

# にぎわう 専門通販

大規模な地震や感染症流行など、生活の安全を脅かす出来事が頻発する。目下の売れ筋は新型コロナウイルス(東京・千代田)が運営する防災用品専門サイト「レスキューネット」の注目度が上がっている。2006年春のサイト開設以来、毎年5割増の勢いで売り上げを伸ばしてきたが、今春以降の月間売上高は前年比3.4倍と大きな伸びが続いている。

## レスキューネット 防災用品

アイエスアイ(東京・千代田)

▽開設	1989年12月
▽代表	佐藤元則(57)
▽取扱品目	クレジットカードのコンサルティング、通販
▽従業員	60人
▽売上高	23億7600万円
	(2008年11月期)
▽URL	http://www.rescuenet.jp/

# 災害への備え1500商品、助言も



非常食だけで200種類を超える品ぞろえ

金融業界で名が通っており、防災の専門企業ではない。だが、景気低迷でコンサル事業の成長が鈍化してきたことを背景に、2006年にネット通販事業を立ち上げることにした。

実は創業時から会員企業の観点からだ。すでに専門サイトはいくつかあったが、広く一般に知られた存在ではなかった。自社サイトと並行し、楽天、ヤフーにも出店。自社サイトは法人客、モールは個人客中心という具合でサイト間競合がほとんどなく、売り上げを順調に伸ばしてきた。

ウハウウ獲得も目的の一つで、安易な分野では意味がないと判断した」と振り返る。

防災分野を選んだのは、多くの消費者にとって買う場所がよくわからず、仮にホームセンターなどに行っても商品数が少ないため選択の幅が狭いため、ネット通販に有利だとマーケティングの観点から。8月に入って新型インフルエンザが再び流行したが、広く一般に知られた存在ではなかった。

業のカatalog通販業務下請けをしており、物流システムの基盤はあった。桜井氏は「売り上げだけ考えればダイエツト商品販売などが狙い目だったが、コンサルに役立つノ

の立地状況、家族構成などを確認した上で対策をアドバイスする。込み入った相談には30分以上対応することもあり、サイト責任者の桜井とカードビジネスのコンサルディング会社として

の信頼性には換えられない」と強調する。

「今後は災害対応だけでなく、感染症予防の知識も勉強しなくてはならない」(桜井氏)。

顧客ニーズに応えるための情報収集に追われている。

(吉村慎司)

何をどれくらい入手すべきかわからない人がほとんどを確保した上で対策をアドバイスする。込み入った相談には30分以上対応することもあり、サイト責任者の桜井とカードビジネスのコンサルディング会社として