

製造業のネット通販

Q. 製造業がネット通販で直販を行う場合、対応体制や配送システムをどう整備すべきか？

要旨 前提として、本テーマの「製造業のネット通販」は、オーダーを受けて製造する商品ではなく、在庫のある商品を通販で販売する場合を想定しています。ネット通販事業を開始する場合（もしくは開始しているが運用が安定していない場合）、誰に何を販売するのか？どのような社内体制を構築すべきなのか？等、経営者もしくはネット担当者に気づきを与える（もしくは確認を行う）方法を説明します。

解説

1. 通販サイト開設におけるターゲットを確認する

通販サイトを直販として開設する場合、BtoBなのか？BtoCなのか？によって、準備すべきこと、検討すべきことが異なります。

BtoBの場合、取り扱い品目は間接資材・材料、部品等が予想されます。顧客側から求められるのは、必要な商品・数量が希望の日時に入手できるのか？が重要なポイントで、通販サイト内で表示する在庫数と、実際の在庫が連動しなければなりません。また、納期を守るため、自社および外注配送業者を利用して確実に納品する体制を構築することが求められます。ネット通販となれば日本全国の顧客が対象となるため、配送に要する日程は自社からの距離によって異なることも確認すべきでしょう。

BtoCの場合ですが、通販サイトに掲載する商品を、魅力あるもののみに絞り込む、もしくは取り扱い商品数を増やし、ユーザーにとって選択範囲を広げることが求められます。在庫を増やすのはリスクを高めますので、販売数量が少ないものについては、受注後に製造するという体制を構築するこ

とも選択の一つになります。その際にはサイト内で納品までの日数を明記しなければなりません。

要は、誰に何を販売したいか？で社内対応から配送体制構築まで影響します。

2. ニーズの確認

お客様には、「通販サイトで、誰に何を買って頂きたいのか？」を詳細に確認し、その回答に対し、気になる部分をしっかり質問を行い、経営者やネット担当者に気づきを与えるような対応が必要と思われます。

製造業のネット直販を行う場合、 最低限気を付けるべきこと

＜ご提案のポイント＞

- ・ BtoB なのか？ BtoC なのか？ ネット通販で獲得したい顧客は誰か？を決めなければ伝えるべき情報、そして受注後の体制構築も異なってきます。
- ・ ネット通販で取り扱う商品は、受注商品なのか？ 製造済みの在庫商品なのか？でサイトの作り方や受注後の体制は異なってきます。

1. 通販のビジネスは BtoB もしくは BtoC なのか？

BtoB の場合、主な取り扱い品目は間接資材・材料、部品になるかと思います。顧客側から求められるのは、必要な商品・数量が確実に希望の日時に入手できるのか？が重要なポイントになります。そのため、通販サイト内で表示する在庫数と、実際の在庫が連動しなければなりません。納期を守るための自社および外注配送業者における確実に納品する体制構築が必須です。自社住所から全国に配送する日数も把握することが重要です。

BtoC の場合、通販サイトに掲載する商品を、魅力あるもののみに絞り込む、もしくは在庫を増やさず対応できる受注製品を販売することをお勧めします。その際にはサイト内で納品までの日数を明記しなければなりません。

2. 在庫商品販売と受注製造商品による、受注後の体制構築の違い

【在庫商品販売の場合】

- ・ サイトの在庫情報と実際の在庫情報を連動させる
- ・ ネットは 24 時間受付可能であるため、スケジュール設計が必要
- ・ BtoB の場合は特に納期遵守が求められるため、通販専用の人員を配置し、見落としがないようにする

【受注製造商品の場合】

- ・ 1 から設計しなければならない商品販売は除外する
→ 商談が必要なため、企業ホームページに役割を持たせる
- ・ 最低受注数量を明確にしておく
→ 1 個から対応となれば、製造ラインの段取りに影響する
- ・ 申し込みから発送までの必要日数を、サイトに明記する

3. 対応体制と配送システム

通販の対応体制として、顧客からの質問、クレームなどに対してしっかり対応することが重要となりますので、専門担当者を配置する必要があります。また、配送システムに関しても、短納期などに対する対応や全国の配送ネットワークの充実など、当社の依頼を確実に実行できる、信用のおける配送業者を選定することです。