

# マニアもうならせる 独自のウェブコンテンツで リピート購入率95%を達成！

カケハシ・レコード(株式会社カケハシ・スタイル) / CDネットショップ / 寄居町

代表取締役 / 田中 大介 氏

## 起業8年目に見出した 伝えるべきビジネスの価値とICTの必要性

カケハシ・レコードはプログレッシブ・ロックや1960～70年代ロックのCDを専門に扱うネットショップだ。代表の田中大介氏は、大学卒業後すぐの2000年に中古CDのネットショップを立ち上げたが、資金、在庫ともに乏しく商売は難航。アルバイトをしながら、資金と在庫を増やす店舗経営が続いた。

起業8年目、田中氏にビジネスを見つめ直す転機が訪れる。ネットでCDを売るだけでは他店と変わらない。他にはない店舗経営を目指すため「ロック探究のワクワク感を伝え、ロックとリスナーをつなぐ架け橋になる」というコンセプトのもと、「カケハシ・レコード」と改名。

お客様の心を掴むために、どこにも負けない品揃えとマニアも納得するウェブコンテンツの発信が必要と判断する。またアマゾンなどの大手ネットショップが台頭する中、いかに自社ホームページを宣伝し、顧客をファンに育てるかが大きな課題であった。



無名のネットショップの知名度を上げるには専門性の高いコンテンツの発信が必要だった。

### 会社概要

大里郡寄居町寄居 1630-2  
<http://kakehashi-style.com>  
 【設立】2008年 【従業員数】4人  
 【事業内容】CDの販売・買取、経営コンサルティング  
 世界のニッチでディープなロック専門CDを扱うネットショップ。『Billboard JAPAN』の特集記事にてディスクユニオンなどの老舗レコード屋に並び、ロック専門店として紹介された。



- ✓ 強みとなるウェブコンテンツの不足
- ✓ 大手競合他社に勝る宣伝PR
- ✓ 購入客のファン化、販売促進

自社ホームページが「売上拡大につながった」と回答した企業は40.4%



※中小企業庁委託「中小企業の成長と投資行動に関するアンケート調査」(2015年12月、株式会社データバンク)より

なるほど！よくわかる  
専門用語



【ツイッター】  
140文字までのメッセージ(ツイート)を受発信して、世界中の人と交流できる情報サービス。



【PV(ページビュー)】  
ページごとのウェブサイトの閲覧回数。またどのくらい閲覧されているか測るための指標。

なるほど！よくわかる  
専門家からの  
アドバイス



## 良質で豊富なコンテンツはSEO効果を発揮

訪問者に有益なページほど検索サイトで上位に来る可能性が高く、「顧客が求める情報」を意識したコンテンツ制作が大切です。  
 ※P8専門用語「SEO」をご参照ください。

## 導入した ICT システム

### ◎SNS+ネット広告

ネット広告やツイッターでの発信などターゲットを意識したPRを取り入れた。



### ◎ネットショップ (オンラインショップ)

既存ホームページをリニューアルし他では見られない独自コンテンツを定期的に発信。飽きさせない工夫で顧客のファン化に成功している。



## ロックの魅力を独自の切り口で全国に発信 全国にファンを持つ有名ネットショップへ

ロック世界の探求記事や購入意欲をそそるレコメンド(おすすめ)、独自視点でセレクトした試聴コーナーなど、ファンの心を捉えるウェブコンテンツを発信するため、有名ロック雑誌やCD解説文を手がける専門ライターにサイトの記事を依頼。

またネット広告やSNSでショップを宣伝・PRした。ツイッターでは商品入荷のお知らせで終わるのではなく、そのCDを聴いてみたくなるコメントの発信にこだわっているのも特徴だ。

さらに購入客とのコミュニケーションとリピート購入につなげるため、定期的にメールを配信。配信を自動化するためのシステムも開発した。

現在、サイトへのアクセスは月間10万PVを超え、8年間で売上は1.5倍に。リピート購入率も95%という高い数値を実現している。



自社システムでツイート(黄色枠箇所)をサイトに反映。

### オーナー VOICE



レアなCDが買えるだけでなくロックについて発信がある場にしたいと思っています。今後もライターを増やし情報発信を強化する予定です。



- 他にはない独自コンテンツでファンを獲得
- SNS等で商品を魅力的にPR
- 購入客へのメールフォローを実施

サイトのアクセス増で、売上アップ

リピート購入率向上で売上1.5倍

