




「ビジネスツールとしての ネットオークション」 セミナー概要

株式会社デファクトスタンダード

代表取締役

武永修一

2004-12-16



本講座6つの特徴

1. ユーザー視点の、中立的な内容。
→ヤフーの問題点、他社、イーベイも加味
2. 様々な情報やノウハウの取捨選択・体系化。
→何が役に立つのか。何を覚えておくべきか。
3. 多方面への拡張性を重視。
→周辺事業。他の使い方の可能性。



4. 効率的な参加へのこだわり。

→時間or金銭コストやストレスの削減。

5. 先進の米国の事情を意識・比較。


→ebayとそれを取り巻く状況

6. ビジネス・起業の第一歩としてのオークション。

→ゼロからのスタート。事業を、経験を元に解説。

タイプ別の重点

1. 他の事業（物販、情報など）にオークションを販売促進で使いたい方
→集客、信用度UPに特化。カテゴリを駆使。
2. オークション関連ビジネスを考えている方
→成長途上の広大な市場。新たな需要掘り起こしも視野。
3. 現在ユーザーだが、もっと効率的に売り上げたい方
→少し変えれば誰にでもできる。一番悩むのは商材と手間。得意分野に特化。苦手分野のアウトソース。



4. 見たor買ったことあるが、売った経験はない方

→買いは勉強。出品は簡単&ノーリスク。学習効果UP。

5. ビジネス・起業の第一歩として、何をやるか決めていない方

→オークションが最適。F.e. キャッシュ、知識、リスク(回収スパン、場所、時間)。

6. 興味のない方。


→ショッピングツールとしての認識。

講師プロフィール

- 武永 修一（たけながしゅういち）
- 株式会社デファクトスタンダード 代表取締役
- 1978年生まれ、今年26歳。京都大学法学部卒。
- 在学中からネットオークションを始める。当初の投資は実質ゼロ（不用品処分）。
- 昨年度は、オークション事業のみで年商約1億円を達成。
- 通算約25000人、2億2000万円以上を売る。
- 今年度より、物販事業と並行し、ECやオークションのシステム開発・運営、コンサルティングを業務内容に加える。

全体像

- ネットオークション・・・1998年からスタート。
当時はマニア市場。
- ヤフーオークション流通額 6000億円 >三
越、伊勢丹
- コマースを根底から変えた。CtoC市場の波。

- 
- 国内のネットオークション市場の年間取引総額は、概算で約**7000億円**（**米国では3兆円**市場）弱。近い将来に**1兆円**を超えると予測。
 - 会員数は現在約**700万人**。（ヤフー400万超、延べ700万）。1000万人に達する勢い。



利用目的

- ①検索、市場調査
- ②入札・落札
- ③不用品処分、趣味の共有
- ④事業としての継続的出品
- ⑤他事業のPR,アクセス効果を狙う出品



INDEX

1. ネットオークションの現在の状況
2. ネットオークションの今後の展望
3. マーケットとしてのネットオークション
4. ネットオークションでの販売促進戦略
5. 他のビジネスへの活用とシナジー効果について
6. オークション周辺事業の可能性



1. ネットオークションの現在

- 日本全体の市場規模、各サイトの特徴
→ ヤフー、ビッドーズ、楽天、Livedoor

- 現在に至る成長の軌跡、スピード



- 人が集まってくる魅力は？

- 賢い買い物、リサイクルと換金

- （闇市的、素人性、ゲーム性、エンタメ性）

- 参加者の全体的な傾向、構成比率



2. ネットオークションの今後の展望

- どこまで大きくなるの？この市場。

 - ネット人口、社会的認知

- 先進のアメリカでは、何が起きている？

 - 3兆円市場、NASDAQ上場、一般話題性



- 参加者の変化

→高年齢者、若年層、地方の人々

- リアル店舗の、ネットオークションへの対応。

→あらゆるジャンル。特に地域的、時間的のある分野。



3. マーケットの特質

- 適正価格(相場)は、どうやって形成されるの？
→ユーザーに訴求力のあるもの

- 市場の反応で、実店舗販売と顕著に違う点
→実店舗より高い相場、低い相場



- セキュリティー、トラブルの対応について

- トラブルの種類

- サイト運営者の対応、公的機関の対応

- 巷に溢れているノウハウ、情報について

- 情報源が重要、必要な部分を必要な時に

4. ネットオークションの販売促進戦略

- ノウハウ・圧倒的に売れているショップの共通点
→基本、サービス、信用、商材

- どの商材を、どうすれば売れるのか？
 - a.商材
→ジャンク、マニア、ハンドメイド、情報(対象)

 - 食品、国内未入荷、地方特産物、有名店(地域)



→アンティーク、古本、ベビー&子供グッズ(時間)

→チケット、芸能系、おまけ、懸賞、販促物(手間)

→その他、複合カテゴリ



b. ルート

→ 地域、情報、手間、他サイト、委託

c. 出品テクニック

→ カテゴリ、検索、注目ツール、時間、決済(形式)

→ 画像、文章、送料、セットvs個別化、値段(内容)



d.取引の際の重点ポイント

→メール&電話の使い方、口座、発送方法、梱包

e.アフターフォロー

5. 他のビジネスへの活用

- ネットオークションと相乗効果が高い分野
 - クリック&モルタル、BtoB、情報(売る)
 - HP、メルマガとの連動、PR(集める)

- 最小限の労力で、効率的に効果を得るために
 - マーケティング、リサーチ(調べる)
 - システム化

6. オークション周辺事業の可能性

性


■ オークションに絡むビジネス

→ 代行、コンサル、情報

→ 各フェーズ支援(人、モノ)

F.e. 撮影、ライター、保管、エスクロー、デザイン

事務、秘書、マーケティング、交渉



- 需要と将来性

→新たなマーケット創造の可能性

- いつ、どうはじめるか(まとめ)

→ゼロから1の重要性、低リスク、自分の強み

ビッダーズの特徴(参考)

- 200万人以上の会員、月額参加無料、出品料無料。
- ネットオークション開始までの手続きの手軽さ
- 「SPEEDオークション」(1円からスタートして24時間で終了)の開催。
- 共同購入、アフィリエイトプログラム。
- 女性を意識した特集。「スイーツの街」。



楽天オークションの特徴(参考)

- オークションと固定価格。
- 販売・購入情報管理やメルマガ配信機能など、利用者に親切的なオークションシステムが特徴
- 女性に人気のポイント制。「楽天市場」での買い物や商品応募。
- 「質流れフェア」「●●%OFF会場」などの企画。



Livedoorオークションの特徴

- マニア受けするカテゴリ(ガンダム、ネタ)。
- 従来サイトとは全く異質な発展の可能性。
- ブログなど、強力なメディアによる牽引き。
- 出品者としての新規参入はチャンス。



ebayの特徴(参考)

- イギリスやフランス、ベルギー、韓国、中国など22カ国で展開。
- eBay大学というカルチャースクール。eBayの利用法について講演。
- eBayグループ・・・ワークショップ、チャット、クラブ



- 検索機能の充実。

F.e. Advanced Search、ディーラー登録

- パワーセラーへの記念のメダル、マーキング

- 買い手の保護。

F.e. Paypalの性質。評価や取引の仲介。