

オーダーメイドに特化した 通販年商2.5億円の ファングッズ専門店の軌跡



■FUN-CREATE株式会社様の会社概要



ゲスト講師
FUN-CREATE株式会社
代表取締役 十文字 真輝 様

愛知県西尾市に居を構え、アイドル応援うちわ専門サイトとして15年以上の歴史をもつ、FUN-CREATE様。推し活グッズ・ファンサうちわの草分けとして2006年に創業し、「推し活」という言葉が一般化する前からグッズ販売を開始した、業界の草分け的存在でもあります。

最初は社長の手作りから始まったうちわ製作は、2.5次元ミュージカル需要などで事業を拡大。

コロナ禍で売れ行き8割減などのピンチも乗り越え、現在では年商2億円を超えるに至ったFUN-CREATE様が、いったいどんな戦略で業績を伸ばし続けているのか？

今回は特別に社長の十文字様よりご講演いただきます！

オンライン WEBセミナー

2024年3月27日(水) 13:00~15:00

※詳細は、申し込み後ご連絡させていただきます

主催：トゥルーコンサルティング株式会社

〒108-0073

東京都港区三田2-14-5 フロントウ三田10階

電話：03-3260-5011 / FAX：03-5539-3933

お問合せ・お申込みは、
<電話・FAX・HP・フォーム>より

トゥルーコンサル

検索



FUN-CREATE様による特別講演！ ～ オーダーメイド型ファングッズ専門店の軌跡～

【ゲスト講師】 FUN-CREATE株式会社 十文字様のご紹介

新卒で入社した日本マクドナルドを退職後、数社の転職を経てのち、通販サイトにて「アイドルなどを応援するための手作りうちわを販売する」、ビジネスモデルを考案。自らホームセンターで素材を購入し、自宅でうちわを手作りで作成していた黎明期より、幾度かの設備投資などを経て、順調に売り上げを拡大。

2009年にFUN-CREATEを法人としてのち、今日では従業員30名前後、年商2億円規模の企業にまで成長した。

急成長の一方で、年休168日・週休三日制の採用など、福利厚生の拡充にも注力。

将来は北海道に移住してセカンドライフを送る構想を温めつつ。日々多忙な業務に邁進している。私事としては最近、中小企業診断士の資格を取得した。



オリジナルグッズ専門店
本店 ファンクリ



応援うちわ専門店
本店 ファンクリ



ポスタークリーム専門店
本店 @Frame



FUN-CREATE
overseas

ここでしか聞けない！

FUN-CREATE × トゥルーコンサルティングの独占インタビュー！



ゲスト講師
FUN-CREATE株式会社
代表取締役 十文字 真輝 様



TRUE CONSULTING
大谷 雄太

2006年 ヤフオクで1万円のうちわを見つける

当時、職を失い夜勤バイトをなさっていた十文字様はある日、Yahoo!オークションでジャニーズアイドルの応援用のうちわが約1万円で売られていたのを発見します。「これなら自分でもできる」と思い、お手製のうちわを作り販売したのが、市場を狙うきっかけです。品を出せば出すほど卖れたのですが、全て手作業であり、時給換算するとそこまで儲かるということはなかったのですが、大きな可能性を感じおりました。



2009年：法人化

2009年：法人成りする。アパートが手狭になってきたため、このタイミングで事務所兼オフィスを開業。

2011年：プレハブのオフィスを4棟開業。機材にレーザー加工機追加

2014年以降：溶剤系プリンターを毎年追加 1台／200万～300万
更にUVプリンターも追加 3台 200～400万

2019年 増築 昇華転写プリンター、および転写用アイロンを導入。

また、2013年からオリジナルグッズサイトを開設しております。

2015年：デザインシミュレーターを導入



2015年にはデザインシミュレーターを導入。スマホで簡単にお死活グッズが作成できる手軽さが受け、年間販売実績は28000個近くに上る。デザインシミュレーターは、特徴として

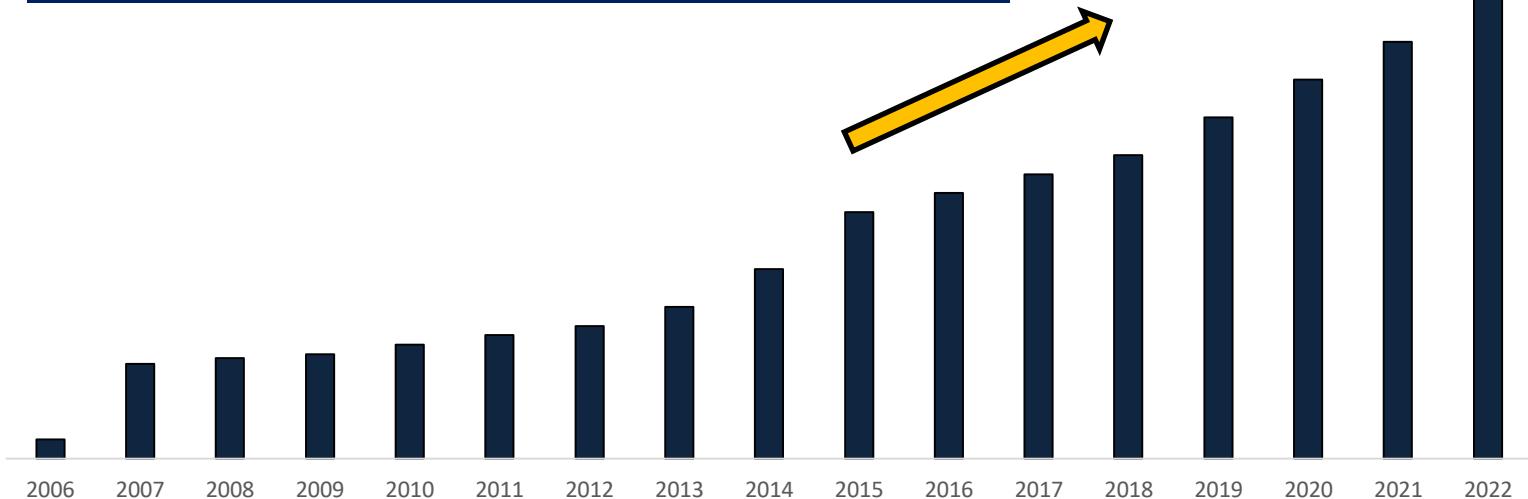
- ・アプリの登録不要
- ・グッズ1個からかえる
- ・グッズの量が豊富
- ・シミュレーションが無料

といった点があげられます。

コロナショックでも成長を続ける

会社売上推移

伸び悩む時期に対策を打って毎年成長を続けられている



2020年はコロナ禍によりコンサートやミュージカルが軒並み中止・延期の憂き目に遭い、その煽りを受けてうちわの売上が大幅に減少。

売り上げ確保のため、これまで手間だと思い避けてきたクッション、抱き枕、アクリルスタンドのオリジナルオーダーを受けることで売上を補填した。2021年、トゥルーコンサルティングと共にAmazonを強化したこと、前年度売上は昨年対比を超えるまでに至った。



モールよりも自社サイトを優先

企業の方針としてはオリジナルオーダーが強いので、カスタマイズしやすい自社サイトに注力している。また、手数料がかかるモール系にはあまり傾斜せず、商品の登録をし、在庫を置いておく程度にとどめている。

人員と運営体制

手厚い福利厚生により離職率は低く、採用には困っていない。

2009年 創業

2015年 正社員を2名採用

2022年 週休3日制を採用。年休は何と168日！

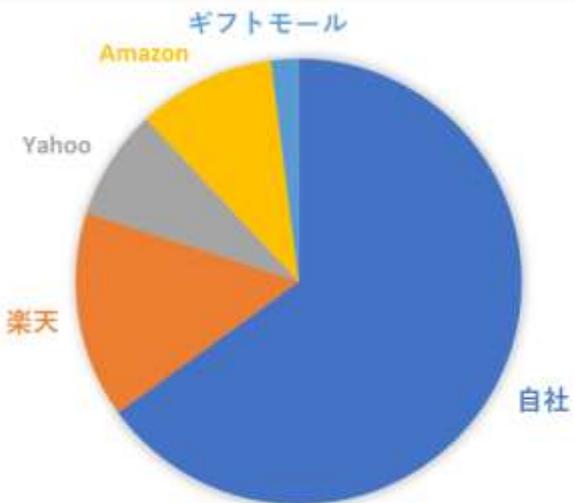
2023年 正社員4名追加。正社員11名／パート・アルバイト20名の31人体制に

モールへ割くリソースは最低限に

楽天、Yahoo、Amazon、ギフトモールとモール展開はされているが画像や文言は自社サイトのものを流用。最初の商品登録はしっかりと行い、あとは社内では広告をかけたりSALEもあまりせず置いている状況。それでも一定以上の売上は作れている。

一部の自社サイトの広告運用、Amazon代行（弊社サービス）など外部サポートを使われている。

また自社サイトの広告費は年間約1,200万ほどと年間の広告宣伝費は10%未満に抑えられている。



自社サイトで強いポイント：1 スマホで簡単

FUN-CREATE様の「WEBデコ」（スマホで簡単にオリジナルグッズが作成できるツール）の完成度が高くりピート性が高い。

よくあるサービスであれば写真をアップロードするだけで細かいテキスト修正や完成イメージまで提供するサービスはあまりない。WEB上で行うのでいちいちアプリをダウンロードする必要もなく「1分で作れる」ことを押し出している。例えば右のような画像であれば、グラデーションをつけたり、文字のフォント大きさを微調整したり、更には縁の部分の欠けた色の塗り足しまでスマホ上で完成イメージを見ながら完了する。

シミュレーション画面



自社サイトで強いポイント：2 出荷が早い

翌 営業日出荷商品

2/9,10ご注文で2/13迄に出荷

2/11,12ご注文で2/14迄に出荷

2/13,14ご注文で2/15迄に出荷

オーダーメードの受注生産であっても、効率的なシステム化により迅速な出荷を実現しております。売れ筋のオーダー商品は基本的に翌営業日出荷に対応しており急な対応に間に合うことが魅力です。

自社サイトで強いポイント3：Google検索上位

サイトSEOにはかなり力を入れている。例えば、卒業記念品が売れるシーズンには各商品ページに季節毎に卒業記念関連ワードを入れ、特集ページのSEOを強くされている。ツールを使い、分析・対策もそこをメインにやられている。また競合他社に負けないよう、アイテム数を増やしている（現状5000程度）

その他認知度向上のためにキラーアイテムを作り、自社に誘導する仕組みを作る、などの施策を行っている。

詳細な対策と手法・チェック管理についてはセミナーにて説明していただきます。

【検索順位実例】

- ・ うちわ 1位
- ・ 応援うちわ 1位
- ・ ファンサうちわ 1位
- ・ アクリルスタンド 2位

自社サイトで強いポイント4：蓄積された技術力



長年、プリント加工・レーザー加工のサービスを展開しているため、社内に商品加工のノウハウがあり、お客様からの難しい要望にも応えられるようになっています。お客様からの要望もあって完成した商品もあります。ただ単に文字や画像を入れるオリジナルオーダー以上のクオリティーを提供することが可能になっています。

FUN-CREATE様のこれから

FUN-CREATE様は「10億プロジェクト」、と銘打って現在、年商10億に向けて社内で頑張っている最中でございます。そのために先んじて人員を増やしたところであり、今後とも業務の拡大に努めてまいります。

また、私たちの目標は、ファンの皆様が推しに対する愛を常にアピールできるような、楽しい推し活ライフをサポートすることです。これからも皆様の推し活を全力で応援・サポートし、推し愛を形にするためのアイテムを提供し続けます。ぜひ、当店の推し活グッズをご覧になり、あなただけの特別な推しグッズを見つけてください。

オーダーメイド特化型の高収益モデル 上手くいく秘訣とは！？

オーダーメイドで差別化！自社サイト EC成功パターン 最新のモデル2024

紙上
解説

これだけ読めば、EC参入・拡大が成功する
重要な3つのステップ徹底解剖



TRUEコンサルティング
大谷 雄太

本レポートをお読みいただきましてありがとうございます。TRUEコンサルティングの大谷(オオタニ)と申します。特注品、オーダーメイド等の大手企業が嫌がるきめ細かいサービスに関しては本当にニーズがあるのか、投資する価値があるのかというところが一番の懸念と思われます。結論から申し上げると、お客様から問い合わせがあったり、需要があるならば戦える、チャンスがある市場だと考えています。

今回、FUN-CREATE様の事例を含め、企業様が着実に高収益なオーダーメイド型のビジネスモデルを確立するためのモデルの紹介と成功のためのステップをご紹介します。

オーダーメイド特化型高収益モデルがEC・通販で成功する重要な3ステップ

その1：注力サイトは自社サイト

その2：自然流入と広告流入の2つを抑える

その3：客単価が少しでも高いところを狙う

大切なのは、ニーズのある商品をECチャネルで適切な販売をすること。自社のファンを育成しながら売上を拡大すること。この当たり前をちゃんとするとオーダーメイド特化型高収益モデルを達成できるのです。

次項の成功企業情報をご覧ください。



TRUE流 オーダーメイド特化 別格の通販成功事例（一部）

TRUEのメーカー様向けの通販ビジネスモデルは、日本トップクラスの実績があります。「オーダーメイド特化型」は安定的に受注を取る仕組み作りとシステム構築が重要になってきます。我々と他社の事例をぜひ比較をしてください。



お菓子の名入れ企業様 通販年商5億達成

香典返し、結婚祝いなどの1件当たりの注文単価を引き上げることで売上拡大に成功。またBtoCだけでなくBtoBの需要も獲得されている

オーダーインテリア商材 通販年商2億円達成

高級家具を購入する層をメインターゲットにしたオーダーインテリア商材を展開。ネットで完結するためのシステムを導入。お客様から実際の写真やレビューをサイト上にアップし続けることで自然検索上位に。



材木問屋様 通販年商2億円達成

小口BtoB向けのオーダーカットに特化。出来るだけ手軽に注文できるように使いやすいようにシステムを導入。

スポーツ用品企業様 通販年商6億達成

粗利を大きく取るところはオーダーで受注を受ける部分。仕入れ品は客寄せと割り切って利益がそこまで取れなくても問題ないという販売戦略を実施。



お電話でのご相談はこちら

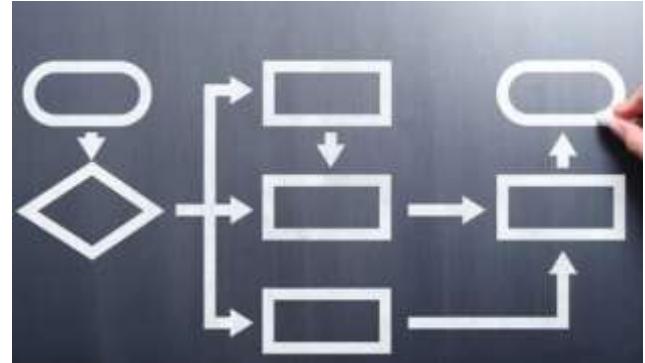
03-3260-5011 受付 | 平日9:00-18:00 土日祝定休

その1：注力サイトは自社サイト

自社だからこそ良心的なシステム導入が可能

自社サイトはプロセスの最適化が可能

オーダーメイドの販売には、顧客が商品を自分の好みに合わせてカスタマイズできるプロセスが必要です。またそのプロセスによって完成した商品の金額が変わるという仕組みがユーザーにとって使いやすいものとなります。そのため自社サイトでのオーダーメイド販売が他のプラットフォーム比べて売りやすいのです。



自社サイトに導入可能なシステム



システムと一概に言っても正直、仰々しいものはあまりありません。お客様にとって何があればわかりやすいかと販売者側が管理しやすいかを明確にしてそれを簡単にしていく作業になります。セミオーダー型でお客様に条件を出してそれに応じて価格や表示を変えるといった簡単なもので、購入率は大きく変わってきます。

モール系は落ち着いたら実施

フルオーダー型の商品はモール系と相性は良くないです。それは出荷日数がかかること、検索で埋もれてしまうこと、注文者とやり取りしづらいことなどがあげられます。セミオーダー型にして注文を受けることも可能のため商品登録をしてユーザーの動きを見るのはいいとは思います。ただ自社サイトと比較するとどうしても自由度が落ちるので制限された中で対応していく必要があります。

その2：自然流入と広告流入の2つを抑える

安定的な顧客獲得のための集客

安定的な集客の入り口として自然検索流入と広告流入を狙っていく必要があります。オーダーメイド型になると対応している企業数が絞られるので、既製品販売よりも狙いやすい傾向にあります。

Google検索上位を狙う（自然流入）

施策を行ったとしても即効性は低い場合でもまずはニッチワードでもいいので徐々にコンテンツや情報量をサイト内に増やしていくことを推奨しています。安定的な集客が見込めれば当然ですが売上は安定します。ねらい目キーワードはどんなマーケットにも見つかったりするのでそこを見つけて仕掛けていきます。



You Tube検索上位を狙う（自然流入）

オーダーメイド型ですと説明が必要な場合や既存商品では解決できない悩みがある場合があるのでYou Tubeの動画で実例を掲載するのも良い手法です。実際に防音関連商材を扱う企業様では国内だけでなく海外からの問い合わせ獲得にも成功しています。



広告を活用



立ち上げ時は既存のサービスが必要があるのか、離脱するポイントはどこかなどを調べるために月に最低10万円は広告投資は必要になります。広告で即時的にアクセスを集めていきながら提供するサービスの質を上げていきます。まずはGoogle広告を実施し一定以上の結果が見えたらMeta広告へ投資していくことを推奨しております。

ステップ3 客単価を上げるターゲット選定



その3：客单価が少しでも高いところを狙う

小口BtoBと特定イベントが狙い目

お客様からの注文単価が高いほうがもちろん収益性も良いですし何より広告投資に対しての回収がしやすくなります。単純に個人消費を狙うのではなく、客单価が高くて需要あるマーケットを探してテストしてPDCAを回すということを実施していくきます。

小口BtoBを狙う

専門店、居酒屋、医療法人、学校法人、スーパー、ホームセンター、飲食店などがターゲットになります。商品によって異なりますが、業種別に特化した商品をこちら側で用意してあげると注文されやすくなります。



大きな金額が動きやすいイベントを狙う

出産祝い返し、結婚祝い返し、香典返しなどお返し系は全員に同じようなものを大量に送るので1件あたりの注文単価が上がりやすいです。また別途引き出物、パーティー用品、入学祝い品など複数の人数が関わる行事や一生に一回しかないライフイベントは単価が高くなります。



富裕層向けの商品

当たり前ですが富裕層向けに売ることで単価はあがります。高級家具、高級車、高級時計、ヨットや船、ペットなどに特化したオーダー商品にしていくことで単価は上がります。



より詳しく知りたい方に特別セミナーを開催いたします
FUN-CREATEの十文字様にゲストとして登壇頂きます！



ここまでお読みいただいた経営者様へ 参加者
限定セミナー開催のご案内です。 累計
1000社超

お忙しい中レポートをお読みいただき、ありがとうございます。

いかがでしたでしょうか？

本レポートでもお伝えさせていただいたとおり、オーダー型商品を開発し強化することは、競合他社との差別化となり新しい柱になる可能性を大いに秘めております。今回、弊社が提言している「オーダーメイド型の高収益ビジネスモデル」は、FUN-CREATE様では試行錯誤されながらも現場で実践・成功しているモデルになり、日本国内では知名度の低いメーカー様にとっても有効であると我々は考えます。

ここから本DMを読んでいただいた熱心な経営者様・責任者の方へ
セミナーのお知らせです。

たった2時間、しかも受講料は**22,000円（税込）のみ！**

オーダーメイド特化型の高収益ビジネスモデル
人員・設備・マーケティングのリアルを語るセミナー

- 通販に再チャレンジしたい、通販での売上が伸び悩んでいる経営者様
- 事業構造を再編したい経営者様

このレポートをお読みいただき、このように感じたあなた様であれば是非このセミナーにご参加いただき、FUN-CREATE様や弊社が取り組んできたことを実際に見て学び、明日からの経営に役立ていただければ幸いです。

→ 次頁にて、詳細のご案内。

新しい売上の柱を探されている企業様向け
オーダーメイド特化型の高収益ビジネスモデル
FUN-CREATE株式会社 十文字 真輝 様 ゲスト講演

具体的にどんなことが学べるのか？
セミナーで学べることをほんの一部ご紹介いたします。
十文字様を含めて、質疑応答の時間を十分にとっており、
無料経営相談の時間なども用意しております。

- 創業当時の経緯
- お客様選びのマーケティング
- 売上と人員の相関関係
- 設備投資のタイミング
- 設備維持の苦労
- 技術力や完成品の品質について
- オーダーメイド商品の失敗割合
- お客様へのアフターフォローワー一体制
- 競合他社との差別化ポイント
- 実際のプロセス管理とオペレーションの中身
- ユーザーが使いやすいUIのポイントとシステムについて
- 自社サイトのSEO対策をどのように実施しているか
- 自社サイトの広告の使い方について
- リピート対策について
- 出荷スピードを早くするための工夫
- 気を付けた方がいい過去の失敗談
- オーダーメイド型の参入障壁について
- 週休3日制導入後のいまについて
- 今後の方針について

いかがでしょうか？ 個別の自社商品・相談のついても、
セミナー以外の時間で個別相談スケジュールも確保しております。
最後に「**セミナー等の参加条件**」がございます。

今回セミナーは「**FUN-CREATE様**」のご講演ももちろんですが、我々が20年以上培ってきたリアルな経験値、お客様と共に実証してきた成功ノウハウであり、セミナーでの内容をしっかり実践することで着実に売上は上がってくるものと思われます。最後の講座では、現場の最先端にいる我々からポイントをお伝えしていきます。我々とクライアント様が積み上げてきたノウハウは時間とコストをかけた貴重なものです。それをたった**2時間**と**数万円強**でお持ち帰りいただけるのです。

我々もご参加いただく企業様に対しては、**5**つの条件がございます。

- 1) 必ず経営者、経営幹部の方もご参加いただくこと
- 2) 本気でEC通販に成功する情熱があること
- 3) 年間投資額240万円以上が可能なこと
- 4) 本ビジネスモデルの導入をご検討いただくこと
- 5) セミナー前後の経営相談にご参加いただくこと

(講師より)

最後までDMをお読み頂き、本当にありがとうございました。すでに複数の企業様の参加が確定しており、先着**10社様限定**と数少ないお席ですがご理解頂ければと思います。本セミナーにご参加いただきまして、EC事業を成長・発展して頂けるようお手伝いさせて頂ければ幸いでございます。今後ともどうぞよろしくお願ひ申し上げます。

セミナー講座カリキュラム

第0講座 13:00 ~ 13:05	本会の趣旨 & 講師紹介 ※5分程度の「ご挨拶時間」があります
第1講座 13:05 ~ 15:00	ゲスト講師 FUN-CREATE株式会社 十文字 真輝 様オーダーメイド特化型の高収益ビジネスモデル 人員・設備・マーケティングのリアルを語るセミナー
第2講座 15:00 ~ 15:15	トゥルーコンサルティング主催 当セミナーの振り返りとアンケート回答のお願い

申し込み・お問い合わせは最終ページにあります



TRUEコンサルティングの経験・実績 会社概要・講演実績等

リアルな実績と現場経験を積んでいるメンバーが
レポートの執筆・相談会の講師をいたしますので、ご安心ください。



元船井総合研究所No.1コンサルタント

EC・通販の実績では**月商1,000万～10億以上**まで幅広い実績を持つ、EC・WEBマーケットの第一人者

元船井総合研究所のWEBグループのトップとして、立ち上げ&拡大を行い、個人でもトップコンサルタントとして社内No.1の実績を持つ(2015年1月末退職)。

業界No.1、海外チャンネルで勝てるEC・通販ビジネスに成長させたクライアント企業数は、70社以上あり、累計800件以上の通販・EC案件を経験している。

現在は越境ECを含めた海外WEBマーケティングに集中し、日系&クライアントの実績を拡大させている。

トゥルーコンサルティング株式会社

代表取締役CEO 萱沼 真吾



コンサル・スタッフ
合わせ20名強の体制で業界とクライアントに貢献をしていきます。



Be a Great Small.
中小機構

中小機構様での講演・
審査を実施



SMBC日興証券

SMBC日興証券様 主催セミナーにて講演



ECのミカタにて取材、
コラム記事、セミナーなど掲載



ネットショップ担当者
フォーラム・コラム記事、セミナーなど掲載

お申込用紙 申込FAX: 03-5539-3933

日程: 3月27日(水) 受付 12:45, 講演 13:00~15:00

場所: オンラインWEBセミナー ※事前にZOOM手配をいたします

お試し参加: 22,000円 通常参加: 58,000円



お問合せ・申し込み: 本用紙に記入をいただきFAXをいただくか、右のQRコードにてWEBからお申し込みくださいませ。また、お問い合わせ等は電話でも受け付けております。電話: 03-3260-5011

キャンセルについて: 開催日から15日以前はキャンセル無料、14日以内は50%、7日以内は100%いただきます。ご了承くださいませ。

オーダーメイド特化型の高収益ビジネスモデル 人員・設備・マーケティングのリアルを語るセミナー

<input checked="" type="checkbox"/> チェックをしてください	<input type="checkbox"/> セミナーに参加する、 <input type="checkbox"/> 個別に相談がしたい			
お申し込み欄				
フリガナ			フリガナ	
御社名			代表者名	
フリガナ	役職	メールアドレス		
ご連絡担当者	受講票の発送をもって受付とさせて頂きます。			
住所	〒			
TEL	() -	FAX	() -	
御社の営業状況	主要取り扱いカテゴリー	企業年商 千円	ネット年商 千円	ネットショップ営業利益 千円
御参加者詳細	ご参加者氏名	役職名	ご参加者氏名	役職名
	フリガナ		フリガナ	
今回、お申し込みを頂いた方は、間違いなく自社の将来を真剣に考えている数少ない経営者・幹部のお一人だと思います。 そんな御社の現在の現状・課題等をお聞かせ下さい。				
【現状の課題を出来るだけ具体的に整理してください】				
今回のセミナーにご参加される方は、無料個別経営相談がセットです。(どちらかに□をつけてください)				
<input type="checkbox"/> セミナー当日、個別無料経営相談を希望する。				
<input type="checkbox"/> セミナー後日、無料個別経営相談を希望する。 (希望日 月 日頃)				

【個人情報に関する取り扱いについて】

1. 申込用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーのご案内といった当社の営業活動やアンケート等に使用することがあります。(ご案内は代表者様宛にお送りすることがあります)法令で定める場合のほか、

お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。

2. セミナーのご案内時に、いただきました住所・貴社名・部署・役職・ご担当者氏名を当社が個人情報の管理について事前に調査した上で契約しましたダイレクトメール発送代行会社に発送データとし託すことがあります。

3. 必要となる情報(会社名・氏名・電話番号)をご提供いただけない場合は、お申込のご連絡や受講票の発送等ができない等、お手続きができない場合がございます。

4. お客様の個人情報に関する開示・訂正・追加・停止又は削除につきましては、こちら TEL:03-3260-5011までご連絡ください。

【個人情報に関するお問い合わせ】

トゥルーコンサルティング株式会社 お客様相談室:TEL:03-3260-5011

ご提供いただいたご住所でのダイレクトメールの発送を希望されないときは、右の□にチェックをおつけください。□ 希望しない