

実践！IT活用

財部からの

ネット通販奮戦記

(実況中継！まとめ)

「インターネットで商売を始めたいけれども、なかなか売上が伸びなくて困っている」という方が多くいらっしゃると思います。そういった方々のお力になればという気持ちで連載してきました。今回は、まとめとしてご報告いたします。

1. B to Cの現状

経済産業省が発表した「平成20年度わが国のIT利活用に関する調査研究」によると、平成20年のB to C(消費者向けE C)の市場は、前年より13.9%増加の6.1兆円となっています。まだまだ市場が冷え切っていると思われるのですが、ことB to Cにおいては拡大の一途をたどっています。

鹿児島県内では具外資本の大型店舗の進出でにぎわっています。具内資本の企業は非常にきびしい経営環境にあります。でも、私の知り合いのネット通販をしている

方は、上記とほぼ同じ比率で売上を拡大されています。読者の皆様も厳しい経済状況の中ですが、ネット通販での拡大を目指しておられることでしょう。

2. 事例企業のまとめ

事例企業は鹿児島県曾於市財部町にある「つばき油工房紅屋(代表者・徳重尚盛さん)」です。紅屋は「べにや」と読みます。

① 異業種からの参入

徳重さんは元来、建築資材製造販売業を営んでおられますが、おばあさんの頃から地元で作っておられた椿油をインターネットで販売されています。つまり、異業種からの参入です。ほぼ独学です。らしいホームページを作成、そのご苦労は一方ならぬものであったと思います。

② 指導内容(訪問者解析と販売戦略の組み合わせ)

【販売戦略】

販売方針は、自社ホームページ内でプレゼント/無料サンプルを中心に活動するものとし、サンプルを使っていただいた方からの購入ならびに、口コミによる波及を方針にしました。つまり、「ホームページ閲覧」↓「サンプル応募」↓「サンプル使用」↓「口コミ(拡大)」↓「購入」↓「リピータ獲得」としておられます。

これは、一貫して続けられている方針です。この戦略に顧客を誘



導するよう、ホームページの修正や検索エンジン対策を継続実施しておられます。

【Google Analyticsによる訪問者解析】

ホームページ解析ツールである「Google Analytics」を利用し、自社のECサイトの現状をグラフや数字で確認し、今後取組むべき課題を見つけ対応する、というものです。たとえば、

- ・何というキーワードで検索されたか
- ・良く見られているホームページはどれか
- ・どのページで利用者がホーム

ページを離れていったか
・どの地方から見ていただいたか

Google Analytics 分析(例)

セッション数 374 が 17 種類のページ数 からサイトの閲覧を開始

閲覧開始ページ	閲覧開始数	直帰数	直帰率
index.html	203	66	32.51%
igoods_introduce.html	30	24	80.00%
material.html	23	4	17.39%
manufacture.html	20	5	25.00%
sample.html	20	13	65.00%
special_quality.html	17	7	41.18%
southern_yushu_guide.html	10	9	90.00%
idamage_hair.html	9	4	44.44%
present.html	7	2	28.57%
shopping_guidance.html	7	0	0.00%

17 件中 1 - 10 件目

Google Analytics 分析(例)



などの実際に起こっていることを確認することができます。これらのECサイト訪問者の解析情報と販売戦略を組み合わせて利用者目線でのホームページに近づけるようにしています。

③その他の取り組みや工夫点
・化粧品口コミサイトの効果

「化粧品のことなら！みんなのクチコミサイト@cosme (アットコスメ) <http://www.cosme.net/>」という化粧品の口コミサイトがあり、女性中心にアクセスされているようです。紅屋の商品をお使いになられたお客様からの投稿をきっかけに、別のお客様が椿油のサンプルを申込み使用してみたの感想や商品に対する評価等をしていただいています。

・YAHOOオークションへの出品

県内外からのアクセスを増やす事が重要であることから、商品の露出、すなわち多くの方に商品を目にする機会を増やすようにすることを考えています。

・イベント日のプレゼント商品企画

椿油を敬老の日のプレゼントとして購入していただくような企画(全品20%オフ)も行い、購買者の年齢層を広げようと考えています。

・申込者への丁寧なお礼メール

通販サイト運営者の基本事項かも知れませんが、注文をいただいた方や無料サンプルの申込みをいただいた方に関係なく丁寧な文書でメールを返信し、紅屋の商品を使用していただいた方とのコミュニケーションを大事にしています。

3. 連載のまとめ

以上、現在までの「異業種からの本格参入での苦労の状況と、前向きな取り組み」をご報告しました。この事例を踏まえ、読者の方々に参考となる点をまとめとして今回の連載を終わります。

①ばら色を全員がつかめるものでなく、着実かつ論理的に進めていく

このようなお話があります。

「ある会合で、地味な商店が実はインターネットの世界ではとても有名で、繁盛していることを知った。たしかにそのお店が年に1、2度バーゲンをやると大混雑するのは知っていたが、どうしてそんなに集客があるのか、そのときまで知らなかった。実はネット経由でバーゲン情報のメールを送ると、近隣県からお客さんが駆けつけてくれるのである。これを知った店主は、その日からネット販売の魅力に取り付かれる。その気になって情報を集めてゆくと、いろいろな成功事例が耳に入ってくる。こうなると1日でも早く

ネット販売で稼ぎたいと、熱くなってしまふ。熱に浮かされたようにネットショップ開業を熱く語る店主さんは、まるで新大陸を発見したような感じだった。」

ネット通販は一つの事業です。確実に売れる商品であれば値段を下れば売れますが利益が生まれません。また、競合店も全国に広がります。普段の経営と同じく、方針をしっかりとしているいろいろな手段を活用することが更に重要になります。今回の事例で使った道具はその一助になると思います。

②オークションで手がかりをつかむ

本格的に自社ホームページを作成するには、24時間寝る間を削って自力で作るか、お金をかけて作るしかありません。そのあげくに、販売状況が思わしくない場合には、お金の無駄とか、ネット通販は使えないという結論に達してしまいがちです。その前に、オークションでトライして手がかりをつかむのはいかがでしょうか。

オークションの特徴は、以下の特徴があります。

- ・みんなが集まり、集客の努力を自分でする必要はない
- ・初期投資が極めて少なくて商品の取引を開始できる
- ・操作はだれでもわかりやすいので難しくなく出品できる
- ・一円スタートなどいろいろなアイデアが試せる

③協力者を得る

最後になりますが、ネット通販を一人で運営することは非常に難しいことで、いろいろな方の意見や情報を吸収することにより、より良いネット通販運営が出来るはず。悩んだときに一緒に相談できる仲間であったり、かごしま産業支援センターの専門家アドバイザーの方もおられるのでうまく活用されてはいかがでしょうか。

☆筆者紹介☆

東中 益男 (Masuo HIGASHINAKA)

=資格=

ITコーディネータ

=所属=

特定非営利活動法人

ITかごしま支援隊 理事

〒892-0821 鹿児島市名山町4番3号

(株)鹿児島頭脳センター内

TEL: 080-3443-0812

URL: <http://www.itshien.org>

Mail: itksall@itshien.org

