

シエネレーションパス(東京都新宿区)が運用する家具の通販サイト「リコメン堂」は18年前、飛騨高山の木家具店との付き合いからインターネットでの家具通販に取り組んだのがきっかけで始まった。

当初はなかなか売れなかったが、コンピュータシステムを扱うIT企業として、売れる仕組みを検討し2007年にリコメン堂を立ち上げた。その後、家具に付随した製品の品ぞろえを増やし、次第に売り上げを伸ばしていった。

現在は、同社直営の「本館」のほかに楽天市場、ヤフーショッピング、アマゾンなどに出品。商品

リコメン堂

<https://recommendo.jp/>



180万点の品揃え EC新事業にも取り組む



リコメン堂本館。落ち着いた雰囲気です。家具が選べる



楽天市場のリコメン堂。生活用品のほとんどが揃うほどの商品ジャンル

ジャンルは家具、家電のほか日用品、キッチン用品、パソコン周辺機器、カー用品など、暮らしに関わるさまざまな商品に拡大しており、商品数はおよそ180万点に上るといふ。

コロナ禍に伴うEC化率の上昇により売上高は増え、特にテレワーク向

のデスクや機能性のあつたチェアが伸びたほか、家で過ごす時間が長くなったため身の回り品の買い替え需要が増えているという。

現在は、緊急事態宣言下より落ち着いてきたが、ECで購入する層は確実に拡大したと同社は見ている。

一方でコロナ禍は家具生産に影響を及ぼした。同社は19年にベトナムに子会社を設立し家具生産を開始したが、ベトナムでは感染拡大により大規模なロックダウンが実施され、多くの日系企業の工場が一時閉鎖や廃業を余儀なくされた。同社の工場は、国が定める条件

を厳守しながら従業員が泊まり込みで工場稼働を継続し、操業を維持してきたという。

同社が力を入れているのは「ECサポート事業」。ECサイトで製品販売を始めた企業の立ち上げから運営までをトータルサポートする事業で、ECサイトでの販売

の流れを①リコメン堂で商品を販売する②モール型店舗を出店・運営する③自社ECサイトを立ち上げるという3段階で支援する。

第1段階は、リコメン堂で商品を販売すること

の収集ができる。次にアストマーケティングで得たデータを基に、楽天やヤフーショッピングなどにモール型店舗を出店。最終段階では、売れ筋商品や定番商品など、それまで蓄積されたデータを使って独自の自社ECサイトを構築し、さらなる売り上げアップを目指すという。

ECサイトの立ち上げがうまくいかなかった企業や、拡大路線において自社リソースだけでは完結できないという企業からの依頼が増えているという。

同社は、今後も引き続きECサポート事業を拡大していく方針で、小規模なメーカーのEC立ち上げから、数十億〜数百億円規模の成長過程にあるEC店舗の大規模な注文数に耐えられるシステム構築まで幅広く対応していくとしている。



アマゾン内のリコメン堂店舗