

MDAレポート

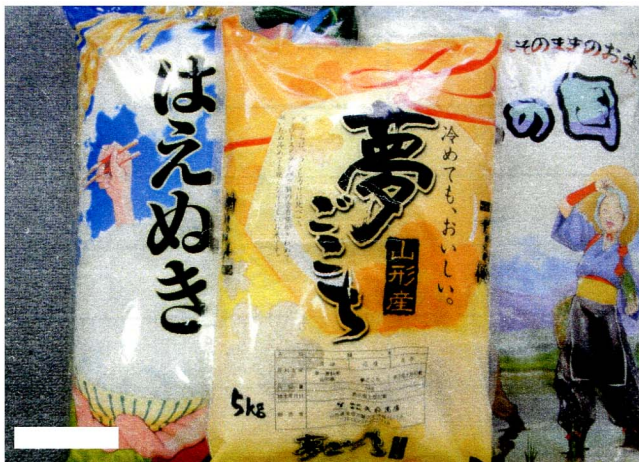
No.55号

2014年8月19日

(株)矢萩商店

急成長の秘密…… (下)

「ずーっとリピ中」……大好評のマイナスイオン精米



お米の売れ筋(株)矢萩商店

検索エンジン対策に手をかけ、自社サイト等に消費者を呼び込む検索マーケティングが「待ちのネット販売」だとすれば、(株)矢萩商店(山形東根市)が楽天市場等で力を入れるメールマーケティングは、巨大ショッピングモール(楽天は出店総数約4万店、うちコメ約3000店)という舞台装置を生かし、個々のショップがモール会員に能動的に働きかけることで活路を拓いていく「攻めのネット販売」といえる。

しかし攻めの販売がうまく回転していくためには、実際の購入者を満足させ、「次も買いたい」と思わせる商品価値の高さが条件になる。その点、購入者が高い満足度を得られる商品力の高さ、品質の確かさが矢萩商店の最大の強み

で、それはリピート購入率の高さとなって表れている。

矢萩商店ではコメ販売の常時7割をリピート購入が占め、新規の3割を徐々にリピーターへと取り込みながら販売基盤を強化。同じ顧客が通算10回以上購入した場合を示す楽天内の指標(生涯購買率)でみると、普通は優良店でも2割程度とされるが、矢萩商店では約4割に達し、楽天市場でコメを販売する全ショップの中でも1~2位を争うレベルの高さだ。

楽天市場で同社がブランド化に成功した山形はえぬきは、「魚沼コシに負けないおいしさで、魚沼より断然安い」という点が大きなセールスポイント。25年産では、20年連続食味「特A」(穀検食味ランク)獲得は全国でも魚沼コシと山形はえぬきだけであること、また4品種「特A」(はえぬき、ひとめ、コシ、つや姫)は山形産米だけであることを説明し、特A米産地としての山形を前面にPRしている。

品質対策では、ネット販売の本格化とほぼ同時期に丸子電子(株)の「MDA精米システム(マイナスイオン精米)」を導入。精米工場床下に高純度の炭1.5トンを埋設し、玄米タンク等に微弱なマイナス電子を供給して精米時の静電気による弊害を取り除くなどし、高品質米の生産・出荷に努めている。楽天やauのサイトで



糠切れの良いマイナスイオン精米

は「当社のお米はマイナスイオン精米」と掲げ、▽外硬内軟のふっくらとコシのあるご飯に▽ご飯の水分を保ち、酸化を抑える——などMDAマイナスイオン精米の特徴を説明して差別化を図っている。

楽天での主力商品はえぬきに寄せられた購入者のレビュー総数は、26年5月現在で1万2300件以上。レビューの7割以上が5点（満点）、9割以上が4点以上を付け、総合「4・6」を超える。「コメ粒がしっかりしていて、おにぎりに最高」「ツヤ、香り、おいしさすべて合格」「本当に、冷めてもおいしい」「時間がたっても黄色くならない」「子どもの食いつきが今までと断然違う」「ずーっとリピ中」——などの声が寄せられている。

レビューでは食べ盛りの子どもの多くを抱え、家計をやり繰りしながら「質」と「量」と「お値打ち感」を同時に求める家庭の主婦が矢萩商店のはえぬきを高く評価し、2年、3年、5年と買い続けている例が多い。また店で使うコメ探しに長く右往左往していたという飲食店主がはえぬきでやっと落ち着き、5年以上使い続けているケースもあるなど、こだわりの業務用米としても利用されている。

モール型のネット販売では、常時公表される人気ランキングやレビューの数、その内容が次の顧客の購入判断の重要な要素となるケースが

多い。町のスーパー等での買い物とは大きく異なる点だ。その商品が「売れているか売れていないか」「おいしいか、おいしくないか」がランキングやレビューでガラス張りになるため、出店者側にとっては厳しさもある面、そうした評価に耐えて確かな実績を積み上げた優良店ほど有利な環境を確保できる面もある。

また楽天のサイトでは、炊飯データ測定の㈱アイホー炊飯総合研究所に依頼して白米の品質分析や炊飯の咀嚼度測定等を毎年実施し、その結果を公開。25年産はえぬきの白米分析でも、▽良質米率86・9%（最良）▽砕粒率0・1%（最良）▽粉状粒率0・8%（最良）▽格付け「S」（最良）——など優れた結果が出ている。

ここ数年で急拡大を遂げたといわれるコメのネット販売だが、「市場はまだまだ伸びる」とみる矢萩専務。同社のネット販売では最近、スマホなどモバイル端末からの購入割合が増え、楽天市場でも3～4割に達しており、モバイルに対応した見やすいサイトづくりが差し当たりの課題だ。すでにモバイル顧客が主体で、携帯料金との一括支払いが可能なauショッピングモールでの売り上げも伸びている。今後のネット売り上げ増に対応できる集荷基盤のさらなる安定強化や生産能力の増強も検討課題だ。

ネット市場をめぐる今後の動きで矢萩専務が目しているのは、大手モールや宅配会社がこぞって自社物流拠点の整備に力を入れている流れだ。大都市圏における「即日配送」（注文当日に配達）の実施に向けた動きで、これがコメにも導入されれば、ネット通販の弱点だった商品購入と現物入手のタイムラグがほぼ商品購入と現物入手のタイムラグがほぼ解消される。

矢萩貴久専務は、「産地業者がまとめて精米し、大都市の物流拠点に横持ちで送ってストックする場合、こちらの手間は省けるが、精米が1日でも古いお嫌がる消費者も多く、プラスとマイナスの両面がある。また将来的な可能性としてはモール自身が物流拠点に精米機を設置するような流れも考えられる」と指摘。ネット販

売の即日配達への動きが今後のコメ流通に与えるインパクトに注目している。（おわり）

商経アドバイス新聞記事より

※MDAレポートは皆様のミニコミです。
MDAレポートに関するご批判、ご意見
ご提言、皆様の体験レポート（家庭用、
工業用）あるいはご質問など何でも結構
です。書欄にて当社までお寄せ下さい。

〒921-8831

石川県野々市市下林4-499-2

丸子電子株式会社

TEL<076>246-6806

FAX<076>248-0103

MDA特性総合研究所

TEL<076>246-6863