



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/>

## 「フラットクラブ」の運営紹介 (後編)

前回に引き続き水戸市のネットショップ「フラットクラブ」さんの紹介です。前回の記事の続きになっていきますので、通してお読みいただくことをお勧めします。

商品を選択してショッピングカートに入れ、商品ページに戻って次の商品を選択する。購入点数が多くなるほど、この繰り返しはおお客様の負担になります。 「めんどくさい」と思われてしまうと、十点購入しようと思っていたのが五点で終わってしまったり、購入自体を諦めてしまったりします。

ショッピングカートに入れたにもかかわらず、途中で買い物を中断してしまつことをネットショップの業界用語で「かご落ち」といいます。

この「かご落ち」の比率は一般のネットショップで七十%近くもあると言われていています。

これからネットショップを始める方は、この「かご落ち」をいかに低くするかを考えてホームページ作りをすることが大切です。

フラットクラブさんでは、現在新しいショッピングカートを開発しています。

商品をショッピングカートに入れても購入ページに進まず、商品選択が続けられる。ページ上に常にショッピングカート内の合計金額が表示され、お客様がストレスなく買い物を続けられる。これが藤田社長の考える理想のショッピングカートです。

しかし既存のショッピングカートでは、満足するものが見当たらないのだそうです。

ただし、このようなショッピングカートは、フラットクラブさんのように商品数が多く、一度に多くの点数を購入するショップさんに適するものです。

本誌八・九月号に掲載した「花工房」さんのように、一回に一点のみ購入する方が大部分のショップではそれほど

重要視されない機能です。この点も商材によって運営方法を変える実例です。さて、フラットクラブさんには今後の方針が三点あります。

一点目は、今お話ししたショッピングカートの改良。

二点目は、商品数を増やすこと。毎年三回新製品がでる業界ですので、人気の商品を揃えることが重要になってきます。最近増えてきた競合店対策としても、商品数を増やすことは有効です。

三点目はYahoo!ショッピングへの出店。最初に述べたモールへの出店はしなないといふことと矛盾するようですが、店舗の内容を変えています。現在の独自サイトの店舗はスクラップブックキングの専門店ですが、Yahoo!ショッピングの店舗はより一般の文具店に近い形態のお店にするそうです。

スクラップブックキングに関心の薄い方でも購入しそうな商材を販売していく予定です。ただし、商品在庫は新たに増やさないとミソ。現在の商品の中で一般向きのものや、スクラップブックキングの流行からは外れているが、かえって日常で使える商品などをラインナップしていきます。「花工房」さんのように、独自サイトとモールの違いをよく理解した藤田社長の考え方はとても勉強になります。

ネットショップの多店舗化は、実店舗のチーン化とは考え方が全く違うといふことを読者の方に理解していただきたいと思います。

最後に、これからネットショップを始めの方へのアドバイスを藤田社長にお聞きしました。

・ ネットショップの知識と商売の知識の両方を身につけてから始めるべし。  
・ 商材選びを慎重にすべし。規模を拡大するのに不向きな商材だったり、競合が増えそうな商材だったりすると成功してもステップアップが大変である。後から商材を変えることは難しい。商材選びは最も重要。

・ 扱う商品の流通を研究して参入するべし。事業規模の拡大が可能か、競合の参入があるかは流通を研究すると予測がつく。

・ できれば自社独自の商品がほしい。独自商品を作れることは強みになる。

例えば、フラットクラブさんでは自社開発のキット商品を持っています。これは他店では当然扱っていないので、競合店が増えてきたときにフラットクラブの強みになります。

価格競争に陥りがちなネットショップで生き残っていくためには、自社だけで扱うことのできる独自商品は重要なのです。