

# 「中小企業がネット通販を始めるにあたって必要なこと」

## —戦略ストーリーを描き、その実行可能性を吟味する—

酒井 和昭

### はじめに

数年にわたって中小企業のホームページ開設支援を行ってきました。経営者自身が行うホームページの企画・登録・開設を支援すること、言い換えると経営者のサイト立ち上げの手助けをするというスタイルです。

開設支援の場で、ネット通販に可能性を見出したいと考えられる経営者の方によくお会いします。サイトを開設するだけで注文が入り、手っ取り早く売上拡大が可能であるという間違った発想が、そのような方々の共通する考え方です。通販サイトのモール運営業者や一部コンサルタントの話を受けて、幻想を抱かれているのかと思われま

す。そのようなことは絶対にありません。本論では、論文「経営改善を促進するホームページ開設の方法」(ふじのくに論文塾第八期論文集)の追補版として、中小企業がネット通販で結果を出す為にはどうしたら良いのかを検討したいと思います。

結論から申し上げますと、「戦略ストーリーを描き、その実行可能性を吟味する」ことが必要です。

戦略ストーリーとは、日常の地道な営業活動を積み上げてネット通販にたどり着くまでの、戦略の物語です。分かり易くするために、伊豆などの名産地ではない地域の「ひもの」製造・販売業の例を中心に、それ以外の商品も適宜織り交ぜて説明します。

## 1. 戦略ストーリーの実例

### (1) 美味しい「ひもの」だと知ってもらおう(Attention)

温泉地やリゾート地の旅館の朝食の定番として、「ひもの」は欠くべからざるものです。

「ひもの」の製造・販売業としては、それらの旅館の朝食の食材として採用してもらわなければなりません。その上で、焼き方や焼いた後朝食に供するまでの時間が適当でないと、美味いと評価されないかもしれません。

従って旅館に採用してもらうだけでなく、自社の「ひもの」の最適な焼き方と提供の仕方を、きちんと指導することが必要です。

ここまで出来て初めて消費者の注意をひいたこととなりますが、更に朝食の「ひもの」が旅館の売店でお土産品として販売されていることも知らしめる必要があります。

値が張らないお土産としては、購入に繋がるまでは比較的容易かと思われま

「お茶」で考えると、高速道路の SA や新幹線の駅頭で試飲コーナーを設けることも考えられます。デパートの物産展への出店も考えられます。日本酒でもバス旅行の顧客なら、試飲が可能です。

とに角、社名・商品名はさておき、味で注目を引くことがストーリーの始まりです。旅行が高揚感を高め、その効果も手伝って美味しいと評価してもらえらるなら、好都合です。

### **(2)帰宅後に「ひもの」を食べる(Interest)**

パッケージには、必ず最適な焼き方と社名・電話・ホームページの URL を表示したパンフレットを入れておきます。家族とともに食べた印象が美味しいと思わせなければなりません。最適な焼き方は重要な要素となります。そしてパンフレットを見て初めて社名やホームページを知ることとなります。ホームページには、「ひもの」の製造方法や焼き方など丁寧な説明がある訳ですから、御社に関心を持つこととなります。

### **(3)あの「ひもの」が食べたくなる(Desire)**

ホームページを再度見たら、ネット通販にて取り寄せが出来ることが分かります。

### **(4)ネット通販で、あの「ひもの」を注文する(Action)**

早速購入オペを行い、あの味を再確認することとなります。

経営者の方々は、モール運営業者やコンサルタントの細かな説明から、この部分が重要と考えられているようですが、戦略ストーリーの中ではたったこれだけです。

### **(4)美味しい体験を広めたくなる(Share)**

Facebook などの SNS ツールを使って、友達に美味しかった体験を伝えネット通販で容易に注文できることを情報共有してもらいます。ホームページを見た友達は、ネット通販にて取り寄せが出来ることが分かります。

情報共有は、旅館の朝食の場面ではなくネット通販にて取り寄せて同じ味わいが確認できた時に発信してもらうことが有効です。旅館の朝食の場面だと、「ひもの」ではなくその旅館の朝食は素晴らしいという情報になってしまうからです。

## **2. なぜ戦略ストーリーにこだわるのか**

### **(1)地道な営業活動が前提です**

一般的な中小企業の商品には、知名度が高く・競合が少なく・すぐにでも試してみたい物は中々見当たりません。もし、そのような商材をお持ちの経営者の方は、ネット通販サイトの開設だけで結果に繋がるかもしれません。

多くの中小企業は、まずは顧客との接点の場を持つことが必要です。

接点の場にコストを掛けられないので、テレビ CM は勿論のことその他媒体を使った接点の場を作ることも考えられません。従って日常の営業活動の中に、その場を見つけるしか無いのです。

「ひもの」についての旅館の朝食は、日常の一つの例ですので、別の接点の場があるかもしれない。もしそれが見つからないのであるなら、ネット通販は時期尚早です。

従来の販売先では活路を見出せないのに、ネット通販で一発逆転を狙うなどということは、出来るものではありません。やはり地道な営業活動が前提となります。

## (2) ネット通販につなぐ仕掛けが次の課題

もう一度と思わせる品質は最低限必要ですが、自社ホームページに誘導し・会社や商品の理解を深めてもらい・簡単な操作で注文できることも重要です。「ひもの」の例では、売店でお土産として購入できる～焼き方を説明したパンフレットにホームページの URL が記載されていることで課題への解決策としましたが、別の方法も考えられるでしょう。

モール運営業者やコンサルタントが解説する難しい検索についてのテクニカルなことは、一般の中小企業には余りマッチしません。

## (3) 体験の拡散

Facebook を使った体験の拡散はネット上での口コミであり、中小企業にとっても必要な事です。ただ、「ひもの」の製造・販売会社が Facebook で直接情報拡散することは、体験の拡散ではないので意味合いが違い、単なるネット広告と見られます。

「ひもの」を味わった一般の顧客が体験として情報を拡散し、それに「ひもの」の製造・販売会社の URL をリンクしてもらうことは、ネット通販へのストーリーの手段となり得ます。顧客頼みで少し心許ないような気がしますが、第一線を退いた団塊の世代は時間の余裕も手伝い、Facebook の情報発信に積極的な人が多くいることも確かです。

## (4) 消費者行動の仮設

今回のストーリーは、消費者行動の仮設をモディファイして作ってあります。

一般的な AIDMA と、ネットの消費者行動である AISAS を合成したものから、中小企業でかつありふれた商材を扱う企業に合わせて、Memory (記憶) と Search (検索) を敢えて外しました。

「ひもの」のようにありふれて値の張らない商材は、良いと思った体験からすぐさま行動に移すし、同等品との比較検討の為に検索も実際的でないと考えたからです。

ファッション性がある服飾品や、規格品で値付けの比較が購入判断の重要な要素となる商材は、Memory と Search を加えた別の消費者行動の仮設に基づくストーリーを描かなければなりません。

### 3. ネット通販の運営体制

#### (1) メールを定期的に見る必要がある

注文ばかりでなく問合せもメールで入ってきます。定期的に見る必要があり、最低限朝一番、午後一番、夕方帰宅前には一通り見るだけの営業時間を割り当ててください。すぐに回答ができない問合せに対しては、確認中である旨を速やかにお知らせすることが必須です。

#### (2) 商品在庫の確保

ネット通販での注文では、直ぐに発送され手元に届くという認識が広まっています。従って在庫が確保されており即納できる状態にしておく必要があります。これも中小企業には難しい課題です。単純な販売業ではかなり難しいでしょうが、「ひもの」の例のような製造・販売業なら可能かもしれません。やむを得ない場合、製造から出荷までの日数が明示されていれば、かえって信頼感・期待感を高めることになるかもしれません。

梱包材と梱包・発送手間も考えなければなりません。以上から、製造元が販売し配送時の荷傷みが余り無い商材であることが、ネット通販には適しています。

#### (3) 配送料や料金決済についての検討

全国一律の配送料を請求するのか、配送地域ごとに細分するのかで、管理方法が異なってきますし、一定の売上金額になれば無償扱いとすることも考慮する必要があるかもしれません。又、決済方法は「ひもの」の例なら、購入者の意思が強いと想定されるのでコンビニ収納での先払いかクレジット決済だけでも受けられるかもしれません。

### まとめ

ネット通販を、ホームページ上で実現できる手っ取り早い拡販策と捉えてこられた経営者の方々も、地道な営業活動を初めとした戦略ストーリーに沿って進めることが必要であると、お解り頂けたかと思います。ネット通販は簡単ではありませんが、有効な戦略ストーリーが描けていれば、時空を越えて受注できる可能性があります。ただ中小企業の場合は、いきなり時空を越えるのではなく地道な営業活動の場で接点を見出すことから始めることをお勧めします。

**ネット通販で結果を出す為には、戦略ストーリーを描き、その実行可能性を吟味することが重要です。**

このようなホームページとネット通販の検討をご支援できることを楽しみにしております。御社のホームページが良い結果に結びつきますように。