

2002年も半ば、多くのECビジネスが実験フェーズを終了し、収益を追求する段階に入っている。ECサイトにとっては、自社の力量や課題、現実的な目標が見えてきたこの時期、専門的な外部の支援サービスを手堅く利用したいというニーズは確実に高まっている。サービスを提供する側も、経験や実績、コストメリットを売りにするなど、堅実なサービスが増えてきた。ここではECサイト運営の主要なタスク別に現況を概観する。

### 1. プロモーション・欲求喚起

B2C系のサイトにとって不可避なのが「認知をどう広げるか」「顧客をどう誘引するか」という問題だ。マスメディアを利用したプロモーションは減ったが、従来の手法をより効果的にするサービスとして、広告配信やサーチエンジン登録の最適化など、詳細なテクニックを含めて提供するサービスは利用が着実に進んでいる。また、アフィリエイトで代理店網の構築を実現したECサイトも出てきた。

今年以降注目されるのは、常時接続と広帯域化を活かしたマルチメディアタイプの広告サービスだ。商品解説などを動画で提供することで購買率を高める手法を提供する会社も出てくるだろう。

### 2. サイト構築・ユーザビリティ

早急なサービス開始のために「とりあえず」構築したサイトのユーザビリティを改善したいというニーズが、2001年になって高まってきた。ユーザビリティを競合他社サイトと比較分析したり、モニターを集めてサイトの課題を指摘してもらおうなどのウェブサイト評価サービスを提供する専門企業が多数登場している。実施後のリニューアルでアクセス数や滞在時間など実際に効果が出るサイトも増えて

きた。サイト制作会社も、効果を意識したインターフェイス設計などができるところと、価格や納期勝負のところなど、幅が出てきている。

### 3. 決済・物流・購買機能

決済サービスに関しては、専門会社、クレジットカード会社に加え、佐川急便のイーコレクトのように宅配業者のサービスが利用を増やしている。イーコレクトは現金化される期間が短いなど中小サイトにも使いやすく、こうした競争の中で、手数料の安さで勝負する事業者も出てきた。EC事業者からすれば嬉しい状況だろう。デビット決済は利用はまだまだであるが、今年以降の立ち上がりには期待ができる。理由としては、主にネットオークションでネット専業銀行による決済が増加していることが挙げられる。また、今年以降確実な増加が見込まれるのが携帯電話による決済サービスだ。さらに、ICカードを利用した決済サービスも登場したが、普及には時間を要するだろう。

物流についても決済同様、宅配業者は軒並み通販ビジネス全体に対する支援を強めている。送り状の印刷ソフトの提供など、きめ細かいサービスまで提供するようなところが増えてきた。

B2Bの購買活動に必要な与信機能については、リース会社などが一部提供してはいるが、引き続き課題として残っており、オープン型のeマーケットプレイスが振るわない理由の1つにもなっている。

### 4. 顧客の満足と共感

どのECサイトにとってもリピーター対応は重要命題だ。そのため、顧客対応支援サービスも引き続き充実してきている。顧客アンケートサービス、メール配信サービスなど、いずれも価格帯やサービス内

容のバリエーションが広がってきた。

しかし、迷惑メール問題などが原因で、特に携帯に関しては、メールによる顧客コミュニケーションが以前ほど重視されなくなってきた。コミュニティーサービスに関しても、一般的な掲示板以外は、それほど増えていないのが実状である。

CRMツールにもさまざまなものが登場したが、ECサイトの機能との連動が難しいものが多く、高コストであるため、ECサイト側の負担が大きい。ECパッケージやASPサービスの充実が待たれる。

ポイントサービスは、ネットマイルなど特定の事業者に絞られてきたため、ECサイト側も利用しやすくなっている。

バイラルマーケティングサービスに関しては、友達紹介リンクが一般的になったほか、バイラル型の懸賞サービスを提供する会社が登場している。楽天など一部で積極的に採用され、利用が進んでいる。

### 5. 効率化・経営

売上高が増加しても、効率化の必要性は変わらない。米国では余剰在庫を処分するサイトとしてeBayを活用している企業が増えており、日本でも同様に、在庫リスクを低減するためにオークションサイトを利用する動きが出てくるだろう。

2002年、EC事業者の側にも、そろそろ明確なビジネス目標が定まり、「自分でやるべきこと」と「外部の専門家に任せること」の切り分けができる担当者も増えてきた。戦略の再設定や、勝てる戦術を構築していく意味でも、コンサルティング会社やサイト構築会社を効果的に使いたい時代に入ってきたと言えるだろう。

(藤元健太郎 D4DR株式会社代表取締役社長/コンサルタント)



## [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](mailto:iwp-info@impress.co.jp)