

連載

「ECビジネス入門塾」

vol.7

(株)インターファクトリー カスタマーサクセスチームマネージャー 渡邊 洋祐氏

今春よりスタートアップ向けのEC事業のコンサル、広告運用などのサポートを進めている(株)インターファクトリー(東京都千代田区)。多くのEC事業者を支援してきた同社の渡邊洋祐マネージャーは、現実的な売上目標と商品販売に最適なシステムでECサイトの構築・運用を行うことが重要だと語る。スタートアップ企業が注意しなければならないポイントとは。

立ち上げたばかりのECサイトをすぐに黒字化させることは難しい。健康食品や化粧品は利益率が高いため、すぐに黒字化できると考える人もいるが、そうしたケースは極めてまれだ。

スタートアップ企業が成功するためには、売上の黒字化に至るまでに数年の期間を設け、まずは事業戦略として売上目標をしっかりと計画する必要がある。

ただ、多くのスタートアップ企業は自社商品の魅力を顧客に伝えられれば、当然売れるだろうという考えから、「1年目で売上1億円」というような漠然とした目標を立てて、失敗していたりする。

私がスタートアップ企業によくお伝えするのは、既存の会員組織やSNSのフォロワー数も少ない中で、1億円の売上目標を達成するためには、商品の販売価格、客単価から逆算すると、集客に1,000～2,000万円ほどかかる可能性が考えられるということ。

それ以外にも出荷体制など受・発注に対応できるだけの体制整備が必要となる。

その結果、予算が合わず、現実的には初年度の売上目標が500万円程に落ち着くケースが多い。自社の経営体力を見極め、現実的な



PL(損益計算書)を組み、経営戦略、事業戦略を練っていくことが重要となる。

また集客だけでなく、システムの導入においても注意が必要だ。現時点では優先順位の低い最新機能を組み込んだことで、初期投資額がかさんでしまったにもかかわらず、商品が全く売れないので助けてほしい、というご相談を頂くことは意外と多い。

集客にお金を使わずに売上を上げることは非常に困難で、すでに予算がない状況での巻き返しは難しい状況に陥ってしまう。

初期段階で、システムへの投資額は適正なのか、現実的な事業戦略に対して必要なシステムや機能を見極めることが重要だ。

売上や、顧客のニーズに応えるために必要なシステム、機能は何か。私は、100社あれば100通りのECサイトの形がある、と考えている。

自社の売ろうとしている商品に対して、顧客がこういったニーズを感じているのか、何を求められているのかをしっかりと分析し把握した後に、そのニーズに応えることができる最適なECサイトを構築・運用していくことが重要となる。

100社100通りのECサイト
スタートアップ企業が注意すべきポイント