



茨城のネットショップの情報交換と交流の場「どっとこむいばらき」

会長 杉山 勉

<http://dotcom-ibaraki.jp/>

「ふるしきや」の運営紹介 (後編)

風呂敷専門のネットショップ「ふるしきや」さん紹介の後編です。水戸商工会議所のHPにバックナンバーを掲載していますので、ぜひ前号からお読みください。

三、ウィットに富んだページ作りをする。

真面目な商品説明やウンチクだけのページにはしない。具体的に言うところ、前回ご紹介した「シルエットクイズ」がよい例です。

その他、サイトを見ていくと、「今、明らかに」ふるしきやの謎」と題して「ふるしきや家系図」なるものが載っています。その解説には「現段階で判明しているふるしきやの華麗な

「家系」はここまで。現在も多くの研究者がこの家系を調べていますが、正確な記録が少なく、今でも謎とされています。「ふるしきやの家計」はたいたことはないのでありますが、ありません。こんなちよつとした遊びが、いろいろ見受けられます。

これら三つのコンセプトは「ふるしきや」さんのトンガリ(お店の強み)にもなっています。

最近、楽天市場で風呂敷を扱う競合店が増えているようですが、まだまだ専門店が少ないのです。また商品点数は増やせても、風呂敷の歴史や日本の伝統、風習について教えられるお店はなく、遊び心がなくなただ商品売れるだけのページでは、お客様はいいお店ができると思われがちです。

ということとコンセプト、言い換えると稔之さんの思いが、「ふるしきや」さんを競合店から際立たせたお店にしています。

ところで「ふるしきや」さんの顔は、店長である千恵子さんです。風呂敷の専門店として、お客様からも、楽天市場からも評価されているのは、千恵子さんの存在が大きいです。

楽天の【最年長店長】現在七十七才)として、ご自分で品揃えをし、メールに返答する。また日本の伝統や風習に深い知識を持ち、お客様の質問にお

答えする。ですから、お客様の信頼は絶大です。東京などから、わざわざ千恵子さんに会うために、お客様が常陸大宮の店舗まで来られることもありま。観光のついでに会いに来るのではなく、会いに来たついでに袋田の滝などを観光していくそうです。

このように、千恵子さんの存在が「ふるしきや」さんのブランド構築に大きな威力を発揮しています。楽天でも注目を集め、マスコミからの取材も多く、先ほど述べたように出版も実現しました。店長としての千恵子さんと、運営者としての稔之さん、親子二人の絶妙な役割分担も「ふるしきや」の特徴であります。

改めて「ふるしきや」さんの成功要因を挙げると、以下の三つになるのではないでしょうか。

- 一、風呂敷というニッチな商品での専門性の発揮。
- 二、店長の千恵子さんを前面に出した巧みなブランディング。
- 三、運営責任者の稔之さんの巧みなイベント戦略。

そして「ふるしきや」さんの存在は、地方の中小企業に大きな希望を与えてくれます。都会から離れた地方の都市でも、最新の流行の商品でなくてもネットでも成功できるということを証明してくれた功績は大きいと思います。

福井県の例ですが、経営不振で苦しんでいた繊維業から転身し、そのノウハウを活かして成功した企業があります。株式会社シアターハウスさんは織りの技術を活かし映写スクリーンを製造販売しているのですが、販路はインターネットのみです。福井県経営革新支援法承認企業になっています。シアターハウスの成功の大きなポイントは、インターネットで販売したことです。これらの例は、大きなヒントを与えてくれます。

今、経営に苦しんでいる企業や商店街などもインターネットの活用により、成長企業、活性化へ方向転換できる可能性があるということです。

最後に、「ふるしきや」さんの今後についてお聞きしました。

平成二十年九月にオープンさせた二店舗目の「ふるしきやヤフー店」の充実が一番の課題です。その後、独自ドメインの店舗(モールに出店するのではなく自社オリジナルの店舗)の開店を計画されているそうです。

ネットでの多店舗化といっても、以前ご紹介した「花工房」さん、「フラットクラブ」さんとは、また違う展開になるでしょう。ですからネットショップに関心のある方は、「ふるしきや」さんの動向には注目することをお奨めします。