

暮らしの提案ができる体制強化

M O A 佐伯 澄 代表取締役社長



佐伯澄(さへぎ・のぼる)氏
住友商事からアマゾンに入社。「アマゾンフレッシュ」や「プライムナウ」の責任者を務める。18年8月からM O A代表取締役社長。

家電のECサイト「PREMOA(プレモア)」を運営するM O A(モア、本社東京都、佐伯澄社長)の成長が著しい。18年6月期の売上高は前期比35・3%増の437億円だった。プライベートブランド(PB=自主企画)商品「マクスゼン」の売り上げが順調だった。今年10月には販路拡大を目的としたテレビ通販への供給も開始。7年後の2025年には売上高1000億円を目指すという。家電販売のみならず、「暮らしの提案」を提供できるように新たな体制作りを強化している。同社が手掛けるPB商品や今後の経営方針について、今年8月1日付で代表権のある社長に就任した佐伯氏に聞いた。

PBを拡充

「マクスゼン」の売り上げ状況は。――「マクスゼン」については今期30億円の売り上げ目標を立てており、売れ行きは非常に順調です。現時点で販売している商品は35品目ほどで、今後50〜60品目に拡充していく方針です。今はテレビが最も売れて

ールでの販売が順調なので、プラスアルファの販路を拡大している最中です。

――今後「マクスゼン」は調理家電の分野に力を入れていくのですか。売上高の主体はテレビですが、商品のラインアップは増やしていく計画です。商品の価格帯が高く、顧客ニーズの高い商品となると白物家電もありますが、他社があまり手をつけていない調理家電が商機のある商

売上高1000億円を目指す

品になってきます。今後60品目に商品拡充していく上で、調理家電には注目しています。

暮らしを提案

――PB商品以外で販売を強化しているのは何ですか。最近水回りや住設系が伸びています。現在売上高の88%を家電が占めていますが、家電から派生した住設やDIYなどのカテゴリーを今後強化していく方針です。今持っている強みを横展開し、「暮らしの提案」をするのも先々できるのではないかと考えています。

――「プレモア」の今後の設置サービスも行っていきます。現在対応できる商品は17品目ほどです。量販店でも同様のサー

ビスがありますが、地域によって業者を分けるなどモア独自のルートを構築しています。住設についても設置サービスがあり、設置サービスが好評となれば、相乗効果で仕入れの面も拡充できると考えています。品ぞろえ、価格、利便性は顧客満足度向上の大きな三本柱として考えています。

――仕入れが拡大すると、倉庫も拡張が必要になるのでは。今後の売り上げ成長を考えると、現在ある倉庫だけでは対応できないのが実情です。そのため、サードパーティーや第2倉庫を新設するか検討中です。

システム面に関しては、来期以降から、基幹システムを刷新する予定です。売上高のボリュームを上げて対応していくには、これまでフルスクラッチで作り上げたシステムを、新しく作り直す必要があると判断しました。

社内体制を整備

――事業拡大に伴って社内体制はどうなりましたか。今年8月、社長に就任した際、「モアをもう一段上のレベルの会社にしよう」と社員に話しました。商品を仕入れる力、売り切る力、値付けをする力など個々で高い能力を持っているのですが、売り上げを今の倍に伸ばすためには、仕組み作りをしないと成長曲線が描けないのではないかとこの思いがありました。

――そのため、8月から10月にかけてキャリア採用を積極的に行いました。パート・派遣を含めた従業員数は昨年6月時点で220人だったのが、現在254人にまで増えました。P D C Aを高速で回すには、プロ

セスをしつかり作り込んでいく必要があり。仕組みができれば対応スピードも速くなり、それは他社との差別化につながるはず。――今後の展望を教えてください。7年後に売上高1000億円を目指します。今はその足場固めの期間です。上場も視野に入れた上で、社内の仕組み作りを力を入れていきます。

――現在売上高の主体は家電で、全体の8割を占めています。残り2割にあたる非家電の部分は、現状の10〜15%ほど売上高を伸ばしているように、個々の商材に焦点を当て販促する必要があると考えています。

――コンシエルジュのようなサービスも今後提供できるのではないかと構想しています。強みの一つに、カスタマーサポートを内製化している点があります。ここでは、商品に関する問い合わせが来た際に、商品を買っていただくことまでできる体制があります。これをより進化させることで、モノを買いにきたお客さまに対して、生活をより豊かにする提案もできるのではないかと考えています。

記者雑感

家電ECの領域を普段担当しているが、どの家電EC事業者も口をそろえて「モアはうまやうやうやう」と指摘する。家電EC業界の中でも一目置かれた存在感を出しているのがモアだ。今年8月、新たに代表に就任した佐伯氏は、前職でアマゾンでのノウハウを持ち合わせている。今後、モアを率いていく上で、これまで培ってきた経験を経営に生かしていくことが考えられる。売上高1000億円の達成に向け、佐伯氏がどのように経営のかじを取っていくのか注目したい。

拡大するEC! 約9兆円の市場を支える、有力マーケティングが集結!

※経済産業省が公表している2017年の市場規模



ビジネスセミナーは約50講座!!



楽天、アマゾンなど有力企業の参加実績多数!

出展申込開始!

ダイレクト・マーケティング・フェア2019
通販・EC EXPO

2019年
4/22(月)・23(火)
東京ビッグサイト
(東京国際展示場西3ホール)

ウェブに最新情報更新中!!
DMフェア 検索
<https://www.bci.co.jp/dmf>
ダイレクト・マーケティング・フェア2019 公式サイト