



茨城のネットショップの情報交換と交流の場「どっとこむいばらき」

会長 杉山 勉

<http://dotcom-ibaraki.jp/>

ネット通販業界の現状

このコラムは、ネットショップを運営する現場からの生の声をお伝えしていくのが目的です。ですので、評論のよつな話はないつもりです。そうは言っても、最初にネット通販業界の現状についてご理解いただくことは必要でしょう。

野村総合研究所が昨年の十二月に発表した市場規模予測によると、BtoC（消費者向け電子商取引）の市場規模は二〇〇七年度で約五兆円です。そして二〇一二年度には約十兆円になると予測しています。五年間に約二倍の市場に成長すると言っています。ち

なみに二〇〇八年度の予想は約六兆円です。

順調に拡大している市場ですが、中小の事業者にとっては、ネット通販事業を始めればバラ色の未来が待っているとは決して言えないのが現状です。特に、これから新規で出店する中小事業者は、数年前に比べ売上を立てにくい状況でしょう。

現在は、大企業がどんどんネット通販事業に参入やサイトのリニューアルをしています。それらの企業は最初から数百億円の売上を上げるべく、サイトもシステムも人員もマーケティングも周到な準備をしているのです。

中小業者が生き残っていくためには、大企業と同様な対策が必要です。

さらにお客さまから支持される商品力や商品についての情報力など、楽天市場でよく言われる「とんがり」は中小事業者にとって必須事項。

中小業者が独自のネットショップ（独自ドメインショップ）を、オープンした場合、yapooに代表される検索エンジンで上位に表示されることも重要です。

SEO対策と呼ばれますが、そこで上位を獲得しても購入までスムーズに流れるホームページがなければなりません。

また最近では、オーバーチュアに代表される検索連動型広告が拡大しています。

さらに一般的には、お客さまにメールマガジンを発行したり、ブログを書いたりするでしょう。

このようにネットショップには、自社の商品についての知識だけでなく、パソコンやインターネットについての知識も求められるのです。

このような知識とスキルを持った人材を、採用するのは至難の技です。個人でネットショップを始める場合も、すべての知識やスキルを持っていることはまれでしょう。

しかも、ネットのツールは変化が早いので、常に情報収集と勉強が欠かせません。

インターネットなどに詳しくない場合、楽天市場のようなモールに出店する方法もあります。その場合はどうでしょうか？

受注管理やメルマガ配信機能などネットショップに必要な機能が揃っており、開店後も担当者からサポートが受けられます。またモール自体に集客力があるのも大きな魅力です。

しかし、たいいていの商材は、以前から加盟している店舗に、すでにお客様

を囲い込まれています。

二〇〇〇年前後にネットショップを開始した、言わば第一世代のネットショップの多くが、売上伸び悩む踊り場に差し掛かっています。

ましてこれから始めるネットショップが、売上を上げていくのは今まで以上に大変でしょう。

ネットショップを個人で始めノウハウを習得しながら売上を伸ばしていく。そしてある程度成功したら従業員を採用し、規模を拡大していくというスタイルは難しくなっているのです。

それだけに、中小事業者はネットショップの開店前から先端の情報を常に収集し、ネットショップ同士の交流を深めるべきです。先端のノウハウは、現場の試行錯誤の中から出てくるからです。

ということで、今回は「ネット通販業界の現状」について書きました。

「ネットショップを運営する現場の生の声」がテーマといいながら、第三回までは業界の現状の話になりそうです。

今回は「茨城のネット通販業界の現状」について書きたいと思えます。

皆様のご意見、ご感想お待ちしております。