紙・ネット・人、グループ3大資産をフル活用 リビングの通販「リビこれ！」誕生！

40年間、女性の声を聞き続けたリビング新聞グループから女性のキモチがわかる通販「リビこれ！」が誕生した。目利き集団のコレクションから商品をチョイス。4月の本格スタートに備え、2010年10月からトライアルスタート。ヒット商品も生まれ好発進中だ。

消費者の全反応をキャッチし、データベースマーケティング構築

年間売り上げ5兆円といわれる通販業界。参入するのは簡単だが勝ち残るのは難しい。そのような中、リビング新聞グループが3タイプ（紙・ネット・人）のグループメディアをフル活用し通販に本格参入する。紙メディアは3紙（リビング新聞、シティリビング、あんふぁん）合計で約1000万部。ネットメディア（えるこみ、Cityway e、シュフモ）と人メディア（リビング・パートナー、City/s）も合わせると圧倒的な訴求力を持つ。

40年をかけ築き上げたリビング新聞グループへの信頼感と、全国3万4000人のリビング・パートナーなどのリビンググループと絆を持つ読者組織により、他の通販企業にはないユニークなビジネスモデルの構築が可能。

マーチャンダイジングには、女性の行動特性や気持ちを熟知したリビング目利き集団と共に、テレビ通販などを手がけたプロのバイヤーズスタッフが参加。ゆくゆくは目利きミセスやOLとの共同商品開発、読者の推奨商品など、消費者ニーズをダイレクトに反映させる商品も展開予定。くらしHOW研究所が保有する情報感度や行動力が高いミセス「えるマルシェ」、リビング・パートナーによる通販サポーターの生声を瞬時に吸い上げ生かせるのも強みのひとつ。

また、通販を通じて購買データを蓄積することで、購買行動や購買傾向、商品分析などリアルなデータベースマーケティングの構築も可能になり、通販事業がグループにもたらすシナジー効果は大きい。

「リビこれ！」vol. 2　目利き主婦たちの商品体験　冬に負けない肌をつくる美容グッズと、年末年始の食卓を彩る食材を、読者の体験リポート付きで紹介

http://livicolle.jp/

人気商品ランキングベスト5

1. マル秘テクでマイナス5歳 **フェイスアップクリップ**
2. 糖度40度の甘い蜜　種子島産 **熟成安納芋**
3. せんべい好きが作った　草加煎餅 **おかきの玉手箱**
4. 貴重な初モノ南高梅 **完熟しそ漬　梅干1kg**
5. ハリウッド女優の秘密兵器 **ハリ肌クリーム　プロント**

※2010年11月現在　ウェブサイト「えるこみ」での「リビこれ！」人気商品ランキングより

2011年のチャレンジ

- ★ リビング新聞グループの通販プラットフォームを構築する
- ★ リビこれ！発のヒット商品となるエッジの利いた商品の企画と開発
- ★ 通販という新規事業を通じてリビング新聞グループの新たなビジネスルールを構築する

interview

ファン増加を目標に、4月に向けてさまざまな施策を吟味中

リビングプロシード
ダイレクトマーケティング事業部長
阿部浩明

通販事業は過去何回かトライしたことはありますが、全社事業として本格的に参入するのは初めてです。

メディアは情報を受け取った人がどういうアクションを起こすのかを知ることは難しいのですが、通販を始めることでそれがわかる。購入した理由やしなかった理由、30代と50代の反応の差など、情報を蓄積して分析することで見えなかったものが見えてくる。クライアントに対しても、もう一歩踏み込んだ情報提供ができるようになるでしょう。その意味では、通販事業には新しい収益基盤を構築する大きな可能性があるといえます。

数ある通販の中で、いかに「リビこれ！」のファンを増やすかが課題。エリアで光るいいものを紹介したり、オシャレな街のNo.1パティシエのケーキを組み合わせて商品化するなど、リビング新聞ならではのMDを吟味中。

紙とネットと人を有機的に組み合わせたリビングならではの通販を構築したいですね。

©リビングくらしHOW研究所　※無断転載を禁じます