

【日本のネットショップの現状】

あん共育有限会社

楽天市場

29,480 店 (H21.7) 30 億円 / 日 (H21.6.10)

Yahoo!ストア

16,974 店 (H21.6) 6 億 3600 万円 / 日
(H21.4 ~ 6 平均)

Yahoo!オークション

16,432 店 (H21.6) 19 億 1500 万円 (同上)

楽天会員 6500 万 ID

Yahoo!プレミアム ID745 万 ID

資料元 : <http://www.rakuten.co.jp/ec/>
<http://ir.yahoo.co.jp/jp/archives/gaikyo/>

【大手ネットショッピングモール】

楽天市場

囲い込みができている メルマガでのプッシュ広告

Yahoo!ストア

検索からの誘導 リピート性は低い（囲い込めば別）

Yahoo!オークション

オークションの先駆者 中古車も売られている

ビッターズ

携帯AUユーザーでの販売 携帯を売りにしている

イーベイ Gマーケット

オープンマーケット これからの市場

【ネットショップ成功事例1】

九谷物産株式会社「和座」で検索

楽天 <http://www.rakuten.ne.jp/gold/kutani/>

→メルマガでの囲い込み 楽天と一緒に成長

Yahoo! <http://store.shopping.yahoo.co.jp/waza/>

→検索 (SEO) 対応 キーワードを盛り込む

独自ドメイン <http://www.wa-za.net/>

→グレードの高さと人重視 利益重視

→基本的に1ドメイン1店長

→ドメイン毎に戦略は全く変わる

【すべきこと】

ネットのことはネットに聞け

ネットで買う

ネット向きの商品なのか？

→よく調べられているか？

→競合はどれぐらいいるか？

滞在をさせるしくみ

→比較できる

→口コミがある

囲い込みができるに越したことはない

→お客様を逃がさない

→メールマガジンの活用

商品数を増やす

【本気で儲ける？】

ネットショップの徹底的な分析

→キーワードを分析

→検索窓に入力した結果を分析

→検索月間数と結果数

→アクセス解析ツールを活用

WEBの更新は自分（社内）でする

専門性が高いので組む相手を間違えずに

売上より利益や効率を重視

キーワード広告は必須

【片手間に儲ける？】

商品点数を徹底的に増やす

→放っておいてもページがヒット

売上より利益や効率を重視

→メール対応は極力少なく

→仕入れた商品は無理

顧客の囲い込み

→実店舗への誘導

おまけ→1回の取引で大口を狙う？

まとめ

- 売れるものを売る
→ 売りたいものでは上手くいかない
- ネットだけでなく、他との連動を考える
→ 実店舗への誘導 紙媒体との連動
- 日々、ネットと付き合う
→ ネットショップを運営しているのに買わないの？

ご静聴ありがとうございました

あん共育有限会社 梶田良一で検索を・・・

ネットショップでの夢

- ・ 北陸（特に石川県）の食や文化を全国に販売
- ・ NPO（ボランティア）団体の商品を販売

メール： masuda@webann.biz