

2 . インターネット・ショップ開業のポイント（その1）

ソフトウェアアドバイザー 山本 邦彦

（1）中小企業のインターネット・ショップが6割を超える

「インターネットコマース調査」によれば、インターネット・ショップ市場における経営規模について、従業員数が10人以下と回答している店舗（サイト）が6割を超えており、インターネット・ショップ市場への参入企業には小規模な企業が多いことがわかる。

同様に、店舗の運営人数に関しても、1人で運営していると回答した店舗が51.5%、2人以上5人以下で運営していると回答した店舗が40.1%となっており、比較的小規模な運営が行われているものが多い。

店舗の月平均の売上高に関しては、売上げが10万円未満と回答した店舗が全体の5割以上を占めている。他方で、月平均の売上高が100万以上500万円未満と回答している店舗は5.6%、500万円を超えると回答している店舗は5.7%に達している。

このように現在のインターネット・ショップ市場は、売上高でみると、多数の小規模企業と少数の大規模企業とに二極化されているといえる。

インターネット・ショップで取扱われている商品・サービスに関しては、食料品という回答が最も多く、他の項目に関しても物品の通信販売が非常に多くなっている。逆に、有料情報サービス・有料コンテンツ販売等のダウンロード型コンテンツ販売や各種チケット予約といった物流を伴わない商品・サービスの提供は少なく、これらを最も売上げの多い取扱商品としている店舗は、全体の5%程度に過ぎない。

（2）モデル企業は、「ポータル・サイト」から検索する

中小企業が、インターネット・ショップを開業する場合、先進企業をモデルとして、参考にするのがよい。しかし、インターネットには大量のコンテンツが世界中に、無秩序に散らばっているため、どのようにして、先進企業のサイトの情報を収集・検索すればよいかとの質問が多い。このニーズに対応するのが、「ポータル・サイト」である。ポータルとは英語で「入り口、玄関」という意味であり、インターネット利用者が、インターネットに入る時の出発点となるサイトを指す。ポータル・サイトの最大手である米国ヤフー（<http://www.yahoo.com/>）は、1,000万件/日以上アクセス数がある。

ショッピング関連では、ポータル・サイトの米国エキサイト（<http://www.excite.com/>）がある。利用者が欲しい商品名を入力すると、当該商品を販売するインターネット・ショップと価格をリストアップする「プロダクト・ファインダー」の検索機能がある。パソコンや家電製品など37の商品カテゴリーをカバーし、当該商品を取り扱うショップ・サイトを、リアルタイムに検索してリストを表示する。この機能を使うことで、日用雑貨のインターネット・ショップを開業する場合、先進的な同業他社が、どのようなホームページを作成し、顧客へのマーケティングを行っているかを知ることができる。

ポータル・サイトである、マイクロソフト (<http://www.msn.com/>)は、自動車販売の「CarPoint」、投資情報の「Invester」、電子商取引仲介の「Plaza」、不動産情報の「Sidewalk」等の集客力の高いサイトを統合しているので、モデルにしたい企業の情報を収集することができる。

(3) リサーチ段階で役立つウェブサイト

インターネット・ショッピング・サイトを立ち上げるのに参考になる優れた他社サイトを探すには、独自の基準でウェブサイトを選別しているリンク集が便利である。例えば、富士通総研が運営する「インターネットビジネス最新事例」は、音楽CDやビデオ、旅行コンテンツ、金融関係など、多くのインターネット・ショッピングの事例を分野毎に紹介している。現在、どのようなインターネット・ショッピングがあるのか、全体的にウオッチするのに便利である。米国バイナリ・コンパス・エンタープライズ社の運営するサイトでは、「セキュリティ機能の有無」、「ショッピング・カートの使用有無」、「決済方法」等の独自の項目と評価基準を基に、ランク付けしたウェブサイトを紹介している。評価をすべて の数で表示しているため、一目で、サイトの特徴が分かる仕組みになっている。利用顧客から人気のウェブサイトを探す情報源としては、ウェブ21が運営するサイトは、インターネット・ショッピングの人気の高い順に100サイトを紹介しているため、業種にとらわれず、多種多様なサイトの人気の理由を研究するのに、役立つ。

(4) 運用段階に役に立つウェブサイト

インターネット・ショッピングの運用段階で「いかに顧客に自社をアピールして商売を繁盛させるか」といったマーケティングに有効な情報を探ることが必要になる。例えば、ジャパンビジネスニュースのサイトでは、国内のインターネット・ショッピングの運営方法や効果を分析・解説している。また、米国イー・マーケッタ社が運営するサイト等が、情報収集に有益である。

ウェブサイトの運営を続けていくと、様々な課題にぶつかる。この場合、同業他社や顧客の意見を閲覧できるウェブサイトを利用するとよい。例えば、「デジタル虎の巻 (www.hotwired.co.jp/nwt/)」などがある。

<プロフィール>

●山本邦彦 (やまもと くにひこ) 氏 (山本技術士事務所 代表)

- ・慶応義塾大学大学院工学研究科修了。
- ・中小企業診断士、技術士、特種情報処理技術者。
- ・丸善石油(株)(株)東洋情報システムを経て、山本技術士事務所設立。産能大学非常勤講師。
- ・情報通信コンサルタントとして、主として、インターネットビジネスに関連する講演、著作、コンサルタント活動に従事。

- ・著書として、「21世紀を勝ち抜く経営戦略」、「ビジネスモデル特許の国際動向と今後の展望」など多数。
- ・中小企業総合事業団、東京商工会議所登録アドバイザー。
- ・日本技術士会情報工学部会幹事。
- ・E-mail : CZB06324@nifty.com

●主要ポータルサイト一覧

ポータルサイト	WWWサイト	特徴
ヤフー	www.yahoo.com/	登録型の代表的なエンジン、質の高さで定評
エキサイト	www.excite.com/	追加検索用の関連語列挙や類似HP検索などの機能
ライコス	www.lycos.com/	検索結果をサイト毎にまとめて表示可能
マイクロソフト	www.msn.com/	集客力の高いサイトを統合、モデル企業収集に有効
goo	www.goo.com/	全世界で1億2千万ページの情報量
インフォシーク	www.infoseek.com/	語句でなくても頭に浮かんだ自然な文書で検索可能

●リサーチ段階に役立つウェブサイト

情報収集サイト	URL	運営会社	特徴
インターネットビジネス最新事例	www.fri.co.jp/cs/mandm/case.internet/index.html	富士通総研	ECサイトの事例を分野毎に紹介
インターネットビジネスセンター	usa.cpiaza.ne.jp/-ibc/	NECシステムズ	ECサイトの調査研究資料が豊富
bizarate.com	bizarate.com	バイナリ社	独自の項目と評価基準でECサイトをランク付け
100hot.com	www.100hot.com/	ウェブ21	業種別に人気の高い順100サイトを紹介
ジャパンビジネスニュース	www.jnews.com/	ジャパンビジネスニュース	ECサイトの運営方法や効果を分析・解説
ナレッジマネジメント実践リンク集	www.cio-cyber.com/pj/ec2/link/km2.html	太田秀一氏	文献や事例情報を整提
eMARKETER	www.emaketer.com/	イーマーケット社	マーケットデータが豊富