



平成 21 年度新事業創出・販路開拓ネットワーク整備・活用等事業

2009 年 10 月 21 日発行

展示会・見本市レポート第14号

発行：全国商工会連合会

編集：(財)日本立地センター

協力：全国イノベーション推進機関ネットワーク

ダイレクト・マーケティング・フェア2009

通販・訪販・ネット通販のeコマース

会期	2009年10月8日(木)～9日(金)
会場	東京ビッグサイト
主催	ダイレクト・マーケティング・フェア実行委員会
後援	日本通信販売協会、日本健康・栄養食品協会
運営	日本流通産業新聞社
事務局	www.bci.co.jp
出展者	110社
小間数	165小間
出展料	1小間(3m×3m)=350,000円(税別)
募集期間	2009年2月1日～2009年10月初旬
来場者数	10,896人
出展業種	健康食品・機器、美容関連品等の各種メーカー・卸、通販・訪販業務処理用 コンピューターソフトメーカー、メーリングサービス会社、テレマーケティング会 社、リストサービス会社、インターネット通販用ソフトメーカー、代金決済等イ ンターネットビジネス用サービス会社、CTI機器・ソフトメーカー、その他
来場者の職業	メーカー、小売店、卸 等
同時開催	ネット通販のeコマース展・ネットワークビジネス展・ビジネスチャンス展
次回開催予定	未定

発行：全国商工会連合会 企業支援部 市場開拓支援課 03-3503-1256

編集・問い合わせ：(財)日本立地センター 新事業支援部 03-3518-8964

◆ 時流商流 ◆

販路開拓の期待がかかるDM

新連携、農商工連携などの施策を活用して商品を開発したものの、どのような方法で販売したらよいのか。販売面で様々な課題を抱えている企業は多い。

10年近く前から急速に普及してきたネット通販、ネットショップは、そんな悩みを解決する販売手法の一つ。ダイレクト・マーケティング（DM）が販売方法の主流であることに疑いの余地はない。確かにネットを利用したこれらの販売方法は、販売力の脆弱なメーカーや販売会社にとって、今や無くてはならない販売システム。

だが、消費者や取引先とダイレクトで商談のできるネット通販やネットショップも、その数が膨大な数に昇ったことで、過当競争とマンネリ化に陥っているのが現状。ただ単に自社のホームページ上に店舗を開設したり、外部のeコマース内にネットショップを設けても、売り上げの大幅向上を期待するのは難しい。



拡販方法に工夫凝らす通販各社

こうした現状に対し、通販をはじめ訪販・ネット通販各社も、時代に対応した改善と工夫を凝らしたeコマースや新しい拡販方法の開発に余念がない。その意味で同展は、進化したeコマースの流れを知り、販路開拓方法を学ぶよい機会となる。

また、同展は併催されるセミナー数が48講座と多いのも魅力。幾つかの講座例を上げると、「不況に負けないネットショップの作り方」「成果が変わる！最強の売る仕組み」「あなたは、物流で損している」「今がチャンス！不況だから、零細だから出来る必勝プランディング」など枚挙に暇がない。

このセミナー数の多さは、ネットショップを開設しただけで、販路開拓の問題が解決するわけではないことを示している。

次頁からは、本展示会の中でもユニークな取り組みを行っている幾つかのブースを紹介する。



◆ ブース細見 ◆

レジ袋にチラシ封入する顧客獲得ツール

★出展目的 : 企業顧客との商談

★代表商品の価格 : ドラッグストアのレジ袋封入チラシ(1枚)=7円(税別)

大阪市のベネックス (<http://www.benexinc.com>) は、「ドラッグストア レジ袋封入広告」で、注目を浴びる。設立して6年の若い会社だが、関東、関西、九州地域を中心とする全国の契約ドラッグストア約 1,000 店舗のレジ袋に、あらかじめチラシ広告を封入するビジネス。

ドラッグストアの女性買い物客をターゲットにPRすることができる。通販、資料請求、アンケート、サンプリング、来店促進といった新規客獲得の新たなツールとして有効と、同社では説明している。

同社は書店やコンビニ、スーパー、ドラッグストアに通販会社が発行する無料カタログを設置するビジネスからスタート。これに「通販同送同梱広告」事業を含め、3本柱でメディア戦略を展開する。小回りの効くエリアマーケティングを得意とする。展示会の出展は初めて。



eコマース事業者を支援

★出展目的 : PR

★代表商品の価格: ネットショッピングの月額利用料=49,800円(税別)

東京・渋谷区のジェネシス・イーシー (<http://www.genesis-ec.com>) は、ネットショップの構築・運営など e コマース事業者向け支援サービスを得意とする。

アウトドア・フィッシング用品の大手 EC サイト「ナチュラム」を運営するミネルヴァ・ホールディングスの EC ソリューション事業部が 2008 年 2 月に分社化、設立された。「ナチュラム」の運営で培ったノウハウを、e コマース事業者に提供する。

同社営業部の米田浩二さんは「e コマース事業者の顧客数は 144 件に上ります。出展の目的は支援サービスのご紹介です」と話している。

通販事業者約90社の発送業務代行

★出 展 目 的 :通販会社との商談

★代表商品の価格 :出荷料金(出荷・作業費用・送料込み)=500円(税別)

東京の通販物流専門会社、イー・ロジット (<http://www.e-logit.com>) は、東京と大阪の通販事業者約90社の発送業務を代行する。

都内に5拠点の物流センターを持ち、在庫管理から発送業務まで取り扱う。顧客はASP型の倉庫管理システムによって、インターネット上から簡単に物流業務に関する全てのコントロールが行なえるのが特徴。デジタル検品システムを導入しているため、通販特有の多品種少ロットの物流に柔軟に対応できるという。

同社通販物流部の土橋恵司営業担当は、「発送代行業者は現在30社近くあります。ここ1、2年に急増しています」と話している。



女性会員1,200万人の総合通販

★出 展 目 的 :顧客獲得

★代表商品の価格 :「カタログ同送」(1部当り)=5円(税別)から

埼玉県上尾市のベルーナ(<http://belluna.jp>)は、「ベルーナダイレクト」のサービス名で同梱・同送サービスを展開する総合通販会社。新聞の折込広告で蓄積した約1,200万人の女性会員リストを持つことが強み。毎年約80万人が新規加入するという。

扱い商品はアパレル、雑貨、家具・健康食品、化粧品など幅広い。35種類のカタログを使って、同送・商品同梱・単独DM・カタログ掲載などの中から、ターゲットとなる見込み客に合わせてダイレクトにアプローチできる広告サービスを行なう。

同社東京オフィスの脇本聖子さんは、「最近ではメーカーを含め、直販ニーズが増えています。お客様は、様々な広告サービスの中からどのサービスを選ぶかが、広告の成果を上げるコツとなります」と話している。