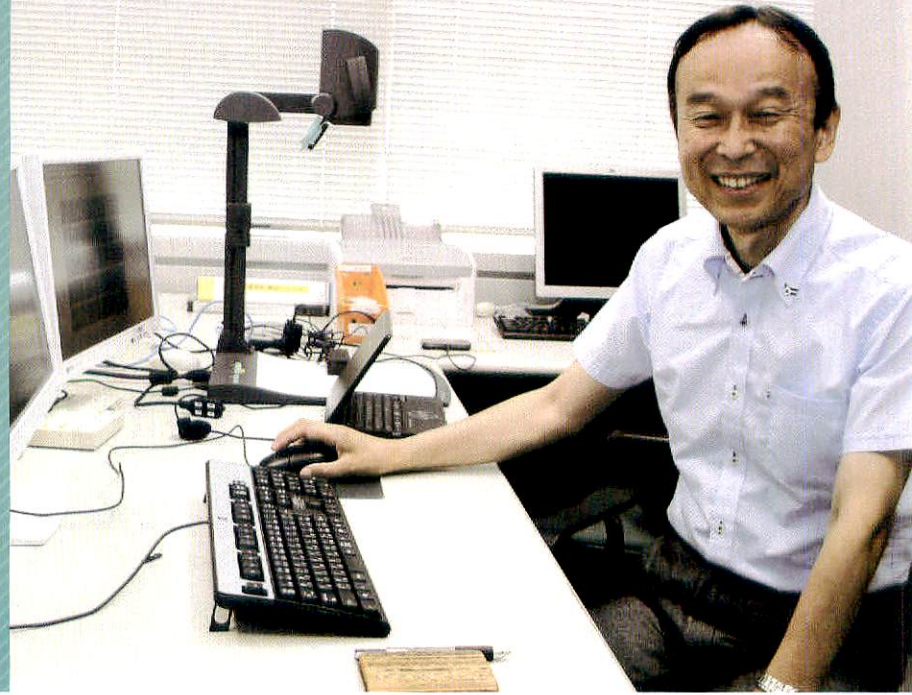


ネットでお店を持つという決断

初期投資が少なく、無限に広がる市場に期待してネットショップを出店する企業が増えています。無数の店舗がひしめく中で、顧客の心をつかみ成功を収めるのは容易ではなく、地道な努力とたゆまぬ工夫、並々ならぬ覚悟が必要ですが、その先に大きな可能性があるのも事実。今回は、ネットでお店を持つという決断と運営の実態について紹介します。

遠田 幹雄 氏

㈱ドモドモコーポレーション(金沢市)代表取締役
北陸におけるプロダクトマーケティング分野の第一人者
で、中小企業診断士、ITコーディネータとして活躍中。
石川県を中心にブログによる集客、販促を実現。
講義内容も分かりやすく楽しいと好評を博している。
また、ビジネスに活かすSEO、アクセス解析にも詳しく
多くの企業を指導し成果を上げている。当セン
ターでも、IT研修の講師を務める。



ネットショップの門を叩く前に 知っておいてほしいこと

中小企業がネットショップ運営を始めるにあたり、知っておくべきことや覚悟を決めておくこと、そして、ネットショップの魅力について、株式会社ドモドモコーポレーション(石川県かほく市)の遠田幹雄氏にお聞きしました。

—— ネットショップを出店する企業が増えてきており、福井県内の中小企業でもその傾向が強まっています。地方の中小企業にとって、ネットショップを開設するメリットは何でしょうか？

都会と比較すると、人口規模が小さい地方では、リアル(実店舗)を地元に出しても注目されにくく集客力が劣ります。人口が多い都会から人を呼び寄せようにも距離があるので、やはり大きな期待はできず、商圏は限られてしまっています。これらのデメリットを解消するのがネットショップです。特に福井県の場合、豊かな地域資源や優秀な技術力が数多くありますので、全国にPRして売上増を図る重要なツールだと言えます。しかも、日本列島のほぼ中央に

位置しているので、ネットショップの開設に適した地域だと言えるでしょう。

—— ネットショップの増加に伴い競争も激しくなるなかで、人が集まる仕掛けが必要になってくると思います。ネットショップを開設するにあたり、「これだけは忘れないでほしい」というポイントを教えてくださいませんか？

◆人の魅力を前面に出す
今は、ネットで情報収集しただけでないと物を買わないという時代。また、ネット上にお店が無数にあるので、消費者はお店を選び放題。そうすると、買いたくさせる十分な動機づけがなければ、集客すら実現できません。その最も大きな要素が「人」です。「物を売るな。人を売れ」と昔か

CONTENTS

- 01 特集 ネットでお店を持つという決断
遠田幹雄氏インタビュー / フライカメラサービス社
秋ドラフト / 船内ネットショップ事例
ネットショップのイロハ / 有澤産産協会
- 09 特集II 若手のチカラ。シニアのチカラ。
株式会社ALL CONNECT / 武生特産物情報
- 13 完成への道のり
越前漆器社
- 15 [短期連載] 事業承継のススメ 第2回
- 17 アジアを攻める！ 第2回
- 18 飛躍する経営者たち 第2回
- 19 読者のひろば 第2回「私のおすすめる本
- 20 インフォメーション 他

ら言われますが、ネットでも同じことです。特に、中小企業の一歩の強みは「人」。売り手の顔が見えない、怪しい、よく分からない、と感じたら購買に結びつきません。リアルと違い、直接人と接することができないからこそ、「この人から買いたい」と思わせるような人物の魅力を前面に出す必要があります。

◆独自性を打ち出す

ネットショッピングの相談を受けて、誰に何を売るのがかを尋ねた後、「あなたの店で買わなければならない理由」を聞くのですが、「売る理由」は答えられても「買う理由」を答えるのは難しいようです。しかし、量販店や他のネットショップで事足りるならば、あなたの店の存在理由がありません。「あなたの店で買う理由」に、独自性が求められているのです。

例えば、製粉業者の(株)カガセイフン(福井市)は、玄そばを石臼で製粉する過程を見せたり、これまでの歴史を紹介して、消費者を惹きつけています。本誌で紹介している(株)フカイカメラサービス

(福井市)は、ネットサービスからリアル店舗に誘導するO to Oビジネスモデルを確立して修理サービスを展開しています。し、漆器製造の(株)ヒロセ(鯖江市)や水廻りリフォーム業者の(有)伏見屋設備(大野市)も同じく修理に着目して実績を伸ばしています。これらは、困ったときのニーズに上手に対応している問題解決型の事例です。

そこで、独自性を獲得するためにふり返っていた方がいいのが自社のコアコンピタンスです。コアコンピタンスとは、他社が真似できない核となる能力のことです。能力というのは人が組織の中で発揮する力のことであり、単に商品のことではありません。長年の技術力で全ての修理に対応できるとか、どこよりも短納期だとか。そんなコアコンピタンスからどこに独自性を置くかを決め、それを明確に打ち出せば、長期的な強みとして持続することができま

◆コミュニティを作る

それと、「コミュニティ・オブ・コマース」も忘れないでいただきたいです。単に物

を並べるだけで売れることはありません。物・サービスに共感するコミュニティ(人の集まり)があつて初めてコマース(商取引)が成り立ちます。特に、地方で中小企業がネットショップをやるなら、コミュニティを作っておかないとうまくいかないでしょう。

——コミュニティといえばSNSを思い浮かべますが、ブログやフェイスブックなどで日々情報発信することが必要ということですね。

そうですね。私は、ネットショップを始めるならば、ブログからスタートすることを薦めています。サイトのアクセス数を伸ばすために有効ですし、お客様のニーズを掴むこともできます。なお、ブログは独自ドメインを取得することが大切。SEO(※)対策になるし、コストをかけたほうが継続の意識も高まるでしょう。

県内では、(株)ヒロセが漆器販売サイトへのアクセスを増やすためにブログを始め、漆器修理のカテゴリを設けて

いくつか記事を作成したところ、問い合わせやアクセスが増え、漆器の修理にニーズがあることを掴みました。その後、漆器修理のブログを独立させて、受注に結びつけています。

——ネットショップに向かない企業はありますか？

中小企業は価格競争をすべきではなく、どこにでも流通している商品を仕入れてネット販売するのは相応しくありません。やはり、独自性のある製品を熱意を持って販売すべきです。でも、ネットショップに向かないビジネスがあるとはいつでも、挑戦してみればいいのではないのでしょうか。ネットショップは多額のコストを必要とせず簡単に始められますから、試してみても失敗を経験することも大切です。その結果、「ネットではなくリアルでしか独自性を出せない」と分かれば、それでOK。失敗を恐れずトライしてみたいと思います。

全国的に見て福井はネットショップの成功事例が多い県。もともとネット

ショップで福井が盛り上がるようになることを期待しています。

(※) SEO: GoogleやYahooなどの検索エンジンにおいて、検索結果の表示順の上位に自社サイトを表示させること。



(株)カガセイフンのホームページ <http://www.soba-sueyoshi.co.jp>



(株)ヒロセのブログ <http://www.shikki-shuuri.jp>