

# 好調ネット販売企業の研究③

アイエスアイ

9月1日は防災の日。

地震対策用品や非常食など、日ごろはあまり意識しない防災関連商品を購入する人が増える時期だ。

こうした需要を取り込んで売り上げを伸ばしているのが、アイエスアイ(本社・東京都千代田区、佐藤元則社長)が運営する防災用品専門サイト「レスキューネット」。

特に、昨年は新型インフルエンザの流行もあり、マスクなどの対策用品が良く売れて売り上げは前々年の倍近く伸びたという。サイトを管理する、マーチャンダイジング本部、商品企画チームマー

部、商品企画チームマー

冊子などで手掛ける通販。チャンドライザーの千葉健一氏は「すぐにマスクを手に入れないという顧客が多かったが、他のサイトは在庫切れになることが目立った。当サイトは納期遅延がなかったのが良かったのではないかと分析する。」

アイエスアイの主力事業は、クレジットカードビジネスのコンサルティングだ。レスキューネットを立ち上げたのは2006年のこと。ただ、も

ともとカード会社のポイント交換用商品の仕入れや配送のほか、メーカーが自社のカード会員向け

冊子などで手掛ける通販

約4割を占めるまでに成長している。防災用品を販売することになった理由について、千葉氏は「ネットでは、千葉氏は防災士という民間の資格を所有していることもあり、顧客からの電話やメールによる問い合わせに対応すること

レスキューネットのほかも競合が少なく、業界ががしばしばだという。例

が自社のカード会員向け

## マスク需要“取り込む”

### 防災用品専門サイトを運営

め、通販に向いている。さらにには誰もが必要な商品であることから、潜在需要が見込めるというわけだ。

千葉氏は防災士という民間の資格を所有していることもあり、顧客からの電話やメールによる問い合わせに対応すること

レスキューネットのほかも競合が少なく、業界ががしばしばだという。例

が自社のカード会員向け

法人などのまとめ買いにも対応する



良く売れている商品は、非常食関連。乾パンだけでなく、豚汁、肉じゃが、ハンバーグなど、バラエティー豊かな非常食を揃えているのが大きい。また、消防士用の手袋も人気商品のひとつ。消耗品ということもあり、消防士が利用して

成も考慮している。今後は、自社サイトを

ネット・モバイル