

株式会社 レスタス

所在地

大阪市北区中之島 3-2-18

住友中之島ビル 4F

事業内容

名入れオーダーメイド品のEC事業

T E L

06-6479-2220

オーダーメイド品の EC 事業自動化システムを開発

独自システムの開発により、名入れオーダーメイド品の EC 事業において発注から納品を自動化。将来は 6 兆円規模とされるギフト市場への参入を狙う。

沿革

◆ 事業にかける思い

名入れオーダーメイド品の MonotaRO、Amazon、ラクスルを目指す。

当社名の「LESTAS」には無駄なタスクを減らし、業務を効率化する「LESS_TASK」の意味合いがある。また、会社ロゴにはタスクの完了を意味するチェックマーク「レ」を採用している。

【LESTAS のロゴマーク】



さらば、無駄なタスク。

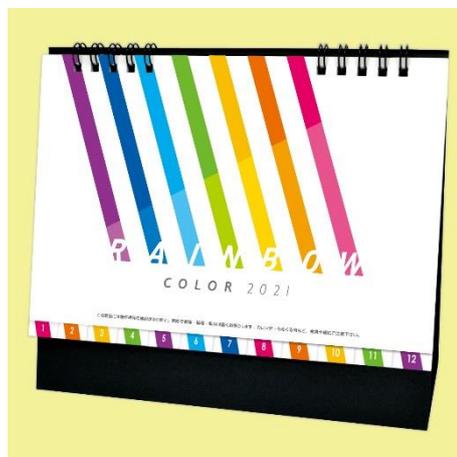


◆ 起業に至る経緯

代表取締役の大脇晋氏は、同志社大学卒業後に株式会社ユニ・チャームに入社し、福岡支店に配属となり、渉外等を担当。その後、株式会社リクルートに転じ、顧客となる様々な経営者とビジネスを通じて出会う中で自身も経営者への思いが強くなった。

そうした中、ある経営者よりカレンダー購入の話を持ち掛けられたのを機に興味を持ち、オーダーメイド品の EC 事業に着目した。当初は名入れカレンダーを中心に受注販売していたが、その後、タオル、うちわ、鉛筆、年賀状等に対象範囲を広げており、近時では封筒も加えて顧客の裾野を拡大している（2019 年時点における名入れカレンダーの売上構成比率は 60%）。

【当社製作のオーダーメイドカレンダーの一例】



※防水性があるため、書きこみの際は油性ペンをご利用下さい。

【運営サイト／名入れカレンダー製作所】



【運営サイト／名入れタオル製作所】



特徴・強み

◆ ビジネスモデルとその特徴

オーダーメイド品の EC 事業では、発注者からデータ作成者を介して製造業者に発注。製造業者から物流業者への配送指示等、変更やクレームがあるとさらに問題解決が複雑化するなど、コミュニケーションが多く介在する。

当社は独自システムにより、これらを解消しており、お客様には早い・安い・簡単という訴求効果を生んでいる。

◆ 強み・アピールポイント

CTO の柳本晋氏が開発した当社の独自システムは、CRM を活用し、マーケティングに最適化されているのが特徴である。

約 6,000 社に及ぶ顧客データを様々な角度から分析可能で、顧客の傾向、収益性等の統計・分析を行っており、NB だけでなく PB への囲い込みを行っていく。

徹底した自動化により、販売経費・営業経費が抑えられているほか、この独自システムの浸透に伴い、2019 年には顧客リピート率が 70% にまで高まっている。また、一度リピートした顧客からは、その後も継続的な受注を得られるケースがほとんどである。

将来展望

◆ 今後の事業展開

5 年後、10 年後の目標とする到達点やロールモデル

5 年後は現在取扱っている商材以外に水平展開し、プラットフォームを目指す。

また、10 年後については現時点では断言できないものの、この独自システムをパッケージとして提供していくことも視野に入れている。

◆ 今後新たに開発したい商材・サービス 拡充したい販路（ターゲット層）

当面は 7,000 億円規模とされる事務用印刷関連市場での名入れオーダーメイド品を展開するが、将来的には 6 兆円規模とされるギフト市場への参入を視野に入れている。

PR 事項

◆ 提供サービスにおける PR 事項

世の中の無駄なタスクを一掃して、世界中の業務を効率化することをミッションとしており、オーダーメイド品の受注・製作を、ネットワークと独自システムによって Web 上で完結する。このため、複雑な業務フローから解放されるほか、分かりやすく、使いやすい点に定評を得ており、多くのリピーターを獲得している。

会社概要

設立：2011 年 6 月
資本金：510,620 千円
従業員数：30 人（非正規 20 名を含め 50 名）
U R L : <https://www.lestas.jp/>
主力サービス開始時期：2011 年 6 月