| 特集1 | 人気商材ベスト5から見るオーダーグッズの売り方

売れてるショップの売れてる新商材

木札やストラップ、マグカップ、トロフィーなど、オーダーグッズには実に様々な商材がある。本特集では看板やノボリなど大きなオーダーグッズではなく、「小物」の商材を紹介していくわけだが、果たして読者の中で「小物商材が爆発的に売れている」という店はあるだろうか？

一昔前なら小物商材の中で木札が人気だったが、それも今や落ち着きを見せている。ドームキーホルダーや革製ストラップなどスマッシュヒットを飛ばした商材もあるが、販売形態の多くはワゴン型の移動店舗。家賃などコストを最小限に抑え限定された商品を集客力の高いショッピングセンターなどで販売する手法がほとんど。路面店のOGBSには真似しにくいやり方だ。

小物商材は「小遣い稼ぎ」でいい？

もちろん、小物商材が売れている店もあるが、いずれも小遣い稼ぎ程。小物商材販売だけで食べていけるほどは売れないのだ。

弊誌はこうした現状を嘆いているわけではない。「小物商材」だけでは商売にならないからこそ、別の主力商品とリンクさせるのが一番。逆に言えば、主力商品に重心を置きながらも、小物商材にもしっかり取り組んで売り上げを補うという観点で取り組んで欲しい。小物商材は、売り上げは少なくとも店にとって欠かせない「トッピング」なのだ。

例えば、印章店がレーザーでゴム印を彫っているなら、試しに木札をレジ横に置けばいい。ウエアプリントショップでトナー転写や昇華転写のシステムを持っているなら、マグカップを提案するといい。新しいシステムを入れるのではなく、商材を数個買うだけで新しい販路が開拓できる可能性があるのは、他業種に比べて非常に恵まれている。小物商材を多く扱う問屋によると、

「毎日は売れないが、スポットでドンと大きな注文が入るのが特徴」と言う。

これまで一切注文が入らなかったマグカップが、一気に140個注文が入ったり、陳列していたことすら忘れていたアクリル楯の注文が20個まとめて入ってきた!?……。販促は一切せず店に飾るだけでこうした注文が舞い込んできたそうだ。小物商材に限って言えば、こうした売れ方は珍しくない。「何が売れるか分からないからとりあえずサンプルを置いてみる」という博打的な考え方をするしかない。

一方で、木札ストラップのように、消費者に認知され始めたことでじわじわと売れ出している小物商材もある。ショッピングセンター型の店では、トランプやゴルフボールへの名入れが定番化しつつあるし、レーザー加工品は認知が高まってきた今が売り時と言える。

色んなサンプルを置いて「博打的に」

つまりOGBSで小物商材を扱うには、博打的に売るためにとりあえず色んなサンプルを作って店頭に置いておくこと。その中からコンスタントに売れる商材を見つけだし、商材の補強をしたり陳列を強化する。小遣い稼ぎにしかならなくとも、そうした細い柱を複数育てていくことで店を支える太い幹を作ると考えよう。

22ページからは、最近発売になった注目の商材を紹介した。その内容を見て頂ければ、小物商材の世界も数年前と比べれば様変わりしていることがわかってもらえるはずだ。昔は木札一辺倒だった商材は、今やスマートフォンケースやミントタブレットケース、革財布にジグソーパズルまで多岐に及んでいる。製造方法も多様化し、木札をレーザー加工せず、UVプリンターでフルカラー木札を作る店もある。小物商材は、商品数×加工方法だけ種類があるのだ。

東急ハンズ渋谷店・レーザー彫刻工房（株）ユー・イー・エス

レーザー商材だけで月商200万円を実現した店

その店に行って驚いた。平日の昼前にも関わらず、客足が絶えない。ネームプレートを作って欲しい、音符マークの切り文字が欲しい、名刺と同じ内容をレーザー加工して欲しい……。

来店客だけでなく、遠巻きに価格表やサンプルをじっと見ているお客の姿も多い。

「午後になるともっと増えますよ。3時～6時は注文商品を受け取りに来るお客さんが集中するので」と、同店の伊藤博子氏は言う。

東急ハンズ渋谷店の5階で「レーザー彫刻工房」を担当しているのは、レーザー加工機販売の㈱ユー・イー・エス（東京都武蔵野市）。

まずは、こうした小物商材を上手に加工し、販売するショップの実例を紹介していこう。

同店は他にも池袋、新宿の東急ハンズでレーザー加工工房を担当しており、いわばインショップ型OGBSの先駆けとも言える存在。

そんな中でも、この東急ハンズ渋谷店は一際来店客が多い。取材時は約2時間程度その場にいただけだが、老若男女を問わず、あらゆる客層が訪れる。中には東急ハンズ内の別の売場からスタッフに案内されて、「ここならできるのではないか？」と来店するお客もいる。

売場面積はおよそ2坪程度。その中にマンションプレートから木札、切り文字、木材加工まで、あらゆるレーザー加工のサンプルをギッシリ並べている。さらに、受注カウンターの後ろにはレーザー加工機を設置。ほとんどの注文をその場でこなすというから驚きだ。

自分用に欲しい客は急ぎが多い

注文客はビジネスユースとパーソナルユースが半分ずつ。ビジネスユースで多いのはネームプレート。多くは5～10個の注文で、「美容師の方が休日である火曜日にいらっしゃいます。パーソナルユースでは誰かにプレゼントするというよりも、自分の為に加工される方が多いようです」（伊藤氏）。

自分用に1つだけ欲しい、というお客は納期が短いのも特徴の一つ。レーザー機を入れて内製しているため、こうした急ぎ客を取りこぼさないのも強み。

小物商材としては、ユー・イー・エスのオリジナル商品が人気。キーホルダーやペン、革小物やカードケースなど、レーザーで加工できる定番商材が売れる。「名前を入れて自分だけのものにしたい」という考えが広まりつつある証拠だろう。

立地が東急ハンズ内であるため、特殊な注文もある。東急ハンズで購入した商品に「名入れしたい」

東急ハンズ渋谷店「レーザー彫刻工房」の様子。2坪ほどのスペースにサンプルを大量に無駄なく並べている。シンプルな二層板のネームプレートやマンションプレートだけでなく、アクリルへの色入れなど手間のかかる商品も揃えている。これらのほとんどをこの場で作るのは「スゴイ」の一言。

というもの。レーザー加工業者の中には、「どんな持ち込み商材でも名入れします」と謳う店もあるが、それはごく一部。持ち込まれた商材が高価であったり、一点モノの場合、他に替えがきかないからだ。しかしレーザー彫刻工房の場合、東急ハンズで売っているものに限定されるので、持ち込み名入れのリスクを減らすことができるし、万一失敗しても同じ建物の中に商品が在庫されているからだ。もちろんリスク回避のため、初めて加工する商品の場合は東急ハンズが用意してくれるサンプルをレーザー加工して、仕上がりを確認。それで初めて商品に加工する。

レーザー加工は遅い、自由度が低い？

こうして、東急ハンズ内で信用を築き上げてきた同店だが、まだまだレーザー加工は周知されていないと伊藤氏は言う。

「レーザー加工は時間がかかったり、レイアウトに制限があると思いこんでいる人が多いんです。一番聞かれるのが、『書体を変えることができるんですか？』という質問。4～5書体の中からしか選べないと思っているんです」。

それが、実際に注文してみると、イメージとは全く逆だと消費者は気付く。簡単なものなら即日加工して商品を受け取ることができるし、パソコン内に入っている書体を好きなように、好きなレイアウトで作ることができる。それでも実際に商品を手にするまでは不安がる人もいる、と伊藤氏は言う。

「そんな人でも、完成品を手にしたときはとても喜んで貰える。そこからリピーターに繋がることも多いんです」。

逆に「レーザー加工なら何でも出来る」と思いこんでいるお客もいる。その場合は、「素材によって出来ないと説明して、そこから違うものを即提示するようにしています。それでも『ホントにできないのか？』と怒るお客さんも稀にいます」（伊藤氏）。

レーザー加工に期待が大きいからこそ、こうした事例もあるのだろう。こうしたトラブルは、弊誌読者も他人事ではないはずだ。

同店の売り上げは月平均200万円。月によって変動はありが、レーザー加工だけでこれだけの数字を上げるのは相当大変だ。

マンションプレートやネームプレートなど、生活に必要不可欠な商品が売れるのは分かるが、それ以外の趣味で欲しがる小物商材は売り続けるのが難しい。それをコンスタントにここまで売っている

東急ハンズ渋谷店・レーザー彫刻工房 人気ランキングベスト5

第1位 二層板プレート ……400枚
（マンションプレート、バッグタグ）

第2位 ネームプート ……150枚

第3位 お名入れ ……150個
（東急ハンズの購入商品へ名入れ）

第4位 UES商材 ……80個
（レザーキーホルダー、ペン、千社札、レザーキーカバー、レザータグ、アルマイト加工済みカードケース）

第5位 二層板アクセサリー ……50個
（キーホルダー、ストラップ）

ポイント
人気ランキング及び販売個数は、2011年8月～9月の2ヶ月間の数字を元に算出したもの。5位以降は、6位が切り文字（40個）、7位がゴム印（30個）、8位が色入れプレート（15枚）、9位が枠付きプレート（二層板組合せ・15枚）、10位がプラーク（5個）と続く。

のは、作り上げた信頼で小物商材の柱を育ててきたからこそ。同店にはファンも多く、「お客さんの中には、近くにある東急ハンズではなく、わざわざ渋谷店まで足を運んでくれる人もいるんです」（伊藤氏）。

レーザー加工商材だけで着実にファンを増やし続ける同店のスタイルは、OGBSの理想型の一つかも知れない。

スタジオワン

うちわ、Tシャツ、記念盾……『祭り』でオーダーグッズを売る

大阪の泉佐野市に店を構えるスタジオワン（木南憲一社長）は、「祭り」をターゲットにオーダーグッズを売る。

泉州地域と呼ばれるこの地方では山車（地車）を曳く「だんじり祭り」が有名。毎年10月の第2土日が最盛期で、熊取や泉佐野、貝塚、和泉、岸和田、堺など大阪南部で集中して行なわれている。

スタジオワンではだんじり祭りに参加する青年団から祭りグッズの注文を大量に受ける。祭り時期の7～10月が店の繁忙期で、Tシャツや、垂れ幕、うちわ、記念品を飾る額や盾などが人気だ。売れ筋ベスト5は次頁の通り。一番の売れ筋はTシャツで、1つの青年団につき平均20枚の受注があるという。泉佐野市だけでもだんじりを所有する地区が10以上あるので、その他の地域を含めると注文数は膨れ上がる。多い月では1ヶ月あたり1000枚もTシャツが売れるそうだ。

祭りのTシャツと言えば渋いデザインが好まれるかと思いきや、ポップなローマ字書体を全面にあしらったものなど幅広い。同店の西洋一店長は、「若者の場合、派手な柄を好む傾向があるのでありふれた絵柄では満足しない。こだわったデザインを求めるお客さんが多いです」。

同店はイラスト作成に定評があるため、他店では難しいデザインの注文もよく受けるという。

手作りうちわは月に700枚

垂れ幕の注文も毎年引き合いがある。これは団長（組長などもある）の写真や名前を全面に入れた縦長サイズの幕。だんじりの屋根から垂らして、「今年の団長はこの人ですよ」と紹介するために必要な祭りグッズだ。

Tシャツのように個別に売れるわけではないが、団長は毎年入れ変わるため、必ず「新しく作り直す」という需要が発生する。人気があるのは幅2m、長さ3mの幕で、価格帯は2万1000円～7万円のものがよく売れている。

だんじりグッズの定番となっているのがオリジナルうちわ。同店では骨組みのうちわ商材（竹製の渋うちわ）を使用し、版下データをインクジェットで用紙出力した後、業務用の高熱ドライヤーで両面を張り合わせて作る。1枚ずつ手作業なので多くても1日に40～

Tシャツサンプルをはじめ、うちわや記念額などを並べるスタジオワン店内。祭りグッズだけでなくブライダル関連のアイテムも揃えている。新郎新婦の写真を使ったウエルカムバナーや、似顔絵BOXが人気。