

国内PC出荷1155万台。低迷する市場で争う 大型店・小型現金問屋・メーカー直販

2000年度の国内パソコン出荷台数は前年比25%増加の1155万台。台数・金額ともに過去最高を記録したが、個人向けのPCの販売は減速・低迷しつつある(電子情報技術産業協会調べ)。厳しい状況下、本来インターネットユーザーとの親和性が高いPCや家電のネット取引は堅実な伸びを見せ、販売チャネルの1つとして確実に定着した感がある。

ムラウチの健闘

昨年から今年にかけて、パソコンと家電のECで最も注目すべき動向を見せたのは、東京・八王子に本拠地を置く家電大型量販店、ムラウチ だろう。ヤマダ電機、コジマなどの大手量販店チェーンとは違い、全国的にはほぼ無名の存在でありながら、2000年度のEC取引売上高(B2C)は16億1972万円(総売上高は173億2213万円)と前年比5倍の成長を見せた。その勝因としては、いわゆる「2代目社長」である村内伸弘CEOのECに対する積極的な取り組みが大きい。サイト自体の出来も、シンプルながら使い勝手の良さが徹底的に追求されており、同時にCEOの熱い思い入れや顧客サービスのきめ細かさも伝わってくる。また、大型店にしては珍しく、ボード類などマニアに対して訴求力の高いPCパーツの品揃えがよいことも評価できる。まさに「リピーターを増やす」というECの至上目的を体現したサイト作りといえるだろう。知名度はなくともリアルで培った実力、体力、知性をオンラインで開花させた好例といえる。

大手チェーンの動向

さて、目を転じて大型量販店チェーンの動向を見てみよう。比較的先発組に入るソフマップに遅れをとったヨドバシカメ

らは、ポイントカード制度のメリットを顧客にアピールし、リアル店舗との連動も活かしてコアなユーザーの支持を獲得している。他の大型チェーンに関しては、モルタル部分での売上げの数パーセントにも満たないオンライン事業にはさほど期待していない様子がかがえる。

初心者ユーザーの利用は確実に増えており、また「コジマやヨドバシも近所にな」という地方のユーザーは全国的に見れば相当数存在するはずである。彼らに対してアピール度の高い、ヤフーショッピングや楽天への出店企業は、今年あたりから実績を出してくるだろう。

小型店・現金問屋系ショップの動向

小規模なショップに関しては、端的に「安さ」での勝負が求められるため、大型店との利用の棲み分けが進んでいる。すなわち、「安いのか」「サービスがいいのか」の二極分化だ。ノウハウは蓄積しながらも店舗や人件費など無駄な贅肉のないこれらのショップの中でも、PCボンバー のように売上高が大型チェーン店に迫る企業も出てきている。

いわゆる「現金問屋」系のショップが、一般的なユーザーに対して大きくブレイクするために欠かせないのは、メーカーとのパイプを太くし、発言力を増すことであろう。販売実績を積み重ね、メーカーに対する交渉力を得ることで、強みである「安さ」にますます磨きをかけることができる。さらにユーザーに対する実績の積み重ねで「ブランド力」を獲得すれば、もはや大手チェーンとの戦力差はないといっている。

メーカー直販サイトの動向

もう1つ、気になる動向がメーカーによる直販サイトである。デルやゲートウェイ

など、店舗を持たないメーカー直販は、「第2回アフターサービス総合満足度ランキング(パソコン部門)」(「日経ビジネス」誌2001年1月29日号)でそれぞれ1位、2位にランクインしているとおろ、安さ、カスタマイズの利便性ととも、質の高い顧客サポートが評価され、ユーザーの認知度とともにシェアを伸ばしている。日本では「SonyStyle」 が、人気のバイオオクリエ、音響家電製品などについて「ネットならではの」商品ラインナップを揃えて注目を集めている。独自のコンテンツとの連動など、意欲的な試みは評価できるが、現状では既存の商品力に頼っている印象を拭ききれない。

PCの低価格化・価格競争が進みメーカー・小売りともに収益を圧迫している状況に加え、今後PC自体の市場規模が縮小することが予測されている。大型量販店、現金問屋系ショップ、メーカー直販サイトの三つどもえで、激しい生存競争が繰り広げられることは間違いない。

確実に言えるのは、「口コミの威力をあれどるべからず」ということである。ユーザーにとって大切な情報の伝播力はネットワークの力を借りてますます高まっている。PC・家電の価格比較サイトの訪問者数の多さ(価格.comの月間ユニークユーザーは約110万人)、掲示板への書き込みの内容の高度さからも、ユーザーの選択眼がますます厳しくなっていることは確かである。

(横野光昭 株式会社カカコム)

www.murauchi.co.jp
www.pc-bomber.co.jp
www.jp.sonystyle.com



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp