

# ネットショップ大賞<sup>®</sup> 2015 金賞に匠本舗

## 顧客満足度アップで2年ぶり受賞

ネットショップ運営支援サービスを手がけるEストア（東京都港区）が主催する「ネットショップ大賞<sup>®</sup> 2015 GRANDPRIX」の表彰式及び大交流会が6日、千葉県浦安市の東京ベイ舞浜ホテルクラブリゾートで開催された。

同イベントでは、Eストアが提供するEC（電子商取引）向けのカートシステム「ショップサーブ」を利用している全国約1万2千店のネットショップのうち、74社を表彰。

成長率、受注件数、売上高、リピート率、会員数の5つの指標により、カテゴリー賞、全国銘店賞、新人賞のほか、2015年を通じて最も優秀な成績を収めたトップ3店舗が金賞・銀賞・銅賞に選出された。

金賞に輝いたのは、カニを始めとする海産物やおせち料理などの厳選特産品の通販を手がけるスカイネット（大阪市西

区）が運営する匠本舗。同社は2013年にも金賞を受賞しており、2年ぶりに年間総合1位の座に返り咲いた。家族や仲間が集まり笑顔で楽しむ「団らんを売る」ことをモットーに、顧客満足度94%（同社調べ）と質の高いサービスを提供している。和田浩史郎代表取締役と弟の和田陽介店長に受賞の抱負を聞いた。

——2年ぶりに金賞を受賞した感想は  
「金賞を一度受賞するとなかなか再受賞できないと思ったが、意外に早く返り咲くことができ、喜んでいる。食品通販が全体的に下落傾向にあるなかで、当社の売上高が対前年比で約150%に達していたことを評価していただいたのではないかな」

——事業展開について、リアルの部分での強みは何か

「商品の品質が高くリピーターが多いことはもちろんだが、他のショップに比べて価格競争力が高いことが大きい。毎年、厳冬のアラスカで約500トンの生ズワイガニを仕入れ1年分の在庫を確保している。アラスカの日本向け輸出量の3分の1に相当する量だ。前回金賞を受賞した2年前にカニの値段が高騰したが、例年通りの需要を見込んで在庫を手当したところ、短期間で売り切れた。調べてみ



受賞を喜ぶ和田浩史郎代表取締役（右から2人目）と和田陽介店長（真ん中） 6日、千葉県浦安市

ると、他店の在庫が少ない、値段が高いなどの理由で、当社にお客様が流れてきていた。カニの値段は去年、今年とさらに上昇したが、値段がある程度高くなっても、コアな需要は変わらず、お客様はついてきてくださるという手応えを感じている」

——ネットショップでの見せ方やコミュニケーションで大切にしていることは  
「賑やかさやアットホーム感、和気藹々といった雰囲気大切にしている。シズル感のあるカニの身や、人の顔の写真をアイキャッチにして興味を持っていただいたり、カニの大きさや価格、量をわかりやすく伝えるなどの工夫を凝らしている。商品の価値を伝える言葉やポイントを、消費者目線に合わせて訴求をはかることが大切だ。通販では、お客様に実物をご覧いただくことができないため、いかに安心して買い物をしていただくか、お客様の隠れた需要やニーズをいかに

に理解するかという部分に力を入れている。ネットのレビューには必ず目を通し、日頃から主婦会を開いたり、商品を購入していただいたお客様に意見を聞いているほか、数万通にのぼるアンケートの回答を詳細に分析し、お客様から寄せられた不満については対応結果などを報告している」

——今後、商品・サービスをどう進化させていくのか

「主力商品であるカニだけに頼らない体制を作るため、第2の柱として取り扱いを始めたおせち料理が伸び、売上高の約6割を占めるまでになった。最近、香港でカニの通販を始めたが、そこで日本食や日本製品のブランドを世界に流通させるなどの新たな事業展開を考えている。新商品についても、通販というくくりであれば食品だけにこだわらない。カニやおせち料理で培った信頼をもとに、第3の柱となる商品を開発していく」



会場には200人近くが集まり、盛り上がりを見せた