

ネットショップの開業・運営支援で堅実に成長 大手企業を狙った新戦略に大きな期待

Eストアーはネットショップの開業運営システム貸与事業を手がける企業。初期投資コストを抑えたい中小・零細企業を中心に顧客を拡大し、これまで約六万店の支援実績を誇る。堅実な成長を続けてきた同社のEC運営ノウハウを高く評価する大手企業からの案件が、近年特に増えているという。同社の石村賢一社長に新たな経営戦略を聞いた。

代表取締役社長
石村 賢一

プロフィール/
いしむら けんいち。1962年生まれ。東京都出身。日本大学理工学部を中退後、86年アスキーに入社。90年、アスキーエクスプレス取締役企画部長、アスキーネット取締役などを歴任。98年セコムに入社し、ネットワークセキュリティ事業部スーパーバイザーを務めた後、99年に同社を設立し代表取締役に就任。



▼ネットショップ支援ビジネスでは楽天などの競合企業があるが、違いはどこか。
石村 楽天はインターネット内の百貨店であり、当社は「看板自由なフランチャイズ」というところでしょう(注①参照)。インターネット上に独自の名前で店を構える事業主を支援するのが当社の役割です。ネット内で百貨店を運営する楽天とは、正確には競合していません。我々がモデルとしているのは楽天とグーグルの中間です。

石村 私は以前からインターネット自体がマーケットであると捉えてきました。消費者も商品も囲い込まず、自由に「探す・探される」という思想に基づいたサービスを提供するという点が、グーグルと当社に共通するポイントです。

▼どのようなサービスで事業収益を上げているのか。
石村 当社の事業収益は月額固定のシステム利用料と販売手数料(決済処理など)の二本立てです。創業期はシステム利用料のみでしたが、三年前から集客支援事業(注②)を開始し、現在は売上の五〇%近くが

注① 楽天とはココが違う! ネットショップ側からの視点

Eストアーの顧客企業は、独自ドメインでショップを運営している。ドメインとは、インターネット上の住所とも言われるもので、例えばヤフージャパンのアドレスの[yahoo.co.jp]の箇所を指す。〇△酒店なら、「〇△.com」など自己の名を冠したドメインで商売が出来る。アクセスや顧客管理なども全て自社の運営方針を貫ける。一方で楽天などの「モール」では、あくまで運営者のルールに沿うことになる。

手数料によるものになりました。

▼利益率改善に大きく寄与しているようだが、集客支援事業を始めた理由とは。

石村 ネットを介した有料サービスは「いずれゼロ円化へ向かっていく」との考えから発想しました。発想の転換ですね。当社システムを経由する流通総額を上げて、販売にまつわる諸業務での手数料を頂戴する方が良いとの結論に達したのです。あくまで社内のなスローガンですが「流通総額一兆円プロジェクト」と呼

んでいます。実現すれば仮に手数料一%でも当社の売上高は一〇〇億円になりますし、利益率は相当高いのです。二〇一〇年三

▼利益率改善に大きく寄与しているようだが、集客支援事業を始めた理由とは。

石村 ネットを介した有料サービスは「いずれゼロ円化へ向かっていく」との考えから発想しました。発想の転換ですね。当社システムを経由する流通総額を上げて、販売にまつわる諸業務での手数料を頂戴する方が良いとの結論に達したのです。あくまで社内のなスローガンですが「流通総額一兆円プロジェクト」と呼

社。各メディアの読者が顧客のネットショップに訪れるという仕組みです。

▼実際に集客実績はあるのか。

石村 一店舗平均で月間一〇〇〇人弱を記録しています。こうした取り組みの影響もあって、ここ三年は毎年一万店の新規クライアント増加に繋がっています(累計約一〇万社・六万店舗)。特にここ一年は東証一部上場企業など大手クライアントからのネットショップ開設依頼が急増しています。

▼大手企業のEコマースは、系列のシステム開発会社など他のシステムと併せて一元管理している例が多いが、なぜEストアーにオフ

▼どのようなサービスで事業収益を上げているのか。

石村 当社の事業収益は月額固定のシステム利用料と販売手数料(決済処理など)の二本立てです。創業期はシステム利用料のみでしたが、三年前から集客支援事業(注②)を開始し、現在は売上の五〇%近くが

▼対応策は立てているのか。

石村 既に大手クライアント専門に対応するチームを編成して業務に当たっております。業績への貢献は二〇一一年三学期以降になるでしょう。

▼大手からの引き合い増加について、どのように分析しているか。

石村 Eコマース市場が新たな段階に入ったと捉えています。これまでのステータスは中小企業が中心でした。全国八五万ある中小企業の中でもインターネットの知識とそれを上手く使いこなす技術に長けた事業者が成果を上げました。知名度がない小さな会社でもネットショップで年間数億円の売上を計上する事例が相次いでいます。この流れが無く

▼株主還元についてはどのように考えているのか。〇九年三学期の期末配当は一株あたり一五五〇円だった。今後の方針は?

石村 現時点では一〇年三学期も配当を持続したいと考えています。中長期的には配当性を上げていく方針であり、増配で株主様のご期待に沿えるよう頑張りたいと思っています。

注② 利用店舗に「送客」する独自システム ショッピングフィード

同社が06年末に開始した「ショッピングフィード」が、集客支援の役割を果たしている。店舗運営者は自身のネットショップにて取り扱う商品をワンクリックで登録できる。同社提携先のサイトなどへRSS機能によって配信する事が出来る。独自ドメインのネットショップにとって課題であった集客対策の有効打となっている。



石村 各社共通して、当社の運営ノウハウに期待を寄せられています。「ネットショップを自社で運営してきたけれど、上手いかないので相談に乗って欲しい」との声が多いのです。当社は顧客六万件の成功事例と失敗事例を見てきてい

石村 各社共通して、当社の運営ノウハウに期待を寄せられています。「ネットショップを自社で運営してきたけれど、上手いかないので相談に乗って欲しい」との声が多いのです。当社は顧客六万件の成功事例と失敗事例を見てきてい

