



Case 1

独自・モール併用組

印鑑の手彫り・販売

運営側に振り回されるモールは高リスク! SEOで独自サイト強化



【京のはんこや 幸栄堂】^{やすお}山下弥壽男さん



桂店でスタッフの〇〇さんと。印鑑の制作、接客・販売に加えてネットの仕事もここで行う。忙しさは尋常ではない。



楽天出店を契機に 店長同士の交流を

桂、上賀茂、宇治と京都で3店舗の印鑑店を経営する山下さんがネットに進出したのは意外に古く、1999年のことだという。

「父が始めた印鑑店でしたが、かさばらない、腐らないという印鑑の特徴はネット向きではないかと考えて、遊び感覚で始めました。周囲の人たちは『インターネットは儲からない』と話していましたが、独自サイトで始めてみたらすぐに売

れてしまい、びっくりしました。でも、それからしばらくは10万円から20万円くらいの売上げでしたね」

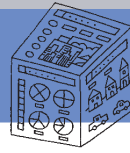
楽天市場に出店したのは2002年のこと。ここで店長たちが集まる場に出席したことが、山下さんには大きな刺激になった。そのことがきっかけとなって、EC協議会にも加入するようになる。

「同じネットショップと言っても、違う業種の人と情報交換すると、コンサルタントの人から聞くのとはまた違う、地に足がついた情報が得られます。ただし、みんなそれぞれ独自の考えですから、ど

れが正しいかは自分自身で検証してみなければなりません」

たとえば、SEOのやり方一つでも、人によって言うことが180度違っていたりする。山下さんは「これは」と思う情報を仕入れると、すぐに自分で検証し、有効と思えるものを実践していった。

「本格的にネットに力を入れたのは、ここ2、3年です。確かな情報を仕入れて素早く決断し、実行に移すことで売上げが伸びていく。文字通り寝食を忘れてネットに没頭しました。おかげで入院したこともあります」



理想の「バランス店舗運営」

独自ドメイン店



<http://www.mmj.or.jp/coueido/>
「手彫り印鑑」「実印」「はんこ」「ゴム印」など、キーワードごとに特化した独自ドメインサイトが6つ。すべてMTで構築されているので、記述はSEOに有利といわれるXML。もちろん、各店舗は相互にリンクを張っている。コピーサイトは検索エンジンにスパムと見なされるので、それぞれオリジナルの作りだ。

楽天市場店



<http://www.rakuten.ne.jp/gold/coueido/>
楽天市場のサイトは、競合店と差別化することを中心に作られている。画像は大きく、やや重くなるが、それも差別化のためにやむを得ない。「TVチャンピオン決勝進出」「労働大臣認定一級彫刻技能士」「一級技能士グランプリ一位」「正規象牙取扱店」など、他店にない特徴をずらりと並べているのも差別化のポイントだ。

Yahoo!ショッピング店



<http://store.yahoo.co.jp/koueido/>
当初は楽天市場の店をコピーした形でスタート。しかしそれでは売上げが伸びないとわかり、Yahoo!ショッピング店独自のやり方を模索し始める。初心者にわかりやすいサイトの作り、検索のポジションを維持したままでページ力をアップするなど、課題は多いが店をやめるつもりはなく、現在サイト大改造中。

山下さんの運営サイト

モールだけに注力は危険 独自サイトでリスク回避

山下さんは売上げよりも利益重視の経営を目指している。ネットの世界には、大量生産で安売りを実現している印鑑店もあるが、そこを競争する気はない。

「安く作ってたくさん売ると、印影の同じ商品ができてしまいます。それはハンコ屋として認められません」

手作業を加え、世界で一つの印鑑にした商品しか売らない。その姿勢を貫きながら利益を出していくのは簡単ではない。

「ハンコでもネットショップでも、上に行くためには勉強が欠かせません。お客様に喜んでもらいながら店を繁栄させていくためには、それなりの努力と苦勞が必要だと思います」

しかし、そんな山下さんに冷水を浴びせるような事件が起こった。楽天市場がTBSを買収しようとしてニュースになったことである。

「どんなに売れる店をやっている、モ

ール本体に何かが起こったら、1日で売上げがなくなってしまふ」

危機感を感じた山下さんは、放置ぎみだった独自サイトにも力を入れ始めた。とは言っても、お客様が集まっているモールと違って、独自サイトは自分で集客しなければならない。山下さんはその手段にSEOを選択。独自サイトを複数作って集客の工夫を始めた。

「楽天でもっと売れる店をやっていたら、独自に移行する勇気が出なかったかもしれません。たとえば楽天で1億円の売上げがあつて、独自サイトで1000万円しか売り上げてなかったとすると、怖くてとても楽天を出る気にはなれなかったでしょう。うちの場合、適当な売上げだったことが幸いしたと思います。ある意味、ラッキーでした」

山下さんのサイト運営ポリシー

- 1 モールだけに依存するのは危険。自分に責任がなくても売上げがゼロになるリスクがある
- 2 独自サイトの集客はSEOだけでも可能。Yahoo! JAPANで5位以内ならかなり期待できる
- 3 店長同士の人脈を作って情報交換。確度の高い情報には機敏に反応する

【山下弘栄堂のサイト運営術】 運営方針を独自ドメインサイト強化に大幅転換

売上げが少なくても、 利幅が大きいのが独自サイト

山下さんの独自サイト運営法は、複数のサイトを作って、それぞれのサイトごとにキーワードを決め、そのキーワード

でSEOを行うやり方。1つのサイトにあれもこれもとキーワードを埋め込むと、結局は中途半端になってしまうからだ。その結果、ついに上位表示を果たし、売上げは飛躍的に向上。100万円を突破した次の月には200万円も突破。今では

1000万円が目前になっているという。「モール店は同業者同士での価格競争になってしまう傾向がありますが、独自サイトは自分が望んだ価格で売れます。したがって売上げはモールより少なくても、独自サイトのほうが利益が取れます」

サイトの力配分



独自ドメイン対策

SEO対策に全神経を注ぎ、「印鑑」でYahoo! 3位に

独自サイトの集客にはSEOとPPC広告があるが、山下さんはコストのかからないSEOに手段を絞っている。その手法は本文でも触れているように、複数サイトをそれぞれ独自のキーワードで上位表示させるやり方がメイン。

また、アフィリエイトも導入しているが、アフィリエイターたちが誘導しやすいように店の特徴である高い技術の「手彫り」をサイトで見せている。

情報収集にはSNSの「mixi」も活用し、ページランクの高い店長たちと相互リンクを張って、より上位に表示されるように努めている。

これらの技術は店長同士の交流から生まれた情報が元になっているが、山下さんもまた情報の発信源になっている。こうすることで常に最新の情報が自分の元に集まるのだ。

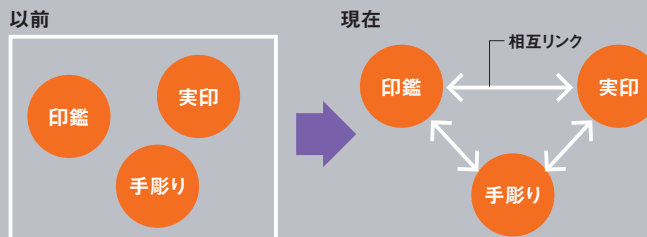
ポイント①

独自サイトの多店舗化で、上位表示実現

多くの人がSEOのためにいくつかのキーワードを選定し、それに対して上位表示されるための処理を行っているが、山下さんは基本的に「1サイト1キーワード」でSEOを実施している。こうすることでサイト作りがシンプルになり、検索結果も有利になる。6つもあるサイトを更新してい

くのは大変だが、更新作業が簡単で、検索にも有利なMTを採用したことで、労力が軽減できている。

それぞれのサイトは相互にリンクされているが、これは検索結果に反映するとともに、リピーターを作りやすい環境にもなっている。





モール対策

広告費は一切かけず、更新の手間も極力省く

楽天市場とYahoo!ショッピングにあるサイトは、お金と手間をなるべくかけない方法で運営している。広告に依存するマーケティングだと、価格勝負の泥沼の中の商売を強いられてしまうからだ。機械彫りの商品にも必ず手作業での加工を加えるような良心的な印鑑店は、価格勝負には向かないから、広告以外の方法で集客を図る必要があるのだ。

現在、Yahoo!ショッピング店は大改装中なので、きちんとした形で稼働しているモール内店舗は楽天市場のみだが、ここではプレゼントやオークション、店長共催企画など、広告以外の販促は一通り実施。「現金3000円プレゼント」などといった太っ腹な企画もある。オークションでは、高級印材の手彫り印鑑を提供し、顧客の注目を集めている。

ポイント

店長共催企画で売上げ伸ばす

楽天ではプレゼントやオークションも実施しているが、効果があるのは「店長共催企画」。EC協議会で知り合った店長たちと50~100店くらいの規模で開催する。

山下さんがEC協議会に入ったのは、楽天市場に出店してからだが、単なる情報交換の場としてだけでなく、実際にマーケティングを実践する場所にもなっているところがポイント。

「売れるページ作り」のアイデアなど、EC協議会で得たものは大きいと、山下さんは語っている。インターネットの世界であるネットショップだが、あくまでも売っているのは人間。「人脈」という人間力が商売には欠かせないのだ。



山下さんにとって「EC協議会」は情報源や勉強の場であるだけでなく、マーケティングを実践するための舞台でもある。もちろんここでも有名な「はんこ屋山ちゃん」を知らない人はいない。

ポイント②

手彫りをウリにサイト設計

山下さんはかつて、TV東京の人気番組「TVチャンピオン」の「全国はんこ選手権」で決勝まで進出したほどの名人。爪楊枝の頭にはんこを彫るほどの技術を、サイトで丁寧に見せている。

機械彫りで安価に作る他店との違いを見せるためには、技術を見せるインパクトのある画像が欠かせない。



山下さんは平成9年度「全国一級技能士グランプリ大会」で第1位となり労働大臣賞を受賞しているほどの実力者である。

ポイント③

SNSで情報収集

山下さんは話題のSNS「mixi」にも早くから参加している。店長同士の交流を実現し、手軽に情報交換をするためだ。最近になって始めた「アフィリエイトブログ塾」のコンテンツがmixi日記となっており、アフィリエイト者たちの人気を集めている。こういうツールを活用すれば、京都にいながら全国規模で交流を広げられるのだ。



mixiでのハンドルネームは「山ちゃん」。店長仲間やアフィリエイト者など、マイミクが132名いて賑わっている。

ポイント④

検索上位サイトと相互リンク

SEOで重要といわれる「被リンク」だが、山下さんはリンクを2種類に分けて張っている。一つはトップページ下の相互リンク。これは自社の他サイトのほか、ページランク4以上の有力サイトに張られている。

トップページのリンクは重要な場所なので、ページランクの高いサイトと相互リンクすることが大切なのだという。

それ以外のリンクは、「印鑑はんこ相互リンク」「SEO対策相互リンク」「Eコマースリンク」などジャンルごとに分けて、リンクページから張っている。相互リンクの相手には「テキストリンクをお願いします」とSEO対策のヒントを伝えることも忘れていない。各種サイズのパナーも用意されている。



トップページで相互リンクしているのは、ページランクが4以上のサイトのみ。ページランクの低いサイトとはリンクしていない。