても過言ではない時期であった。

この時期に、下請け製造業としてのノウハウが少なく、商品開発や販路開拓のためのノウハウも持たない当社が、試行錯誤しつつ、新商品と新市場を創ることから事業はスタートした。素人ながら、デザインを創り、試作品を創り、東京のギフトショーに出展したが、成約に結びつくことはなかった。しかし、来場者の多くの反応は良く、手ごたえを感じていたという。これを成果に結びつけるために模索していたところ、インターネットによる販売を勧められ、開始したのが、ネットショップ参入へのきっかけであった。

最初はYahoo!のショッピングサイトへの出店を行ったが、検索エンジンの結果が上位に表示されることはほとんどなく、アクセス数も少なかった。同時に、自社運営の手作りネットショ



後継者の高野健太郎氏

ップサイトも手がけた。ショッピングサイト出店の主な目的は、「ネットショップのノウハウを習得する」「ブランドの認知を広める」「自社サイトへの誘導を行う」ことであったが、自社運営のサイトは、将来のメインサイトを創るためのものであり、独自展開する礎を築くためのものであった。

次に、集客数を増やすために、ネット広告として、オーバーチエアを利用した。一般的な商品であり、競合の多いキーワードを用いたため、広告費用が高くついたが、サイトへの誘導は成功し、アクセス数は伸びた。特に、Yahoo!のショッピングサイトよりも、自社運営サイトには、大手の卸や小売業者からの問い合わせも来た。他には類を見ないモダンなデザインと、技術と漆を利用した雑貨が目を引いたようであった。

また、継続しているギフトショーへ



工場の外観



の展覧は、ネットショップとの相乗効果を大きくしていた。

**「遊び心」を加えつつも、「お客様」が喜ぶ仕組みを創る（リピーターを増やす仕組みを創る）**

ネットショップの悩みは、「集客」に尽きる。「雑貨」という特性上、「リピーター」の獲得が難しい。当時は、「ダストボックス」がヒット商品であり、主力商品であった。用途や使用期間を考えれば、再購入を検討するのは、何年も先のことである。そこで、再来訪を促す目的で始めたのが、アクセスカウンターのキリ番によるプレゼントである。



企画委員会でアイデアを提案

これを採用した理由は、①「手作り」ホームページとはいっても、パッケージソフトを基本にしているため、難しい技術は導入できなかったこと②アクセスカウンターの仕組みは無料で、手軽に導入できたこと③「お客様」にとっても、明確でわかりやすい基準だったことである。

これにより、一度でも来訪していただいたお客様がカウンターを見るために来訪することが多くなり、新商品の告知が効果的にできるようになった。

**「見える成果」がやる気と商品を創る**

ヤマト工芸の大きな特徴は、商品開発にもある。年間一〇〇種類以上もの新商品を創っているのにもかかわらず、専属のデザイナーは一人のみである。一人で賄いきれない数であることは、一目瞭然である。雑貨事業を担っているのは、会社の将来を担う若手の技術社員が大半である。彼らによって、定期的に新商品の企画委員会が開催され、アイデアの提案・試作が行われている。

最も注目すべきなのは、技術者がアイデアを考えているがゆえに、試作品もすぐに製作することができる。しかも、でき上がった試作品は、すべて審査の対象となり、掲載の基準がクリア



工場内にある企業理念

されれば、自社運営のネットショップにすぐに掲載されるという点である。

目の前で、自分の考えた商品が販売される、そして、売れる。これが大きな喜びとなり、若手のモチベーションを大きく向上させている。さらに、開発した商品は、売上に応じてインセンティブ（報酬）が付与される仕組みとなっている。

**徹底した「お客様重視」が、根強いファンを生む（プラスの連鎖を創る）**

販売数が増えれば、問い合わせやクレームの数も増えていく。少しの傷も、パッケージの不出来も、輸送上のトラブルも、すべて返ってくる。これを一人で担当しているのが、角谷さおり氏である。お客様の立場に常に立ち、どんな些細な質問もクレームも真摯に受け止め、親切丁寧に対応している。

ネット販売だからといって、メールの対応だけで終わらせない。必要とあ

れば、電話やFAX、はがきなどの手法を用い、連絡を行う。会社側に非がなくとも、お客様の訴えに応じて、商品の送付も行う。微妙なサイズ変更もリーズナブルな価格で請け負うことも行い、会社の誠意を示している。

**今後は、お客様とともに創る**

良い商品は、お客様の要望から生まれる。その要望を形にするのは、社員である。お客様との良い関係を築いてきた当社は、新商品に関する要望もインターネットやアンケートを通じて寄せられてくる。今後は、商品創りにお客様とともに参加ができる仕組みを創り、より喜ばれる「物創り」を提供していきたいと願っている。そのため、仕組みをネットショップ・ホームページで実現したいと思っている。

（ITコーディネータ 下城園代）

問い合わせ先

ITコーディネータ協会

東京都港区芝公園一―八―二一

芝公園リッジビル7F

電話：〇三―五七三三―八三八〇

URL: <http://www.itcor.jp/>