

ジェイハンズ ⑤

モノづくり

モノがたり

企業時代 ECストーリー



手づくりのジェイハンズ商品

分かるネット販売に山口雅也社長は可能性を感じ始めていた。

「どうしたらもっと売れるんだろう?」。楽天出店者が集まる「宝1クラブ」に加盟し、キャンペーンやメルマガの工夫を学んだ。すると徐々

ネットショップの店名は「あぶらとり紙・和雑貨」となった。

山口弘子会長もネット活用の必要性を感じてきたようだ。「時代の変化に対応できるように、私たちも新しい考えを取り入れ続けたいといけませんからね」。

始めたころは月数万円の売り上げだった。「すぐに撤退すればいい」と

いう気持ちで始めたショップだったが、ダイレクトに消費者からの反応が

に売り上げが伸びていった。「宝1クラブ」の合宿では「なぜ京都で販売をしているのに、京都ブランドをいかさない?」と指摘された。これを受けて「京都 洛く伝統となごみの和雑貨」に改名した。

また、商品数を増やすことで、母の日、父の日、敬老の日など各イベント

私たちを通し日本の工芸品を知ってほしい

に商品がはまるようになってきた。

雅也氏にネットショップを勧めた寝具店のアシ

「う」と感じていた。06年にデザインをムーサシヤパン(本社東京)の白澤明子さんに依頼する。

テ(本社京都市)の大東利幸さんは「商品をお客さまのところに持つていくのはネットもリアルも同じ。同時期に声をかけた人のなかにはすでに撤退した人もいる。その差は継続力とお客さま目線

「ウェブは分からない」といながら、山口さんは、すでに物を売ることを知っている方でした。

「どうしたらもっと売れるんだろう?」。楽天出店者が集まる「宝1クラブ」に加盟し、キャンペーンやメルマガの工夫を学んだ。すると徐々

私のウェブの知識と彼の商品や商売の知識がうまく融合したのでしょうか」と白澤さんはネットショップの成長を分析する。

でしよう。山口さんは画面を通して物を売ることができ、自分売ること

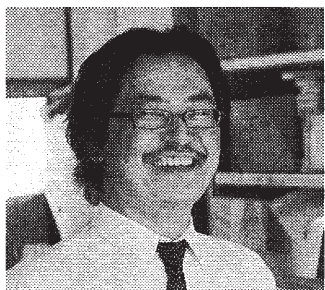
現在の、ネットショップでの年間売上は2000万円を超えるようになった。雅也氏はいう。

「なんでも自分でやってみる雅也氏だったが、として、OEM(他社ブランド製造)の役目は任せたほうがいい。画

「企画パートナー企業として、OEM(他社ブランド製造)の役目は任せたほうがいい。画

像ひとつでも信用が違

情報化社会に、まだ内職さんを使って物をつくっているところが日本にもあることを知ってもらいたい。私たちだけではなく、京都には技術と生産能力のある工



山口雅也社長

この連載は、井上英樹が担当しました。



会社プロフィール...1963年に京都府綾部市で創業。現本社所在地は京都市下京区。社員数6人。創業時は京都みやげ中心の商品ラインナップだったが、跡を継いだ三代目・雅也氏の代になり、和のデザインを生かしたノベルティグッズ企画やネットショップ運営に力を入れる。楽天市場、ヤフーに「京都 洛く伝統となごみの和雑貨」を出店中。「ちりめん」などの布を使った「貼り物」と呼ばれる工芸品の仕上がり丁寧さや完成度は業界で有名。

消費者反応がわかるネットに可能性