

# 「顧客の見える化」でニーズを掘り起こす ファンを増やし続ける下着専門ネットショップ

先代から続いていた衣料品量販店を閉店し、下着のネット通販に特化して成長を続ける株式会社すべてこ。3代目社長である笹原博之氏に成功の要因を伺った。

温泉地で知られる福井県あわら市にあるのが、下着専門のインターネット販売を行う従業員24名の企業、その名も「株式会社すべてこ」だ。

同社は、ネットショップ「すべてこねっと」において、下着やストッキング、靴下などインナー専門の商品を取り扱っている。アツギ、グンゼ、福助などの有名メーカーのものから、プライベートブランドの商品まで幅広く取り揃えており、現在、「すべてこねっと」は本店のほか、楽天市場店やYahoo店などの計12店舗を運営している。

## □ 地元密着の衣料品量販店から ネット販売専門会社へシフト

同社は、3代目社長である笹原博之氏の祖父が1946年に創業した衣料品店が前身であり、1974年に株式会社ささはらとして法人化した。

1995年、大学を卒業した笹原社長は大阪のアップル会社で商品管理や接客を学んでいたが、翌

1996年に2代目社長である父に頼まれ故郷に戻り、ショッピングセンター内で運営していた衣料品量販店で、本格的に経営に携わるようになった。この頃からインターネットに興味を持ち、ホームページ作成などを独学で学び、2000年にネットショップ「すべてこねっと」を出店した。

「下着を商材として絞った理由は、返品率の低さと、『下着は専門店で買いたい』というニーズがあると感じたからです」

試行錯誤を繰り返した結果、2008年頃からネット通販中心に舵を切ることを決意する。ある研修で、弱者の戦略と言われる「ランチェスター戦略」を知ったのが大きな転機となったのだ。

「うちのような小さな会社は、経営資源を集中すべきだということを教わりました」

2011年に社長に就任し、Amazonなどのショッピングサイトに次々と出店。2014年には実店舗を閉店し、ネット専門会社として現在の社名に変更した。



約52万人の顧客を持つネット通販では、下着の選び方や流行商品の情報なども発信し、ファンを増やし続けている。

元の実店舗を物流倉庫に改修し、商品・顧客管理システムを導入することで、受注から発送、在庫管理などにおいて、生産性を大きく向上させている。

## すててこ株式会社

福井県あわら市春宮 2-4-22  
TEL : 0776-73-5258  
HPはQRコードより

代表取締役 笹原博之(ささはら・ひろゆき)

1972年、福井県生まれ。1995年、甲南大学経済学部卒業後、大阪のアパレル会社に入社。1996年、父の営む同社に入社、2000年よりネット通販に参入。2011年に代表取締役社長に就任した。



## データによる「顧客の見える化」とファンをつかむ思いやりのサービス

同社の大きな強みは、顧客の目線に立ったファンづくりだ。

約52万人の顧客の購入頻度や購入金額のデータをもとに「優良現役」「流行現役」「初回離脱」など顧客を10分類にカテゴライズし、中でもリピート率の高い顧客層へハガキを送付する。通常のDMと異なるのが、割引クーポンやセールのお知らせではなく、購入のお礼のみを綴った手書きの礼状であるということだ。

「例えば、クーポンを使わず期限切れになった場合、『もうこの店で買うのは申し訳ない』という心理が働く傾向があります。私たちは純粋な感謝の気持ちを送りたいですし、その方が長くお店を愛用していただけたと考えました」

購入者への商品アンケートの回答者にも同様の礼状を送付しており、年間で約3000枚のハガキを発送しているという。

また、2019年9月からは、送料の値下げを実施した。480円だった送料を350円に下げた上に、190円のメール便を導入した。

その結果、少ない点数の商品を購入したいという潜在顧客の掘り起こしにつながり、注文件数が跳ね上がり、売上は大幅に上がった。

「『消費税増税を機にお客様にできないことがないか?』と考えたサービスです。平均客単価が下がるのは想定内で、予想以上に新たなファンが増えたことが大きかったです」

複数ECモール出店時の受注管理や発送処理、在庫管理、メール送信などの機能を一元管理できるシステムを事前に導入したことで、生産性は大きく向上した。

「増えた作業量による従業員の負担をどうやりくりするかを考えるのが経営者の役目。思い切った決断でしたが、成功したと思っています」

## 笹原社長の経営戦略

- ① 下着のネットショップに特化  
顧客の需要を汲み、衣料量販店から下着専門ネット販売へ移行
- ② 「顧客の見える化」  
ITを活用した顧客管理システムによるデータ分析をもとにリピーター層にアプローチ
- ③ 経営方針の共有  
社長の考えや個別の経営方針を手帳サイズの経営計画書にまとめ全社員が共有

### 下着専門商社 すててこ株式会社 2019 経営計画書

(第46期：2019.02.21～20)

部署

氏名

01	目次
02	会社概要
03	2019 組織図
04	社長の決意
05	2019 スローガン
06	送料への挑戦
07	2019 数値目標
08	直近の推移
09	2019 年度の実行
10	各リーダーへの指示
11	経営理念・企業メッセージ・ミッション
12	ビジョン・行動規範
13	基本方針の前に ~準備編・理解編~
14	基本方針
15	「ブランディングと1位作り」に関する方針
17	「お客様」に関する方針
18	「販売」に関する方針
19	「商品」に関する方針

毎年、笹原社長が新しい期の前に全社員に手渡す経営計画書。数値目標だけでなく、「お客様」「経費」「クレーム」など、さまざまな項目においての方針が示されている。

## 経営方針を共有し 株式上場を目指す

週単位で会議を行い店舗ごとに売上対前年比を管理するなど、毎期、経営計画書で社長の考えを可視化し、全社員が一枚岩となって業務に取り組む同社。2020年2月期における売上は約5億4,000万円と、10年前より約5倍に伸びている。

「現在の経営をよりよいものにしなが、新しい分野への進出も計画しています。そして近い将来、上場企業にするのが目標です」

革新的なアイデアと決断で顧客を増やし、躍進を続ける笹原社長の今後に注目したい。