

連載 地域発・全国区へ 遠赤青汁のWeb活用レポート

愛媛県で生産・加工した「遠赤青汁」製品を全国に販売する遠赤青汁。顧客と直接つながる重要接点となるのがWebサイトである。同社のCIOである渡部氏に、Web活用の実際を語っていただく。(編集部)

第1回 Webは接客+フォローアップ+クロージングまで担う



遠赤青汁株式会社
営業企画部・CIO 渡部一恵氏

〈会社紹介〉
遠赤青汁株式会社
愛媛県東温市則之内甲2225-1
URL: <http://www.enseki.com/>

遠赤青汁のWebサイトは、商品を販売するショッピングサイトとして1998年にスタートしました。当時は愛媛県でもWebを販売に利用すること自体が珍しく、テレビの取材が来たほどでした。取り組みは早かったと思います。現在はパソコンに加え携帯電話の性能もアップし、インターネット利用が生活に欠かせないものになっています。企業自身のサイトだけでなく楽天市場やヤフーショッピングなどショッピングモールを利用される方も増えました。

弊社のインターネット販売の内訳は、自社サイトが80%、残りの20%がモールやメールからの注文です。モールでの販売がほとんどという声を聞く中、健康食品という商材のためでしょうか、自社サイト率が高いのは大きな特徴です。Webには、メーカーとしての情報提供や商品販売、宣伝広告などの役割を持たせています。青汁のことをよりお客様に知っていただくための情報提供としてブログ形式で農場の様子を知らせる「今日のひとりごと」や「お客様

様の声」、過去にいただいたお問い合わせ内容に基づいた「Q&A」、青汁の成分や栽培方法などを紹介した「元気のヒミツ!」等のコーナーを設けています。健康食品を購入するお客様は総じて意識が高く、社会の動向やメーカーの姿勢に敏感です。テレビや雑誌で「青汁」を知り、ホームページで検索し、サンプルを取って確認した後、購入されるという方も少なくありません。弊社は多様な販売チャネルを持っていきます。百貨店で営業社員が直接お客様とお話をさせていただき、商品の説明をします。また、テレビショッピングに社長自ら出演し、商品説明や農場の様子などをアピールして多くの方に「遠赤青汁」をお伝えしています。その場で納得してお買い上げいただけるお客様もいらっしゃるのですが、さらにホームページで情報を吟味して、ようやく購入意思を固める方も少なくありません。つまり、接客しフォローアップ、そしてクロージングまで行うのがWebサイトなのです。

新連載スタート INTRODUCTION

会社紹介 愛媛県東温市 遠赤青汁株式会社

(中小企業IT経営力大賞2009 IT経営認定企業
四国IT経営応援隊「IT経営実践事例集2009」掲載)



高岡照海社長

農・工・商を自社で貫通し、納得の青汁を 愛媛から全国へ顧客とつながる!

「あの人のために、何とかしたい」—強い思いは人を動かし、大きな力を与える。「遠赤青汁」を全国に販売する愛媛県東温市・遠赤青汁の高岡照海社長は、アトピー性皮膚炎で苦しむ自殺した少女のニュースを見たことをきっかけに、青汁の事業化に踏みきった。自身も病院では治らないと言われた病を患ったことがあり、その際、青汁の原料であるケールによって救われた体験があったのだ。「ケールで人を助けたい。何としてもやらねば」との思いに駆り立てられ、ケールを栽培し機械を改良して、究極の青汁作りに没頭した。

今では畑でケールを有機栽培し、成分を損なわず食べやすい粒状にすべく自社工場加工。そして自らも全国の顧客に販売する。従業員は約20名だが、農・工・商をすべてこなしている。●インターネットは顧客との最終接点 成分分析をするとケールの優れた特性が明らかになったが、青汁は医薬品ではないので効能を明示することはできない。しかし、体験した人はその良さがわかり、健康意識の高まりや青汁製品の増加に伴い、認知度は上がっていった。24時間放送のテレビショッピング番組でも遠赤青汁は長年にわたる定番商品として紹介されている。高岡社長自ら登場し、栽培や生産過程、ケールの成分などをエネルギーシユに説明する。テレビ進出への契機ともなった百貨店での催事販売と合わせ売上は上昇。事業は軌道にのってきた。そして現在、高岡社長が最も注目するのがインターネット販売である。その理由を、「顧客とダイレクトに接することができ、製法や商品への考え方や様々な情報も伝えられる。そして経費を抑えられるのが何より」と言う。テレビや百貨店で商品を知った顧客がWebで詳しい情報を得てから購入するなど、複数あるチャネルの最終接点にもなっているのだ。



遠赤青汁の製造風景▶
四国地域代表として「中小企業IT経営力大賞2009」IT経営実践認定の表彰式に参加した渡部一恵氏

「愛媛という土地は温かさや安心した農産物のイメージにつながっている」という渡部氏は、地域性を生かし、全国の顧客とのつながりを強化しようと奮闘中だ。西部CIOの渡部一恵氏だ。支援機関や四国IT経営応援隊との関わりを深め、2009年にはITコーディネータの資格も取得するなど、前向きな渡部氏は、情報システム担当者ではあるが、営業の最前線に立つ立場でもある。「遠赤青汁の知名度をさらに上げるためWebをどんどん活用したい」と考える高岡社長の意図を理解し、研究に余念がない。