

# ネットショップ開設

情報リテラシー研究会

禁：無断転載

〔制作:hobo〕

## 【目次】

- § 1. 電子商取引の形態
- § 2. IT基本法
- § 3. インターネット通販とは
- § 4. ネットショップを構築する
- § 5. ネットショッピングを守る各種システム
- § 6. ドメインについて
- § 7. ホスティングサービスについて
- § 8. ネットショッピングで消費者が気にすること。
- § 9. 個人情報保護ポリシー（記載例）
- § 10. 「ネットショップ構築ツール」の利用
- § 11. ネットショップのセキュリティ対策

## § 1. 電子商取引の形態

<b>B to C</b> . . . . Business to Consumer	(企業 対 消費者)
<b>B to B</b> . . . . Business to Business	(企業 対 企業)
<b>B to G</b> . . . . Business to government	(企業 対 政府)
<b>C to G</b> . . . . Consumer to government	(消費者 対 政府)
<b>G to G</b> . . . . government to government	(政府 対 政府)
<b>C to C</b> . . . . Consumer to Consumer	(消費者 対 消費者)

## § 2. IT基本法

### (高度情報通信ネットワーク社会形成基本法)

#### 第十九条 (電子商取引等の促進)

高度情報通信ネットワーク社会の形成に関する施策の策定に当たっては、規制の見直し、新たな準則の整備、知的財産権の適正な保護及び利用、消費者の保護その他の電子商取引等の促進を図るために必要な措置が講じられなければならない。

「インターネット白書 2007」によれば、日本のインターネット人口は約 8300 万人、現在全人口の 6 割超がインターネットを利用しており、年々この比率は高くなっております。又、これに連れてネットショッピング利用者も増加の一途とたどっております。

## § 3. インターネット通販とは

(E コマース/オンラインショッピング)

インターネット通販とは、インターネットに接続しオンラインショップに注文を送信して取引を行うことを言い、おなじみのカタログ通販やテレビショッピングのインターネット版ということになります。

インターネット通販には、食料品や衣料品、電気製品のような、物品の売買だけでなく、株式売買のサービス提供を受けたり、音楽の配信を受けるなどいろいろな取引があります。

情報サービスの利用や、音楽、静止画、動画、ソフトウェア等のいわゆるデジタルコンテンツのダウンロード等も、「インターネット通販」として取り扱われております。

インターネット通販の今後の傾向として、受注してから製作に取り掛かる分野の商品（例えば、「注文内容により組み立てるパソコン」や「特注の服」）等などと、どんどん新しい分野への拡大が進んでおります。

インターネット通販は、

- ・ 24時間365日、自宅やオフィスに居ながらにして、世界中の商品を注文できる。
- ・ 様々な商品や価格等を瞬時に比較可能。
- ・ 個別消費者のニーズにきめ細かく対応した販売促進が可能。
- ・ 出店者にとっては店の開店費用が小額で済む。 など等

販売者側、消費者側双方にとって大きな利便性を与えるものとして、昨今ますます注目がなされてきております。そのため、百貨店など既存の大手小売業者もこの分野に積極的な取り組みを進めております。

商取引の面から見ますと、インターネット通販は Electronic commerce（電子商取引=E コマース）の一形態と云うことになります。

E コマースには、[BtoB（企業対企業）] [BtoC（企業対消費者）] [CtoC（消費者対消費者）] [BtoG（企業対政府機関）] と分類され、一般的にインターネット通販は [BtoC（企業対消費者）] を指して言います。

企業が BtoC を実施する場合は、消費者が E コマースに求めているものをよく理解し、その要求を満たしてあげることが必要です。アフターサービスの情報や良くある質問などを Web サイトに掲載し、顧客からの各種の問い合わせにこまめに応じることにより、Web ショップに顧客を繋ぎとめることができます。

企業にとって E コマースは新しい販売チャネルと言えるものであり、これにより企業は新規取引先を開拓するチャンスを掴むことができます。また、既存の取引先とのやり取りをインターネット経由で行うようにすることにより、企業の業務プロセスを効率化できます。これによりコスト削減、顧客サービスの向上、取引の迅速化などが見込めます。

現在、商品やサービスの購入のための情報収集はネットが主流になっております。インターネットで買物をしたことがあるという人は、インターネット人口の 70%以上と言われます。これはすなわち一般の人たちにインターネットが生活の一部として浸透し、E コマースも肩ひじを張って利用するものでなく、普通に物を買う方法の一つになってきたことを示しています。E コマースは完全に定着したと言えます。B2C 市場の規模も確実に拡大しております。

== ネットショップで買い物をする疑似体験 ==

<http://demointerior.shop23.makeshop.jp/>

(MakeShop サンプル) このショップはサンプルショップです。実際にお買い物いただけません。」

## § 4. ネットショップを構築する

### I ネットショップとは

#### [ネットショップの利点]

- ◎ 店舗を構える必要がなく、開店費用が非常に安くて済む。  
(物理的に店舗やパンフレットを準備する資金が無くても、開店することが出来、全世界から注文を受けることが出来る。)
- ◎ ショップの維持にともなうコストが非常に安くて済む。  
(月々の店舗の家賃を払う必要もなく、必要なのは Web サーバーの維持やインターネット接続費用などだけで済む。ただし、ホームページ作成を他に頼めばその費用はかかる。)
- ◎ 何時でもどこからでも 24 時間 365 日買い物が出来る。  
(インターネットは世界規模のネットワークですから、顧客が何時どこにしようと商売が成り立ちます。夜間、店舗を閉める必要はありません。)
- ◎ 顧客情報の入手や管理が非常にやりやすい。  
(顧客からの注文や問い合わせは、電子メールで行われます。全てメールアドレスを収集する事が出来、有力な顧客リストを作ることが出来る。その顧客リストを分類し、それぞれの顧客のニーズに合わせたダイレクトメールを同時発信することが出来る。膨大な郵送コストの負担が無い。)
- ◎ ショップのイメージチェンジが非常に低コストで出来る。  
(店舗はその雰囲気を変えるためにリニューアルが必要です。現実の店舗の場合は改造費用や商品の並べ替えなどの費用がかかりますが、ネットショップではホームページの書き換えだけで済みます。)

※ ネットショップと云えども、商売を行うからには、商品の製造、仕入れや在庫管理は必要です。又、顧客の信用を得るための地道な努力が必要であることに、変わりはありません。

## [ネットショップの難点]

- \* 顧客と対面する機会はほとんど無い。  
(顧客とのコミュニケーションは全てインターネット上でのやり取りになりますので、顧客と対面する機会はほとんどありません。文字だけのやり取りですから、意味の取り違いなどが発生しやすくなります。その分、慎重さや丁寧さがより必要となります。時には電話での対応も必要になります。)
  
- \* 売る側の顔が見えにくいので、顧客に不安感を持たせやすい。その為、売る側のより迅速な対応が求められることとなる。  
(注文内容の確認、商品の発送、質問やクレームへの対応を、迅速に行わなければなりません。これらに対処するため、メールの自動返信やモバイルコンピューティングなどの活用などの体制を整えるようにします。)
  
- \* 顧客が実際に商品を手にとって見る事が出来ない。  
(それを解消するために、商品の中身や商品の裏側も見せるなど、陳列の工夫が必要となります。又、商品の具体的な説明が必要となります。)
  
  
- ※ ネットショップの場合、商品やそれを売る人の顔が見えにくい分、「顧客の心の動き」をより敏感に感じ取らなければなりません。

## Ⅱ ネットショップの構築手順

1. ネットショップ開店に必要な機材や環境を検討する
2. ネットショップの出店先を決める
3. ネットショップ（店舗）の設計を考える
4. ネットショップのホームページを制作する
5. ネットショップの決済方法・配送方法を決める
6. ネットショップに関する法律
7. ネットショップの 開店 & マーケティング

### 1. ネットショップ開店に必要な機材や環境を整える。

・目標とするネットショップを運営するためには、どの程度のパソコンの性能が必要か？  
又、パソコンを設置する場所、商品を撮影するためのデジカメ、携帯電話、データのバックアップのための機器類、など等の検討をします。

顧客へのメール対応や、ホームページの更新を迅速に行うために、ADSL または光接続のブロードバンド回線で、常時接続できるようにしておきます。

又、Web サイトを業者に作ってもらう場合でも、ある程度のホームページの知識は必要であります。その他、安全にネットショップを運営していくために、一定のセキュリティ関連の知識やメール機能に習熟する必要があります。



## 2. ネットショップの出店先を決める。

※ ネットショップを開設するという事は、サーバーに店舗のホームページをおくと言うことです。

### ネットショップの出店場所は、大きく分けて4つあります。

#### ○ プロバイダのホームページスペースを使う

プロバイダは会員向けにホームページスペースを用意してあることが多いので、ネットで申し込めばすぐに利用することができます。費用もかかりません。しかし「サーバーの容量が小さい」「使える CGI が少ない」など、ネットショップを出店するには不向きな点が多く、また商用利用を禁止しているプロバイダが大半です。

#### ○ ショッピングモールを利用する

インターネットのショッピングモールとは、ネットショップが集まった言わばインターネットのデパートのようなものです。「楽天」や「ヤフー」など、知名度の高いモールはすでに大量のアクセス数を確保していますから、その集客力を利用することができます。また、簡単に開店・運営ができるシステムが整ったモールが多く、容易に出店することができます。

ただし、モールを利用するには毎月利用料として、一定額または売上の数パーセントを払わなければなりません。又モールにはライバル店も多いので自分の店舗を目立たせることが難しくなるなどがデメリットとして考えられます。

\* 【楽天】 <http://www.rakuten.co.jp/>

\* 【ヤフー】 [yhasaka@yahoo.co.jp](mailto:yhasaka@yahoo.co.jp)

### ○ レンタルサーバーを借りる

ショップを運営するのに十分なサーバー容量があり、ネットショップ向けにショッピングカートやデータベース作成など、便利なサービスが充実したレンタルサーバーも増えています。また、**独自ドメイン**を取得すれば、インパクトのある **URL** で運営することができますので **SEO** 対策をしっかりとやれば自分の店舗をアピールすることができます。最近では安価で良質な多くのレンタルサーバーがあります。

### ○ 自分でサーバーを管理する

サーバーやセキュリティ対策の高度な知識がある人は、自分でサーバー管理をしながら、ショップ運営をすることも可能です。独自ドメインも使えますし、**CGI** の使用も自由にできます。サーバーをレンタルする費用もかかりません。

しかし、サーバーにトラブルが発生したときも、自分ですべて対処しなければなりませんので、サーバー管理には少なからず労力がかかります。サーバー管理は専門の企業に任せて、自分はショップの運営やサービスの向上などに時間をかけた方が、ショップ運営にはベターと言えるでしょう。

## 3. ネットショップ（店舗）の設計を考える。

どのような店舗を作るか？ を考えます。

ショップのイメージを表す「色」「ロゴ」「デザイン」等を考えます。又、イメージ写真や商品の写真など、どんなものを使うか等も考えておきます。その他、商品の数、ショップの規模なども考えておきます。

#### 4. ネットショップのホームページを制作する。

具体的にパソコンを使って「お店」を作ります。

- ・ 自分でホームページを制作する。
- ・ ホームページ制作業者に作ってもらう。
- ・ 第10章「ネットショップ構築ツール」を利用する。

#### 5. ネットショップの決済方法・配送方法を決める。

販売する商品の注文の受け方、受けた商品の発送、入金の確認など等をどのような方法にするかを決めます。

〔注文方法〕

- ・ 電話
- ・ FAX
- ・ メール
- ・ ショッピングカート

〔決済方法〕

- ・郵便振替
- ・銀行振り込み
- ・クレジットカード
- ・配送業者による代金引き替え
- ・コンビニ決済

## 6. ネットショップに関する法律。

「特定商取引に関する法律」にもとづいた表示をしなければなりません。

販売業者名（会社名や屋号）

責任者名

所在地（住所）

電話番号

商品代金以外の費用（送料、振り込み費用など）

納期について

支払方法

返品について

**参考**

※【日本通信販売協会】 <http://www.jadma.org/index.html>

※【公正取引委員会】 <http://www.jftc.go.jp/>

又、インターネット上のフリーの写真などを利用する場合は、著作権などに注意しなければなりません。

## 7. ネットショップの 開店 & マーケティング

ネットショップは開業してからが勝負です。地道な顧客対応や商品のチェック、こまめなサイトの更新、トラブルの対応、など怠り無く万全を期すことが大切です。又、検索エンジンに登録したり、相互リンクを申し込んだり、掲示板に宣伝したり、メールマガジンで宣伝するなど等、お店の発展のためにいろいろな工夫が必要です。

## § 5. ネットショッピングを守る各種システム

インターネットショッピングで消費者が不安になるのは、相手の業者が本当に存在しているか、自分の住所やクレジットカード番号等の個人情報が漏れないかといったことです。

(1) オンラインマーク [例] ジャパネットたかた <http://www.japanet.co.jp/>

\* 通信販売業者の存在を確認



(2) SSL (暗号化)

\* 通信途上での情報漏えい防止



(3) プライバシーマーク [例] ビッグカメラ <http://www.biccamera.com/>

\* 個人情報を保護の表示



(4) エスクローサービス

\* オークション上で活用

## § 6. ドメインについて

### ◎ドメインとは

インターネットに接続しているコンピューター一つ一つには、IP（アイピー）アドレスという番号が必ず付けられます。ピリオドで4つに区切られた数字で、例えば <124.83.147.204>（Yahoo サイト）といったような形で表現される。これがそのコンピューターの住所にあたります。しかし、単なる数字の集まりなので、IP アドレスだけを見ても分かりにくいので、人間が覚えやすいように分かりやすく表したのがドメイン名です。

「ドメイン（domain）」は「領地」という意味で、コンピュータネットワークにおいて、サーバーを中心とした、ひとまとまりの管理単位を表します。

ドメイン名とは、例えばヤフーの URL (<http://www.yahoo.co.jp>) の場合、(yahoo.co.jp) がドメインです。ドメイン名は「インターネット上の住所表示」と言われ、URL（ホームページのアドレス）や（メールアドレス）などの一部分として使われます。

又ドメインは階層構造になっており「www.yahoo.co.jp」を例にとると、「jp」が日本を表し、「co」が組織種別として企業を表し、「yahoo」がヤフーという会社を表しています。ここでの「www」は、Web を提供するサーバーの名前です。

ドメインは住所ですから、同じ住所が2つ存在しないように、同一のドメイン名は存在しません。世界にたったひとつだけのものなのです。ドメイン取得は先着順になっており、基本的に先に取得した人がいた場合は後から申請しても取得できません。裏をかえせば、どんなドメインでも最初に申請すればそれが自分の「住所」になります。

ドメインを取得すると、そのドメインをもとに、ホームページアドレスや、メールアドレスを作ることができます。

[メールアドレスの場合]

parea@yahoo.co.jp

トップレベルドメイン  
第二レベルドメイン  
第三レベルドメイン

[URLの場合]

全体で255文字まで（ピリオドを含む）

このラベル名が63文字まで

www.yahoo.co.jp

トップレベルドメイン  
第二レベルドメイン  
第三レベルドメイン

ホームページアドレスやメールアドレスは、プロバイダから配布されたり、または、無料で使えるホームページサービスやメールサービスを利用することによって、与えられるものもあります。

しかしこの場合、自分の希望する「住所（ドメイン）」にすることはできません。プロバイダなどの会社名が入っていて、長くて覚えにくい場合も多くあります。

また、何らかの理由によりプロバイダを変更した場合、ドメイン名、つまり「住所」まで変更しなくてはなりません。ドメインを取得すれば、自分の好きな名前をつけて、ずっと使い続けることができるのです。

又、会社名や商品名などをドメインにすることも出来、信用度も大きくなり広告宣伝の力も増してきます。いまや自社のドメインを取得することは、会社（商店）としての必須条件になってきました。これは、メールやホームページが会社の顔としての地位を確立してきたためであります。

インターネット上のお店がどんどん増えてきました。実際の店舗のように立地条件のないインターネットの世界では、覚えやすい名前と有名なサイトからのリンクが、集客を大きく左右することになります。

## ◎ ドメインを取得する

### ドメインを取得するメリット

#### ○ 借り物ではない URL でインパクトも大きい

プロバイダのホームページスペースを利用した場合に比べ、独自に取得したドメインは借り物ではない URL にできるので、その分顧客にインパクトを与えることができます。「独自ドメイン」という言葉は、プロバイダなど他のドメインから独立していることを強調した表現の仕方です。

#### ○ 店名や商品を連想させるドメインなら覚えてもらいやすい

たとえば、みかんを販売する店のドメインが、例えば（甘いみかん）「amai-mikan.com」ならば、店とドメインを結びつけて連想できるので、お客さまにどちらも覚えてもらいやすくなります

#### ○ 信頼度が高まる

独自ドメインでネットショップを運営すると、（このショップは片手間でやっているお店ではないな！）と言った印象を顧客にもってもらえることが出来、顧客からの信頼感も深まるというものです。

#### ○ 一度取得すれば、同じアドレスがずっと使える

プロバイダのホームページスペースを利用してショップを開いている場合は、プロバイダを変更すると、ショップのアドレスも変わってしまいます。しかし、ドメインを取得すれば、ずっと同じアドレスを使うことができます。

ネットショップのアドレスを変更するのは大きな損失になります。折角覚えてもらったアドレスを、すべての顧客に対してその変更を伝えなければなりません。顧客が変更に気づかないまま、お気に入り（ブックマーク）や他サイトからのリンクが切れてしまうと、まさにそれが縁の切れ目になり、自分のネットショップが忘れられてしまったりします。又顧客に面倒な思いをさせることにもなり、顧客離れを助長することにつながります。

ほかにも（SEO 対策がふりだしに戻る）など、デメリットばかりです。そういう意味でも、開店と同時に独自ドメインを使えるようにしておくことが求められます。



## ネットショップでよく使われるドメインの種類

.com	一番メジャーなドメイン。そのため主要な単語はほとんど取得済み。
.net	メジャードメインのひとつ。企業人気も高いが、個人でもよく使われている。
.jp	最近人気の日本のドメイン。日本語の文字列でも登録できるのが特徴。
.biz	ビジネスのために生まれたドメイン。ネットショップでもよく使われる。
.info	情報発信のために生まれたドメイン。法人・個人問わず登録できる。

### 希望するドメインの検索

お名前ドットコム（お名前.com） <http://www.onamae.com/>



まずはドメインを検索！

検索したいドメイン名を入力してください。

検索

検索対応ドメイン ▶	.com	.net	.jp	.org	.tv	.mobi
	.bz	.info	.sc	.in	.cc	.biz

## § 7. ホスティングサービスについて

### ◎ ホスティングサービス (hosting service) とは

==Web サイトの賃貸サービス==

インターネット上でホームページを公開する場合、掲載コンテンツだけではなく、インターネットに接続するために必要な機器の購入や設置等、様々な作業が生じます。導入後もウェブサイトの運用・管理を毎日行なう必要が生じ、様々な手間を必要とします。これらの作業を一手に引き受けるサービス、それがホスティングサービスです。

インターネット上に店舗を構えると言うことは、自分の店舗名（ドメイン名）で、一定の場所（サーバー）に出店する＝（ホームページ公開する）ということです。

又、ホームページを置いておくための『サーバー』とは、24時間365日いつでも誰でもホームページを訪問できるように、常時稼働しているコンピュータでなければなりません。

ホスティングサービスを利用することにより、サーバーのレンタルとともに、ドメインの取得、サーバー管理など等、その他もろもろの作業を委託することが出来ますので、自分ですべての機能を準備するのに対して、大いにネットショップが開設しやすくなります。

### ◎ ホスティングサービスの利点

ホスティングサービスを利用することで、下記のようなメリットを得ることが出来ます。

- \* 機器類を自前で準備する必要がない。
- \* 低価格で高速回線を利用できる。
- \* 様々な機器について熟練した技術者が24時間365日体制で見守ってくれる
- \* 堅牢な警備体制でデータを管理してくれる。
- \* メールを送信・受信ともにサーバーでウイルスチェックを行ってくれる。
- \* プロバイダ名を変更しても、URLやメールアドレスを変更しなくてよい。
- \* 覚えやすい社名（商店名）に沿った独自ドメインを持つことが出来、独自のメールアドレスを設定できる。

本格的なホームページ運営に、ホスティングサービスは 欠かせないものとも言えるでしょう。
--

## § 8. ネットショッピングで消費者が気にすること。

### (1) ショップ運営者に関する信憑性

「訪問販売法」に基づく表記（業者名、住所、電話番号など）がきちんと表示されているか？ こうした表記がないのは論外ですが、消費者はショップ運営者に電話をかけるなどして、これらの内容を確認することもあります。

### (2) 個人情報の取り扱いに関する信憑性

オンラインマークやプライバシーマーク（p.13）はあるか？

個人情報の取り扱いについて明記がなされているか？

個人情報を送信する画面はSSLで暗号化されているか？

（Web上の通信が心配な人のために、住所・電話番号など個人情報をFAXで受信可能としているサイトもあります。）

### (3) 納期や配送に関する信憑性

送料がはっきり明記されているか？

配送方法はきちんと明記されているか？

### (4) 決済に関する信憑性

「通信販売法」に基づく表示（代金の支払方法、返品の内容、送料など）がきちんと表示されているか？ クレジットカード決済の安全対策（暗号化）は講じられているか？

[参考]：「悪徳商法マニアックス」<http://www6.big.or.jp/~beyond/akutoku/>

## § 9. 個人情報保護ポリシー（記載例）

当社は、個人情報を適切に保護することが当社の社会的責務と考え、次の取り組みを推進いたします。

○年○月○日制定

1. 当社は、社員に対する教育啓発活動を実施するほか、個人情報を取り扱う部門ごとに管理責任者を置き、個人情報の適切な管理に努めます。
2. 当社は、必要かつ適切なセキュリティ対策を講じることにより、当社の取り扱う個人データの漏えい、滅失またはき損の防止その他の個人データの安全管理に努めます。
3. 当社は、あらかじめ本人の同意のある場合、または法令で許容されている場合を除き、通知もしくは公表した利用目的、または取得の状況から明らかな利用目的のためのみに個人情報を利用いたします。
4. 当社は、あらかじめ本人の同意のある場合、または法令で許容されている場合を除き、当社の業務の委託先および当社の関連業務の承継先以外の第三者には個人データを提供いたしません。
5. 当社は、当社の取り扱う個人データを第三者に提供する場合は、特段の事情のない限り、契約による義務付けの方法により、その第三者からの漏えい・再提供の防止などを図ります。
6. 当社は、保有個人データの確認、訂正などを希望される場合は、合理的な範囲で対応いたします。所定の当社対応窓口までお申し出下さい。
7. 当社は、個人情報の保護に関係する日本の法令その他の規範を遵守するとともに、本ポリシーを含むコンプライアンスプログラムの内容を継続的に見直し、その改善に努めます。

〇〇〇〇株式会社

## § 10. 「ネットショップ構築ツール」の利用

(初心者がショップを開店する方法として「ツール」の利用を検討します。)

ネットショップの開店準備だけでも結構大変な作業です。新しいお店を作るのですから当然と言えば当然なのですが、「ネットショップ構築ツール」などを利用すれば、低価格で比較的簡単に店舗を開設することができます。

本格的なネットショップを開設するのに、最低限必要な機能とはどのようなものでしょうか。(トップページ、商品の詳細ページ、特定商取引法に基づく表記のページ、利用規約のページ、お問い合わせフォーム、購入申込のページ) 最低でもこれだけのページが必要になります。

更に、ショッピングカートの設置(決済機能)、顧客管理システムも必須のものと言えます。又、便利で信頼感のあるショップにするためには、顧客への自動送信メールの設置や、購入履歴の管理、会員登録機能などのシステム構築が重要です。

そこで、初心者でもすぐにネットショップを立ち上げることができる「ネットショップ構築ツール」を利用すれば、ショップのホームページが簡単に作成できる他、顧客管理や商品管理などを低コストで行うことができます。

### 「ネットショップ構築ツール」の諸機能

【例】 MakeShop <http://www.makeshop.jp/>

“MakeShop”とはショッピングカート付きのホームページ作成ができる、ネットショップ構築運営 ASP です。商品、会員、受注情報の管理の他、オンラインイベントの開催、メール送受信、決済機能、アクセスアップのためのツールといった充実の「機能」 オンラインでのお客様の取り込みには欠かせないアクセスアップのための「集客」、機能の使い方や運営に困った時の万全の「サポート」の体勢を取り揃え、パソコンとインターネットの基本的な知識さえあれば、どなたでもネットショップが運営できるよう、対応しております。国内外で導入実績 100000 店舗と、個人・法人問わず多くの方にご利用いただいております。

=MakeShop ホームページ紹介より

MakeShop では、サーバーを別途契約する必要はありません。ショッピングカートは標準装備、決済代行業者とのつなぎこみでカード決済やコンビニ払いにもなど対応していま

す。又ネットショップには必須の注文の管理や会員の管理の機能もあり、ショップ作成に必要な機能がセットで提供されます。

左記のような10種類の機能が準備されております。

このうち主な機能としては・・・

「**ショップ作成**」ショップ名をはじめとするショップ情報や、各ページのデザイン、注文／決済の設定など、ショップの基本設定を行うことができます。  
デザインテンプレートも豊富に用意されております。

「**商品管理**」カタログを作成するための商品情報の編集や、商品カテゴリーの編集を行います。在庫管理などもここから行うことができます。

「**注文管理**」受注後の注文管理を行うことができます。期間、決済方法、配送状況による注文状況の確認のほか、売上状況のデータも見ることができます。商品の売上動向の分析などが出来ます。

「**会員管理**」ショップ会員に関する各種設定を行うことができます。  
ポイント還元など、多くのショップでリピーター獲得の方法として採用されている会員制度を、手軽に導入できます。

#### 【MakeShop 料金】

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>・ 初期費用：10,500 円</li><li>・ 月額費用：(30 商品まで 0 円) ～</li></ul> |
|--|

※ 独自ドメインの料金は別途に（年：数千円）が必要になります。  
取得するドメインの種類によって料金は違ってきます。

## 〔顧客とのコミュニケーション機能〕

お客様とコミュニケーションをとることで、より信頼感のあるショップに！  
掲示板やメールマガジンなどによるお客様とのコミュニケーションは、ショップのファンを増やすためにも有効な手段です。

**MakeShop** ではさまざまなタイプの掲示板を設置したり、属性を絞り込んだメール配信を簡単に行うことができます。

顧客データを自分で持つことが出来ます。掲示板やメルマガを上手に利用して顧客にアピールしたり、ダイレクトメールなどによりリピーターの獲得に活用できます。

売上アップに有効な期間限定キャンペーンなどのイベント開催や、ショップ独自のアフィリエイトプログラム、懸賞、オークション、共同購入も、管理画面から設定するだけで導入することが出来ます。更に顧客ニーズの把握に欠かせないアンケートを設置することもできます。

## 〔アクセスアップ対策〕

＝SEM 対策＝

ショップが完成したら、あとはアクセスを集めることが重要になってきます。せっかくいい商品を並べて信頼感のあるショップを作っても、アクセスしてもらえなければ売上につながりません。そこで有効なのがキーワード広告 (PPC 広告) です。キーワード広告とは、**Yahoo!**や **Google** などの検索サイトで、ユーザーの検索ワード (検索した言葉) に応じて表示される広告のことです。

**MakeShop** では、**Overture (Yahoo!)**・**Adwords (Google)** といった主要なキーワード広告に完全対応しており、管理画面から設定を行うことができます。

又アクセス解析により顧客の動向を把握し、ショップ構造の見直しや販売商品の配置換えなど、ショップを改良していく上での重要な指標になります。

## § 11. ネットショップのセキュリティ対策

### ● データのバックアップ

パソコンのトラブルや故障など万が一に備えて必ずデータのバックアップを取る。

- ・ 外付けハードディスク
- ・ CD/R
- ・ CD/RW
- ・ DVD
- ・ USB メモリ

### ● ウイルス対策

ウイルスによる情報漏えいやデータの破壊を防ぐために万全のウイルス対策を施す。

- ・ Windows Update
- ・ ウイルス対策ソフト
- ・ ファイアウォール
- ・ スパイウェア対策

### ● ID&パスワード

情報漏えいを防ぐため、ID やパスワードの設定・取扱いに十分注意する。

(パスワードを見直そう：<http://blog.goo.ne.jp/yh-asaka/d/20070101> )

- ・ 堅牢なパスワード
- ・ パスワードチェッカー

### ※ その他

メールトラブルを防止するために「メール操作」に習熟する。



<http://21hobo.com/>

「情報リテラシー研究会」

＝無断複製・無断配布を禁ず＝