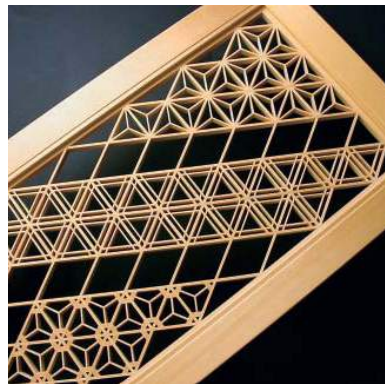


## 忘れ去られそうになった「組子」を ネットショッピングで復活



←商品の一例と設置例。

ここに一葉の写真がある。昭和41(1966)年、子どもの誕生を記念して撮ったものだ。父親は後に、建具職人最高の栄誉である、全国建具展示会で内閣総理大臣賞を受賞した谷端敏夫氏。この受賞により、組子を使った障子など



↑母親に抱かれているのが、後の…。

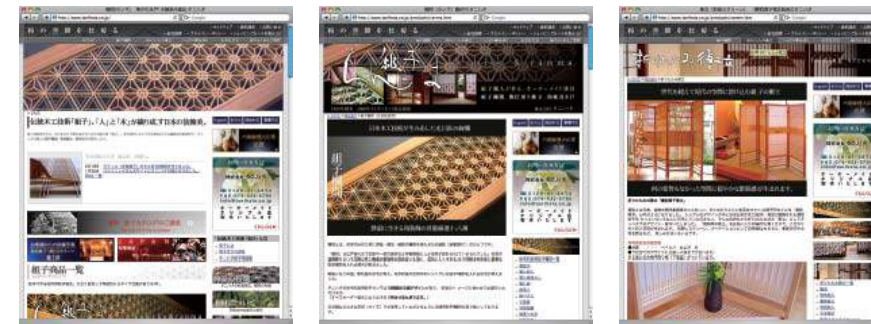
の注文が格段に増えた。夫婦の子どもはカンナグズをおもちゃに育った。その子こそが谷端信夫社長だ。親の背を見て育ったせいか、子どもの頃から家業を継ぐことを決めていたという。

その後、時代の変化と共に平成の初め(1990年)頃から組子の需要が激減し、東京で就職していた信夫氏は、家業を盛り上げるために帰郷したのであった。「取引先や同業者が、相次いで倒産・廃業し、親父は成すすべもない、といった様子でした」と谷端社長はUターン当時を振り返るが、売上げ回復は容易ではなかった。

まず、取組んだのが組子を洋風間仕切りにアレンジして試作品をつくり、ホームセンターや百貨店、家具店などに飛び込み営業を展開。東京や大阪への日帰りの出張を、週に2、3度こなした。また、地元経済団体のサーバーを借りて自社のホームページも開設。洋風間仕切りも紹介した。

飛び込み営業の方は、徐々に成果が現れたが、ホームページの反応は、資料請求が数件あっただけ。売上げにはまったく結びつかなかった。

そんなある日の事。テレビを見ていると「あるキムチ屋が楽天に出店して、ネット経由で月平均200万円売上げるよ



← 専門家の意見を反映しながらリニューアルし、また日々の更新もこまめに行っている同社のホームページ。

うになった」と紹介したのだ。「この話は信じられませんでした。でも社長が笑顔で答えていたので、本当かもしれないと考え直し、ネットショッピングを真剣にやろうと思ったのです」(谷端社長)

### クレームも閲覧できるホームページ

さっそく楽天に出店を申し込んだ。そして、インテリアやガーデニングに使える商品「ラティス」を中心に、キムチ屋のレポートを見た1カ月後にはネットショッピングを始めた。

「ひと袋数百円のキムチで月平均200万円なら、ウチでは…」と暗算し、「これで経営を立て直せる」と安堵の気持ちが芽生えた。ところが捕らぬタヌキのなんとやら。最初の1年は月平均の売上げは10万円前後。年間を通してキムチ1カ月分の売上げに満たなかったのだ。おまけに「梱包の仕方が悪い」「伝票がわかりにくい」とクレームが頻りに舞い込み、その対応に追われた。

「従来の客先である建具屋さん商品に納める時と同じ梱包にしたところ、お客様は、“なんと簡素な包装か”と思われたのでしょう。緩衝材の使い方や包装の仕方を工夫していくと、梱包に対するクレームも減ってきました」と谷端社長は振り返り、「当社は、お客様のクレームに育てられたようなものです」と続けた。

また谷端社長は、楽天に出店したホームページのコーナーごとのアクセス数を調べてみた。すると驚いたことに商品の紹介コーナーよりも、使用例(施工例)写真や使ってみてのお客様のコメントコーナーの方が、アクセス数は格段に多いことがわかった。

「ホームページをご覧になっている方は、“この会社は信用できるのか”“安心してこの商品を使えるのか”、に何より関心があるのでしょう。そのため、先に商品を買われたお客様の意見を参考にしているのではないかと、思いました。それに気づいて、使用例写真の投稿コーナーを充実させました。また、お客様からのクレームも、ご指摘の点は改善し、削除せずに他のお客様も閲覧できるようにしました」

今でこそ、「この判断はよかった」と語る谷端社長である

が、当時は相当悩んだようだ。しかし「お客様に隠さないことが大事」と判断してクレームも閲覧できるようにしたという。そしてホームページの閲覧状況を把握してからは、更新もこまめに行うようにした。

### 成約率を1%上げる工夫を

ネットによる受注は徐々に増加し、かなりの金額になるまでに至った。この背景には、先の楽天出店の他に自社サイトを新たに立ち上げた(18年3月)ことがある。その制作には、ネットショッピングに詳しく、当機構の専門家派遣制度にも登録しているN氏の協力を得、全体の構成を検討。組子を取り入れたらどのように雰囲気が変わるのか、いかにお店や部屋の演出ができるのか、という点にポイントを置いてコンテンツをつくと、企業からの問い合わせが多数入るようになり、売上げアップに弾みをつけたのだ。

ネット経由の売上げは、かのキムチ屋の3倍を超え、今度は取材を受ける立場になった。また同社のビジネスモデルは、経済産業省の「IT経営100選 最優秀賞」(平成18年)、「中部IT経営力大賞2010」(22年)などに選ばれた。さらには、盛んに「ものづくり」に取り組んできた姿勢が評価されて「元気なものづくり中小企業300社」(21年)にも列せられるようになった。

これら模索を通じて、谷端社長は当機構のTOYAMAインターネット活用研究会などにも積極的に参加し、ITビジネスに詳しくなった。また当機構の専門家派遣制度を活用して、ネット経由の売上げをさらにアップすることも試みた。

「皆様からたくさんのアクセスをいただいておりますが、結構、取りこぼしも多い。成約率を1%上げるだけで、売上げは格段にアップする。サイトの構成や表現の仕方を工夫することによって信頼度が増し、受注率が上がるかもしれませんから、専門家の指導を受けてみようと思ったのです」

これは、見えないお客様からの信用を得ることに腐心してきた、谷端社長ならではの言葉。当機構が派遣した専門家はこれに答え、ネットマーケティングの観点からホームページの一部修正を勧めたところだ。

#### 支援内容

● TOYAMAインターネット活用研究会  
● 専門家派遣事業



和の組子(くみこ)に洋の要素を折り込んで生き残りを図った谷端社長。

#### profile

**所在地** 富山市上赤江町1-7-3  
**代表者** 谷端 信夫  
**資本金** 2100万円  
**従業員** 14人(パート含む)  
**事業** ラティス、間仕切り(衝立、パーテーション、フェンス)、組子欄間など、組子技術を生かした間仕切りの製造・販売  
**TEL** 076-441-2820  
**FAX** 076-432-2795  
**URL** <http://www.tanihata.co.jp/>  
<http://www.rakuten.co.jp/tanihata/>