

ジエネシヨンバスの現状と今後

岡本洋明社長に聞く

ネット販売事業などを手がけているジエネレーションバス（本社・東京都新宿区）は、前期業績（2020年10月期）において売上高、利益ともに過去最高業績を記録した。当期は新型コロナウイルスの感染拡大による在宅需要の拡大で、主力の家具商品をはじめ家電などが幅広く伸長したという。前期の成果や今期の見通しについて、岡本洋明社長に話を聞いた。（聞き手は本紙記者・山崎晋）

——昨年は通販業界全体で「コロナの影響を大きく受けた年となつた。」「巢ごもり需要が間違いなくあつた。一番大きかったのはニュー

回のことと幅広く増えた。やはりECは便利なのでリピーターにもなりやすく、業界全体でパイが広がった。

当社の場合、マスクなどの日用品雑貨はそこまで扱っていないなかつたのでその部分に大きな影響はなかつたが、品の需

（商材である）家
具・家電は新規
へしだした印象。
回目の緊急事態宣
（は）量販店や百
が休業していたの
最初にマスクの販
EC全体で伸び、
後にそれ以外の商
需要にも広がった

ケティング支援の依頼
がかなり増えている。
特に『こと』というジャン
ルはなく、『ECをめ
らなくては』と気づい
た企業からの話が多い
——テレワーク需要
も増えた。

「自宅にいるのでE
Cでの購入時間は増え

「シンプル家電などEC初の自社ブランドを展開しているが、最近のD2Cの潮流について。」

る人間が現地にいらない。現地化しているならまだしも、リモートだけでは中々コミュニケーションを取るのが難しい。中国ではチャットワークですぐ問い合わせが来るので、そこに対応できなければいけない。今は、中国、

中国消費者との感覚の違いというのは日本にいると感じることが難しい。逆に中国ブランドを日本でトライしたことでもあったが、日本とは消費者のし好や考え方方が違うのでかなり難しかった」

家具・メディア事業も好調

イメージ

——新たな顧客層が増えたことで戦略面の変化は。

「EC自体に関しては変える必要ないが、我々はECサポート事業なので、ECリテラシーを上げるために自社ECを始める企業が増えたため、そこに対応することが必要になつた。子会社のカンナートではEC構築やマーケティング支援を行なっている」と、大澤氏は語る。

か、家具メディアアサイトの『イエコレクション』が伸びている。アフィリエイト事業で、今は100万PVを超えたのである程度広告も出せるような規模になつており、利益体質はできてきている。今後は他のメディアも展

ては、貢献の度合いによっては、必ずしも落とし込むだけになってしまいます。ビジネス上で様々な制約ができた時は、今までのやり方を変えなくてはいけない。ただ耐えるだけではダメで、どんな状況でも考えていくことが大事」

「日本製品が良い」というのは、ある意味幻の面もある。中国でも良い商品がかなり出てきているので、わざわざ他国で買う必要があるのかということはあるのかといふことは現地の消費者も気づき始めている。物産のようないくに日本独特の商品は

た。今までには夜の受注
が多かつたが、昼間の
時間帯が多くなった。
そうした環境もあって
か、家具メディアナイン

ツプでもそうした動き
が見られている。

つてしまつた」
—越境EC市場にも変化が起きているといふことか。

ブランド・売り方をする企業が増えってきた。それこそ100円ショップでもそうした動きが見られている。

コロナによつてリアルでの売り方も変わつていて、そこにトライしないと落ち込むだけになつてしまつ。ビジネス上で様々な制約ができた時は、今までのやり方を変えなくてはいけない。ただ耐えるだけではダメで、どんな状況でも考えていくことが大事」

——海外越境ECについて

「越境ECはかなりしほんでいる。インバウンドが無くなつていることも大きいが、こちらから商品を海外に送つてトラブルになつた時、相手と話をできる人間が現地にいなさい。現地化しているならまだしも、リモートだけでは中々コミュニケーションを取るのが難しい。中国ではチャットワークですぐ問い合わせが来るので、そこに対応できなければいけない。今は、中国、

アメリカで展開しているが、コロナが始まつてからはほとんど止まつてしまつた」

——越境EC市場にも変化が起きていると云ふことか。

「日本製品が良い」というのは、ある意味も良い商品がかなり出てきているので、わざわざ他国で買う必要があるのかという点は現地の消費者も気づき始めている。物産のように日本独特の商品は良いかもしね。例えば中国でブームになっている日本酒などだが、それも一部の人気が、何倍もの値段で売られているのでそこまで実感铭柄。ただ、日本の何があるものだとは思つていない。

中国消費者との感覚の違いというのは日本にいると感じることが難しい。逆に中国ブランドを日本でトライしたこともあるたが、日本とは消費者の喜好や考え方が違うのでかなり難しかつた」