



ネット・ショップ市場動向、 そして、あなたも開店できる！

- 1.市場動向
- 2.ネット・ショップ開設には
補足)Webマーケティング

プランドゥ・アシスト
白田 明

インターネット上の商店舗、すなわちネットショップは、一般消費者向け電子商取引(Business to Consumer -Electronic Commerce)と呼ばれます。

その店舗数は、正確に把握できていませんが、この10年で20万～30万の店舗がインターネット上にあるといわれています。

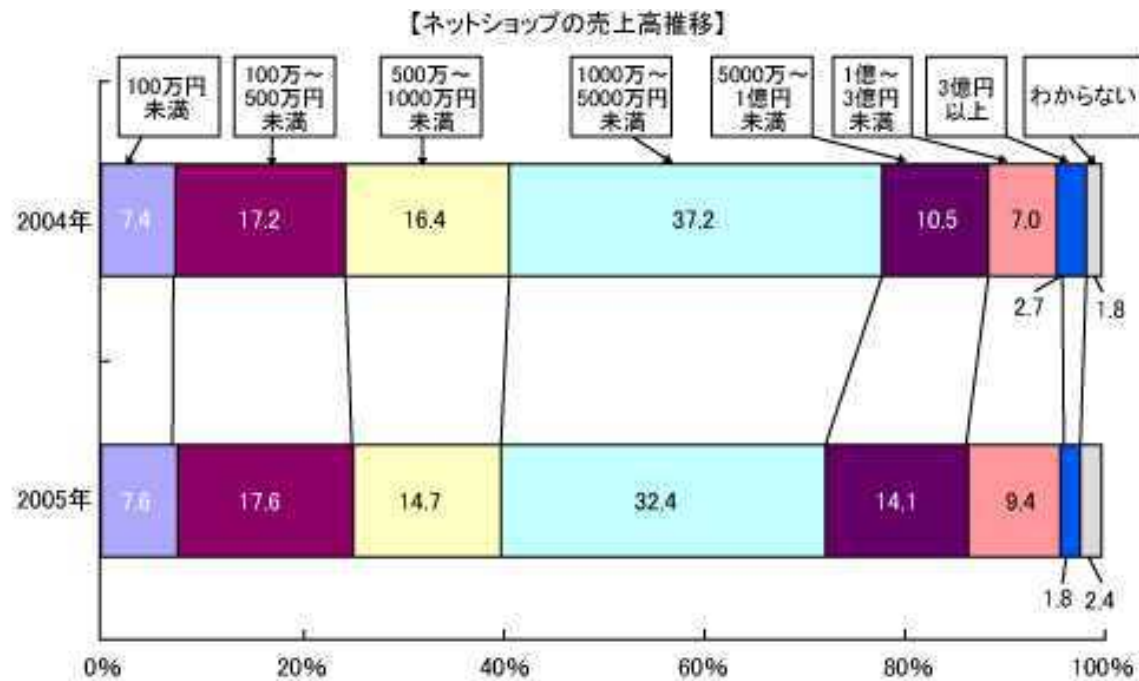
下記のグラフに見られるとおり、2000年から、売り上げは順調に推移し、2004年には、5兆6430万円となり、対前年比28%と伸長しています。



(経済産業省・ECOM・NTTデータ経営研究所 共同
「平成16年度 電子商取引に関する実態・市場規模調査」より)

ネット・ショップの売り上げを見てみると、2005年では、年商1,000万～5,000万円未満の店舗が32.4%ともっとも多くなっています。

2004年と2005年の売上高を見てみると、着実に店舗の年商が増加していることが読み取れると思います。従って、ネット・ショップ業界は売上げが増加しているといえます。また、他のデータでは、2004年の売り上げが「前年より増加した」と回答したネット・ショップは、全体の78.8%を占めていました。しかし、当然、減少したというショップもあることに注意してください。

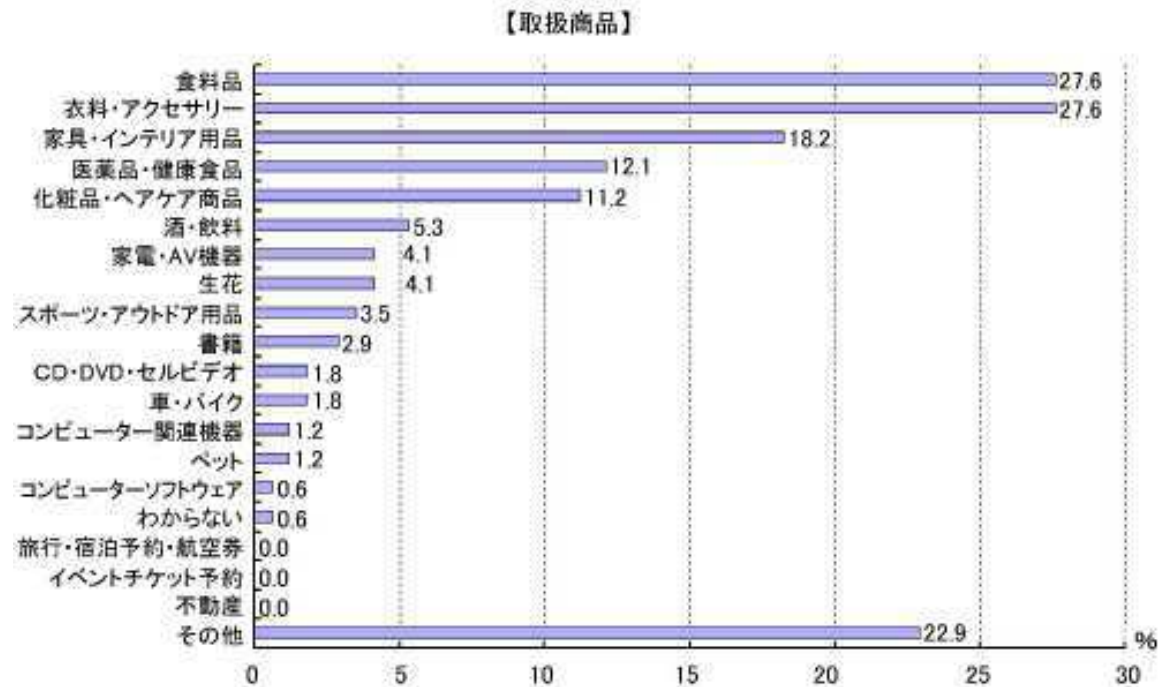


(財・インターネット協会「インターネット白書2005年」より)

ネット・ショップの取り扱う商品は、食料品、衣料・アクセサリがもっとも多く、このふたつで50%以上となっています。

またネット・ショップのみの販売店は、44.7%、実店舗との併売を行う販売店は、54.1%となっています。

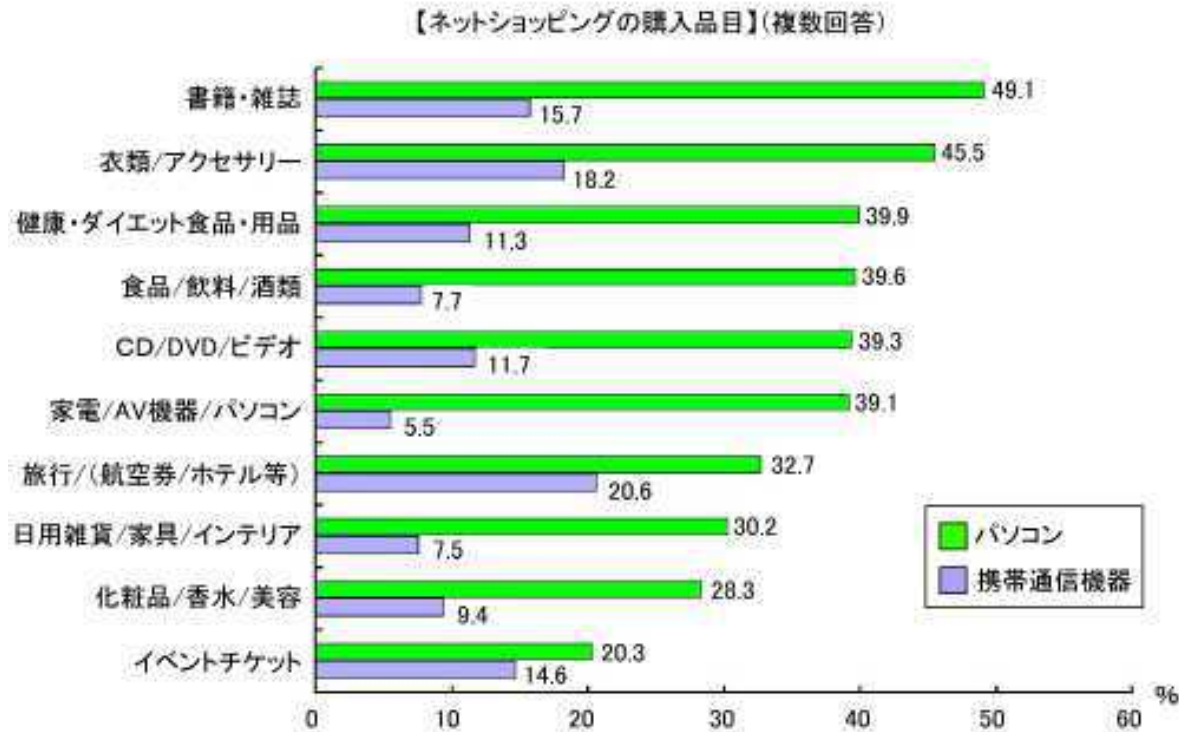
先のふたつの商品は、素人が扱いやすいためによく、素人がネット・ショップのみで販売しているケースも多いと推測できます。逆の視点では、この商品を避けて、取り扱いの少ない商品を扱うのが、よいと思われます。



(財・インターネット協会「インターネット白書2005年」より)

ネット・ショップを利用し、購入した商品を見ると、パソコンから購入した商品では、「書籍・雑誌」がもっとも多く、携帯電話では、「衣類・アクセサリ」がもっとも多い結果となっています。

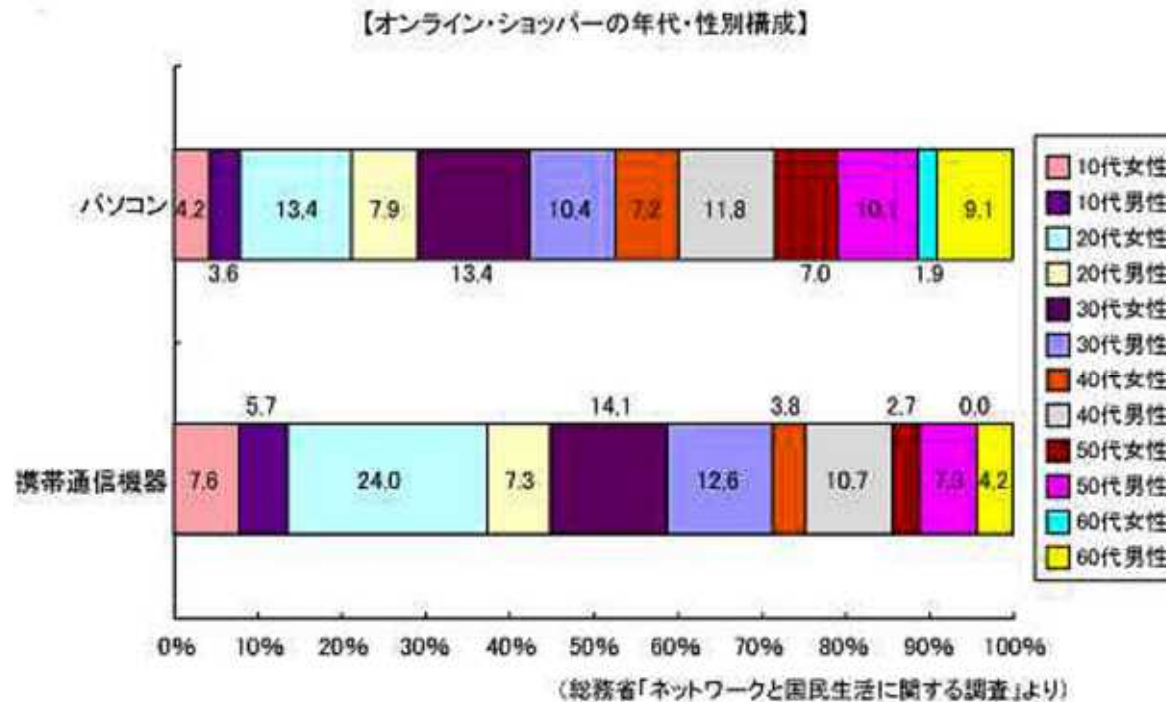
また、ホームページからの購入が多いのですが、携帯電話からの購入は、雑誌、通販カタログ、テレビの比率が高いようです。



(総務省「ネットワークと国民生活に関する調査」より)

パソコンのインターネット利用者における、ネット・ショップの利用実績は、89.1%と非常に高く、社会に根付いたといえます。一方、携帯電話では、18.1%とまだ低く、今後伸長すると予測されます。

ネット・ショップの利用者の年齢は、パソコン利用者では、各年齢に均等に分布していますが、携帯電話は若い女性の利用比率が高くなっています。10～30代女性が全体のうち45%を占めています。



	楽天市場	Yahoo!ショッピング	独自ショップ
初期費用	入門マニュアル 3万円	なし	ホームページ作成 10万円～
費用	スタンダード 5万円/月 1年契約、ロイヤリティ 4%	スタンダード 3.98万円/月 6ヶ月契約、ロイヤリティ 2.8%	ホームページ更新 1万円～
長所	<ul style="list-style-type: none"> ・集客力 大 ・ランキング楽天市場 ・楽天大学 成功・失敗事例の提供 ・受注管理・顧客管理可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・集客力 大 ・豊富な広告 ・ヘルプデスク 電話,メール 	<ul style="list-style-type: none"> ・オリジナルな店舗設計が可能 ・小額投資で開店可能
短所	<ul style="list-style-type: none"> ・ライバル店と競合 ・契約費用、ロイヤリティ負担大 	<ul style="list-style-type: none"> ・ライバル店と競合 ・契約費用、ロイヤリティ負担大 	<ul style="list-style-type: none"> ・サイトへの集客にくふうが必要

1. 小資本で事業が始められる

パソコン、モデム、プロバイダとの契約料金で始められ、普通の小売業より採算性がよい

2. 年中無休24時間営業ができる

パソコン、モデム、プロバイダとの契約料金で始められ、普通の小売業より採算性がよい

3. 世界の人々が顧客

ヒット商品が生まれたら、世界規模での成功も夢でない

4. 商品、催事に個性が発揮できる

こだわりのある店舗が作れる

1. 機器

パソコン、モデム、Fax、デジタルカメラ等



2. ネット・ショップを開店する場所

下記のいずれか。

- 加入しているインターネットのプロバイダ
- レンタルサーバ
- 自宅サーバ
- ショッピングモール

3. ホームページ

当然、必要です。自身で作成するか、専門業者に依頼するか。

まず考えなければならないこと
何を販売するのか 誰に販売するのか



ターゲット市場の明確化 (性別、年齢の絞込み)

ネット・ショップ開設における重要事項

ホームページの構成

トップページ、商品情報、個人情報の取り扱い、問合せ・サポート窓口、お客様の声、FAQ(よくある質問&回答)

商品、サービスの詳しい説明

「特定商取引に関する法律」の明示

販売社名、所在地・電話番号、販売価格・送料、代金の支払い方法、商品の引渡し時期、返品の特約



そして、何よりも訪問者に「**安心感**」と「**信頼感**」を与えることが重要です。

補足資料) Webマーケティング



PlanDoassist マスマーケティング vs One to Oneマーケティング

