

eコマースの強化書

O2O、オムニチャネル時代を
勝ち抜く!

元気でイチ押しの
ネットショップ28店
魅力と成功のカギ

EC Lecture
中小事業者でも活用できる
O2O、オムニチャネル講座
出店前の心得、EC支援事業者の選び方も徹底解説

アマゾン、ヤフー、楽天、LINE...大手EC戦略研究

ここまで来た! 企業のEC戦略

セブン&アイ、イオン、ビックカメラの
百貨店、医薬品、ファッション、旅行業界の
チャンネル統合戦略 最新情報



代官山に新設したショールーム。O2O施策の第一歩

Shop Data

- ①運営企業名
株式会社サンリフレホールディングス
- ②代表者あるいは社長名 栗原 将
- ③本社の住所 東京都渋谷区東
- ④主な商品・サービス・事業内容
住宅設備機器の全国ネット通販専門店「サンリフレプラザ」の企画、開発、運営と施工
- ⑤規模の成長を示す数値
グラフ参照



サンリフレプラザ

ブログ CS O2O

追加費用請求せず 価格の透明性徹底

住宅設備機器の全国ネット販売でパイオニア的存在なのがサンリフレプラザだ。ECサイトを開設してから13年、これまでに20万名以上の顧客に利用されている。そもそも1998年の創業当初は水道修理やメンテナンスを行っていた。その際にわかったことは、利用者に商品を選択する幅がないこと。「もっと自由に選び、買ってほしい

との思いから2001年にサイトを開設、新たな事業展開に舵を切った」と話すのは、サンリフレホールディングスの栗原将・代表取締役だ。

顧客の不安解消へ 費用明示の事例集公開

サンリフレプラザの強みはまず、安く正規品を提供できること。メーカーの一次取次店から大量に仕入れることで中間マージンをカットする。また、自社スタッフ（職人）による取り付け工事を行う（関東・関西・名古屋・福岡エリアに限る）ことで、見積額以外の追加費用を一切請求しないことを徹底している。

取り付け業者の中には工事に入ってから「部品が足りない」などと言って、追加費用を要求するケースがある。専門的な情報に疎い顧客は、言われるままに払ってしまう。そこで「追加費用は原則的に当社で負担している。高額な買い物なので、追加費用に消費者は敏感だ。価格に対する透明度は信頼感につながる



住設機器のネット販売を確立させた栗原将社長

る」と栗原氏。おかげで同社には、リピーターや紹介者が多いという。ウェブサイトには、費用総額を明示した事例集を約5500件も公開している。同社の事業透明性、明朗会計を示す証左だ。さらに、各部署スタッフが輪番で、商品紹介、顧客訪問などの活動レポートをブログで公開している。これは7年以上にわたり毎日更新されているという。

こういったコンテンツは、どれもが顧客の不安を解消するための。かつてリフォーム詐欺事件が世間を騒がせたとき、栗原氏は相応の思いで見つめた。情報の非対称性から起こるコミュニケーション不足を、何とか埋めたいとの気持ちが強い。ブログは業界内外にファンが多く、同社の姿勢を示せることで結果的にブランド向上にも役立っている。

6月には東京・渋谷区代官山にショールームを開設した。トイレやガスコンロ、キッチンなど、実物を見ながら検討できるため、O2O施策の第一歩ともなる。さらに場所柄多い若い来店者に、住設機器への関心を高めてもらうのも狙いだ。

14年度の売上高は27億円に増加する計画。「いずれは培ったノウハウを、他の商材にも生かしたい」と栗原社長は夢を膨らます。業界パイオニアとしての挑戦は、まだ続く。