



ブログの ビジネス活用レポート

REPORT |

#2

19歳女子大生の洋服販売サイトに見る 売り主と顧客の近くて深い関係

ハロー読者の皆さん。この連載を行うことになってから、以前に増して海外でのブログ利用動向を調べているのですが、話題になっているニュースは大企業のブログ利用の失敗例が多く、海外企業も皆さん苦戦しているようです。今回は、大企業がブログの活用に暗中模索の最中、大学生活をエンジョイしながら、自分で作った服をブログで紹介・販売して稼いでしまっている19歳の女子学生を紹介します。

まずブログありきで ファンを獲得していた

今回の主人公は、米国でもリゾート地として有名なフロリダの大学に通う19歳の日系人女子学生ケイコ・グロースちゃん。

2003年12月、高校生の彼女は、米国で100万人以上のユーザーがいる人気の無料ブログサービス「Liverjournal.com」を使って、日記代わりにブログを書き始めました。常にデジカメを持ち歩いて自分や友達の写真を撮影し、趣味のファッションと音楽の話題を中心に日々の生活をブログに書き込んでいたそうです。いわゆるアメリカンガールの青春白書的な内容が共感を呼び、彼女の周りの友達はもちろん、ヨーロッパやアジア各国からも同年代のブログ読者が増えていきました。

ファッションが大好きだと言う彼女、ブログを書く一方、既製服だけでは物足り

ず、フリーマーケットやオークションサイトで激安価格で買ってきた服を自分で改造したり、おばあちゃんに教えてもらいながら服を一から作ったりしてしまうほどの凝りようだったそうです。

そんな彼女が大学に入学すると、普段から着ていた自作の服に対して周りの友人から「どこで買ったの？クールだから私も買いたい」と聞かれることが増えたそうです。そこで自分で作った服を販売するサイトをボーイフレンドにデザインしてもらって作り、ブログで宣伝してみたところ、またたく間に売れてしまったということなのです。

服を売り出してから1年ほど経ちますが、ブログで紹介した服が数日で売れる状況が続いており、今では平均して月に700ドル～800ドルを売り上げているそうです。服の注文はフロリダはもちろんニューヨーク、はたまたニュージランドやロンドン、オーストリアなど世界中から注文があるとのこと。

顔が見えるコミュニケーションで ECサイトとブログを連動

ブログのビジネスへの活用方法として、ブログとECサイトとの連動というテーマが最近話題になっており、ブログサービスのベンダーもAmazonのアフィリエイトサービスとの連携メニューを発表していますが、まだまだ「補完的な収入程度で、プロ

グだけでECサイトを運用することは難しい」のが一般認識というところでしょう。そんな中、コンピュータおたくでもない女子大生が、自分のブログで服を売って生活しているというこの事実は、今後のブログとECサイトの連動を考えていくうえで考えさせられる要素が多分に含まれているのではないのでしょうか？

ケイコちゃんの場合は、服を売ろうと思いついたときに、すでに人気ブログを持っていたわけですが、人気ブログでモノを売ればだれでも儲かるというわけではないでしょう。ビジネス的に見ると立派な「ECブログ」である彼女のサイトですが、今もその内容はもっぱらファッションと音楽、そして彼女の学生生活の写真が中心です。その読み物とコミュニケーションの場所と



ブログにはケイコちゃんの顔見せ写真がたっぷり。もちろん見せたいのは自作の洋服なのだが、実際に「顔が見える」ことによる読者の親近感は大きいです。

prelapsarianme / Postlapsaria.com

URL <http://www.livejournal.com/~prelapsarianme/> URL <http://www.postlapsaria.com/>

米国の女子大生ケイコ・グローブスの日常生活を綴ったブログ「prelapsarianme」。自作のシャツ、スカート、アクセサリーなどをブログ上で読者にアピールして、別のウェブサイト「Postlapsaria.com」で販売している。

ブログの企業利用と言うと、売りたい商品やサービスに関連するブログを新たに立ち上げることが多いが、この場合は、ずっと続けている自分のブログの読者に対して、ブログの内容に関連した商品を販売している点が異なる。

人気ブログともなれば、既存の小さなメディアよりも多くの読者が付いていることも多いため、その読者層をうまくビジネスに結びつけられればメリットは大きい。

また、このブログは、ブログASPサービスLivejournalの無料アカウントを利用しているため、ブログの更新に関する予算はほぼゼロだ(商品販売サイトのドメイン維持費とホスティング費で年間数十ドルかかっているが)。

ブログ名: prelapsarianme

<http://www.livejournal.com/prelapsarianme/>

販売サイト名: Postlapsaria.com

<http://www.postlapsaria.com/>

ブログを書くのは: Keiko Groves (販売サイトオーナー)

投稿数: 10 ~ 20 エントリー / 月

使用ツール: Livejournal.com



ブログ上も販売サイト(右)も、運営者の写真を多用した親しみのわくものになっている。



しての存在が(彼女のブログは読者からのコメントの投稿数が非常に多いです)彼女のブログに世界中の同世代の読者をひきつけ、そして彼女の作った服を買ってもらうことにつながっているのです。

スタッフの顔が見えるサイトにすることで売り上げが伸びると言う定説もあり、サイト上に顔写真と自己紹介を掲載しているECサイトもよく見受けられます。顧客に対してよりパーソナルなメッセージを伝えていけるという意味でECサイトにとってのブログの可能性は大きいと言えるでしょう。

これまでのECサイトとは異なる
売り主と顧客の関係

ケイコちゃんのブログは地元で「ブログで服を売って儲けている女子大生がいる!」と話題になり、オーランド市の新聞『Orland Sentinel』紙でも取り上げられています。そこで紹介されている常連客の1人でカリフォルニアに住む16歳の女子高生ホリー・ウォンちゃんのインタビューが示唆的です。

「ケイコはオリジナルな要望に応じて服を作ってくれるのでうれしい。服のできばえには満足しているし、モールに買い物に行き行って既製品を買うのと違ってデザイナーに友達感覚でいろいろ頼めて楽しい」

ブログの持つ「個人主体の自己発信」「読者とのコミュニケーション」という特性が、ケイコちゃんと顧客との関係をただのECサイトの売り主と顧客との関係とは一味もふた味も違った形に築かせているのではないのでしょうか。日本でもよく「有名芸能人・モデル愛用」としてファッションアイテムが派手に売られています。ブログを通して培われる顧客関係の深さの可能性は、どこか未来のソーシャルネットワークを想像させる何かを持っている気がします。

ニューヨークのPR会社の副社長であるスティーブ・ルーベールは自らのブログの中で、「僕が怖くなるくらいの未来のスーパーマーケットを紹介する」とケイコちゃんのECブログを紹介しています。ちょっと褒め過ぎではないかと思わなくもないですが、ケイコちゃんに今後の野望を聞いてみたところ、こんな答えが返ってきました。

「実は、私のバンド『Astoria Brawn』で今度ヨーロッパツアーをすることが決まったの。できれば将来プロとして音楽活動をしていきたいと思っているわ。でもブログを止めるつもりはないわよ。iBookさえあれば、ツアー中どこからでもブログを更新できるし、それにバンドのグッズをデザインしてブログで売っていくつもりなの!」

インターネットに慣れ親しんだヤングキッズたちが作り出す新たな未来から目が離せません。

REPORTED BY

滝口 TOM 伴則

アイオクス代表取締役。2002年2月に日本初のSEO情報サイト「SEO Japan」を開設するなど、SEO現場での実戦経験を元に活躍。また、SEOだけでなくウェブやインターネットビジネスに詳しく、最近ではウェブマーケティングの一環としてブログビジネスにも深い関心を持っている。

<http://www.ioix.com/>



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp