

## インターネットを使った 画期的な販売方法

——インターネットを利用するきっかけは何だったのでしょうか。

尾藤 3年ほど前に、友人からノートパソコンを譲ってもらったことがきっかけだったのです。ホームページづくりなど遊び感覚ではじめたのですが、それが予想外にはじめの月から約7万円の売上があったのです。そこでもっと手を加え

(右) 兵庫区にある(株)サヌキ。(左上) 1日のアクセス数は平均200件。業者まかせでなく、こまめにホームページを更新する。左上商品の種類、料金などが詳細に明記している



て、売上もどんどん伸びていったのです。いまでは一日平均アクセス数は約200件ほどになっています。

——ホームページをつくる際に気をつけていることは何ですか。

尾藤 やはりお客さんにとってわかりやすいページをつくることですね。品物の種類、料金、注文の仕方などをできるだけわかりやすく示すことが大切ですね。実際には関東からの注文が多いのですよ。関西の人は店頭で直接値段交渉をして買ったがる傾向があるようですね。ホームページ内での商品検索など、システムの充実はほとんどん図っていききたいですね。

——インターネットでの取引ならではの工夫などはどのようなものがありますか。

尾藤 数量が増えると一緒に着回りの単価が安くなる数量値引きと、社名刺繍の無料サービスのふたつを売りにしています。うちの場合、トラブルを避けるため代金引換または先払いのシステムをとっています。そうなるとお客さんの側からすれば、受け取っていないものにお金を払うわけですから、当然

不安を感じます。その代わりに付加価値としてのサービスが必要になってくるのです。料金も相場のなかではいちばん安いぐらいにしているはずですよ。

——今後、さらにネットビジネスは重要になってきますね。何か新しい展開なども考えていますか。

尾藤 会社全体では年商1億円ぐらいいです。そのうち2000万がインターネットによる取引です。インターネットでの注文の割合は年々伸びてきています。いまの目標はネットでの年商1億円ですね。当面は作業服や白衣のみになると思います。これからはどの業種でも、いろいろなことに手を出すのではなく、狭く深く追求する時代だと思っています。いまの感覚では、世の中は2ヶ月に一度ぐらいの早いペースで大きく動いているように思います。その変化にどんどんついていかなければならないと思っています。あくまでも「ナンバー1」ではなく、「オンリー1」を目指していきたいですね。

これからはどの業種でも、いろいろなことに手を出すのではなく、狭く深く追求する時代だと思います。

