高まった必需品の需要

藤波タオルサービス
受注が通常の5倍に
業務用資材の通販サイトで

甚大な被害をもたらした東日本大震災。災害の影響で東日本を中心に生活必需品が一時的に店頭から姿を消し、入手困難になるという事態が生じた。そのため消費者の間でも通販サイト経由で必要な品物を手に入れようという動きが活発化し、消耗品などをネット販売する事業者には受注や問い合わせが集中したようだ。

おしぼりレンタル業を展開する藤波タオルサービス（本社・東京都国立市、藤波璋光社長）でも3月11日の地震発生後、通販サイト経由の受注が急激に増加したという。

◇

同社が運営する自社通販サイト「イーシザイ・マーケット」では、厨房用の備品や消耗品、洗剤、清掃用品など業務用資材を約1000アイテム取りそろえる。

そのうち40アイテムは、低価格で高品質を追求したプライベートブランド（PB）である「e－style」の商品。おしぼりやクッキングペーパーなどを市場価格より安く提供している。

扱う商材の関係から同サイトは飲食店などの利用が多いが、「すべての方に良いプロ用資材を」というキャッチコピーで一般消費者を視野に入れた施策を展開。プレゼントキャンペーンやプロモーションのほか、リスティングや純広告などで個人向けの販促にも注力し、通販サイトではPBなど1000アイテムを扱ってきた。

◇

そうした中で起きた今回の震災。同サイトには、3月14日時点で受注が通常の5倍の件数になった。

一般消費者からの注文が多く、PBのトイレットペーパーやティッシュペーパー、ゴミ袋のほか、ナショナルブランドではカセットコンロ用のガスボンベやオイルランプなどの注文が相次いだ。また、出店している「楽天市場」でもガスボンベなどの需要が一気に高まったという。

爆発的な受注増加のため、2日後には電話対応を取り止め受注はオンラインだけに限定し、問い合わせなどはすべてメールで対応した。

しかし、メールの返答もなかなか追いつかない状況で、受注処理や出荷業務ではアルバイトから役員に至るまでまさに〝総出〟で作業にあたった。加えて、物流が止まってしまい商品が調達できず欠品やキャンセルを招くといった想定外の問題も生じた。

4月に入り落ち着きを取り戻したとはいえ、3月は結果的に普段の5倍に相当する出荷量となった。

今回は例外的な状況と言えるが、業務用資材という法人寄りの商材に対して一般消費者との接点を設けていたことが、受注増の大きな要因になったのかもしれない。

リクルートからデザインスーツまで幅広く用意

和漢の活力

大正製薬（本社・東京都豊島区、上原明社長）は、和漢植物エキス配合のサプリメント「和漢の活力」の育成に力を入れている。同社の通販事業は、医師の声をもとに開発した「グルコサミン」が原動力となり、売り上げが拡大傾向にある。漢方系の医薬品製造で培ってきたノウハウを活用した商品を第2の柱にしていく意向で、販売手法等での〝勝ちパターン〟の早期確立を目指す。医薬品メーカーならではの特徴を持たせた商品を拡充し、他社との差別化を図っていく構えだ。

「和漢の活力」は6種類の和漢植物のほか、6種類のアミノ酸、4種類から伝えられてきた比率での和漢植物を配合するほか、「一括抽出法」と呼ばれる製法を用いている。

商品の発売は、一昨年11月で、当初は既存顧客を中心に告知を実施。今年に入り外部顧客向けの取り組みにも乗り出し、一部地域で新聞広告のテストを始めた。

テストでは、商品名にもなっている〝活力〟の訴求や、薬膳料理からヒントを得た商品であることを訴求するコピーなど数パターンの広告を制作。また、販売手法についても、従来行っていなかっ

クリエイテ
業を進めて
大正製薬
3月に化粧
通販に本格
た。これま
医師の声を
た「大正グ
がヒットし
に通販売上
突破。直近
況としても
ミン」は通
7割程度を
材になって
「グルコサ
規顧客の開
ているが、
520円と

独自の健食素材販売を強化
三生医薬

健康食品・化粧品の受託製造を行う三生医薬（本社・静岡県富士宮市、四條和洋社長）では、独自の健食素材「発芽そば発酵エキス」の販売を強化していく。これまで販売ルートを限定してきたが、有用性に関する試験データが集まり、これを背景として機能性訴求による展開が可能になったため。定着した健康イメージなど認
活かし攻勢
「発芽そば
は、栄養素
含まれてい
日目のそば
い、さらに
とで「ルチ
能性成分を
やすくした
ン」には血
高める働き
血流改善や
の滞りが一
こる冷え性
待される。
三生医薬