

有力企業の通販戦略 ナップス

バイク用品の開発・販売などを行っているナップス（本社・横浜市金沢区、望月真裕社長）は、ネット販売の売上高が2年間で3倍となるなど急成長が続いている。社内でもECを今後の重点事業に据えているように、

今期はコンテンツページの強化や外部への売り場初進出などさらなるテコ入れが進んでいる。

前期から取り組んでいるのは商品登録点数の拡大と、テキストの拡充。洗い出しを行って、売れる商品の情報をより見やすくするような内容を充実させている。販促面では2月から実施しているフリード広告の費用対効果が想定以上に高く、新規獲得の効率が大きく向上した。

また、サイト内のオウ

オウンドメディア充実

元「AKB」も起用 商品紹介記事が話題に



る。ヘビーユーザーが中心の自社サイトとは異なり、比較的ライトなユーザーが多いこと

サイトへのアクセスの流入元が日によっては関東を抑えて大阪が1位になる。品揃えも意識的に変えている。入門用や手頃価格の商品などを軸に絞り込んで展開しており、特にバイク向けの動画撮影機器類などが人気となっている。「ポイントで決済ができるので思っていたよりも購入金額は高い。（一般的なモーターと違い）単なる価格勝負にも陥らず、バイク用品の競合もない」（同社）ことから新たな売り場として機能しているようだ。

リエイティブを担当。一例としてヘルメットの選び方を解説した内容では、サイズや種類、目的など項目ごとに分けてそれぞれの推奨商品を紹介。商品の導線もつづけることで購入ページまで入らなげている。さらに、今年からはアイドルグループ「AKB48」の元メンバーでバイクに投稿した、モーター立ち上げたところ、通販

現在月一回のペースで投稿を行い、イベント内容や商品、体験などを一ユーザーとしての目線に店舗展開していたが、4月に大阪初の実店舗を立ち上げたところ、通販の売り上げを記録している。今後についてはシステムや物流体制の強化を計画。成長スピードに合わせることで、バリエーションアップを図ることが喫緊の課題と