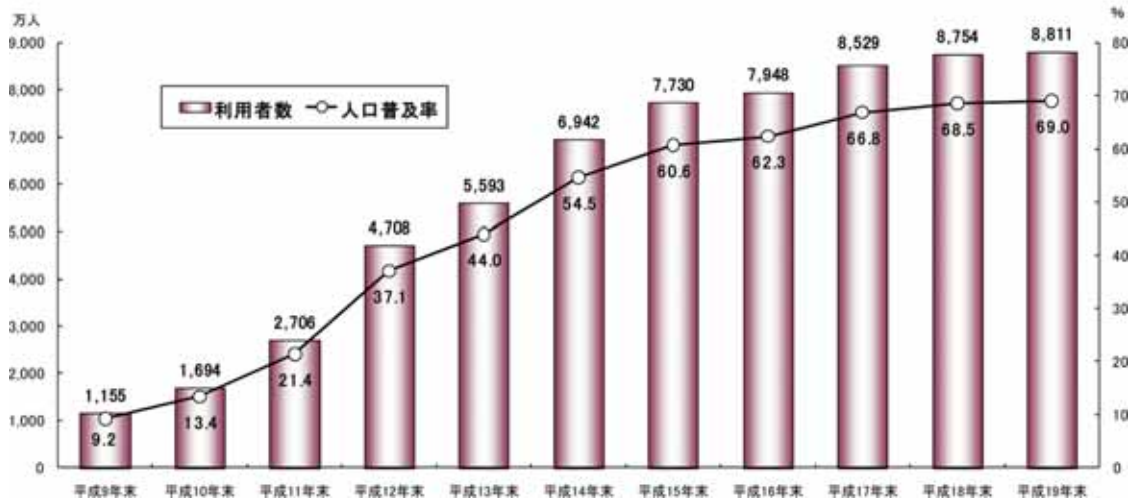


「雲仙まるごとネット」通販マニュアル

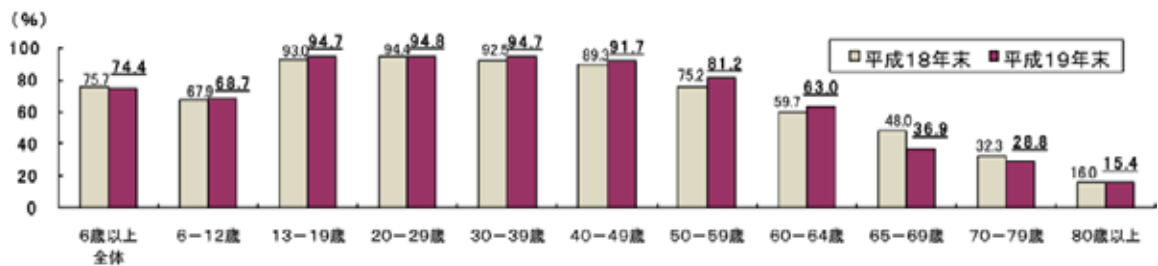
雲仙市商工会 (担当: 総務課)

1. 市場としてのインターネット 出典: H19年度通信利用動向調査、インターネット白書 インターネット利用者数及び人口普及率の推移(個人)

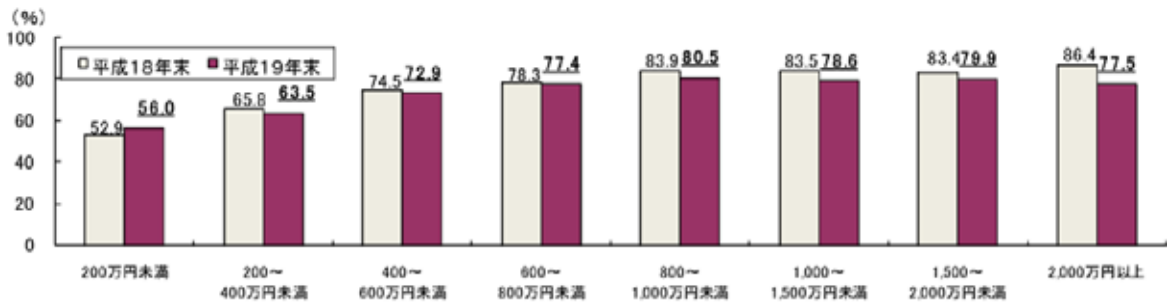


属性別のインターネット利用率(個人)

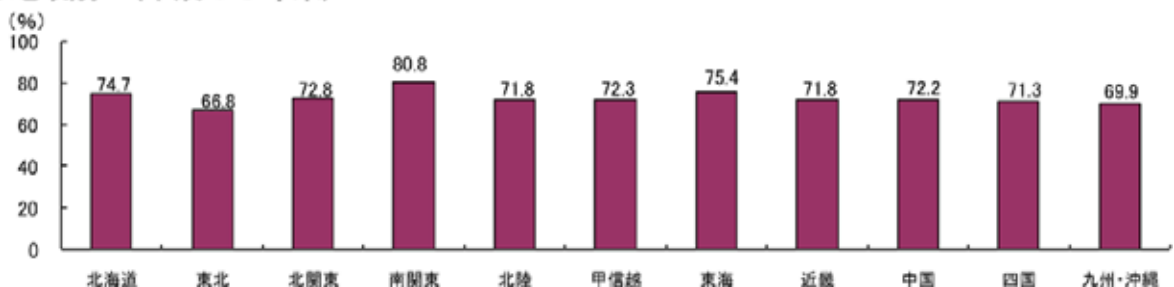
○世代別



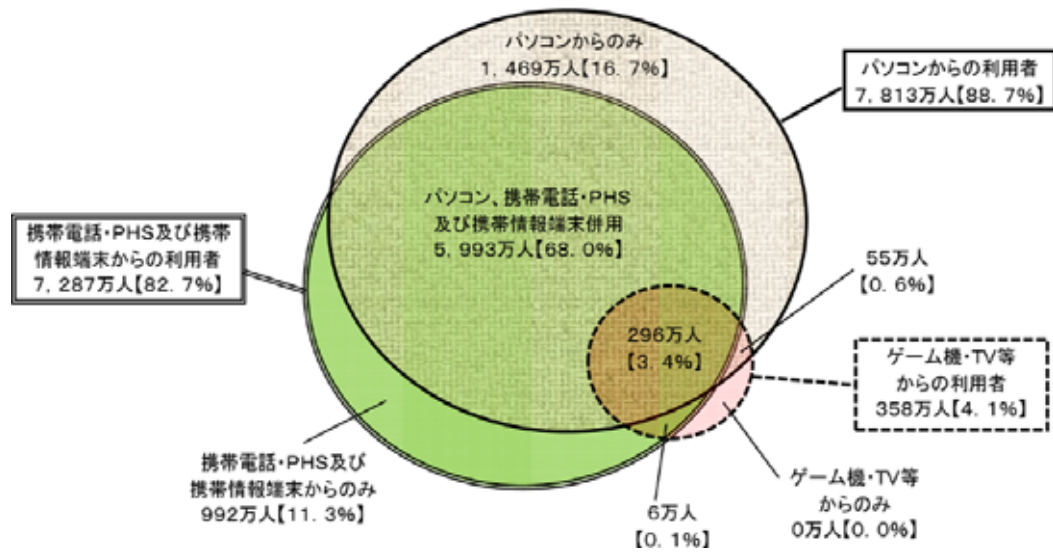
○所属世帯年収別



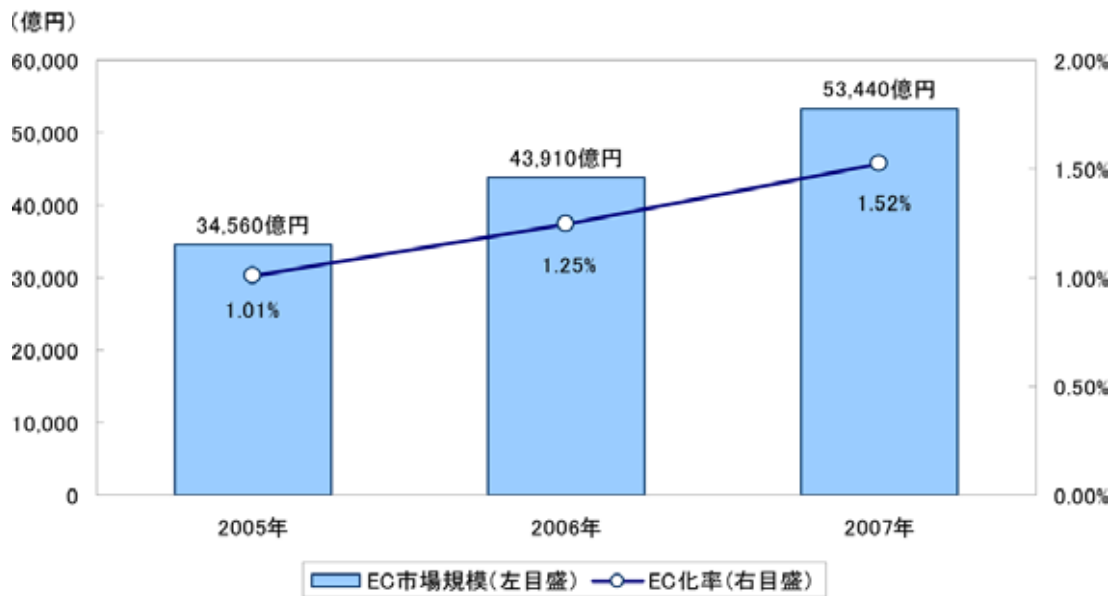
○地域別 (平成19年末)



インターネット利用端末の種類 (個人) (平成19年末)

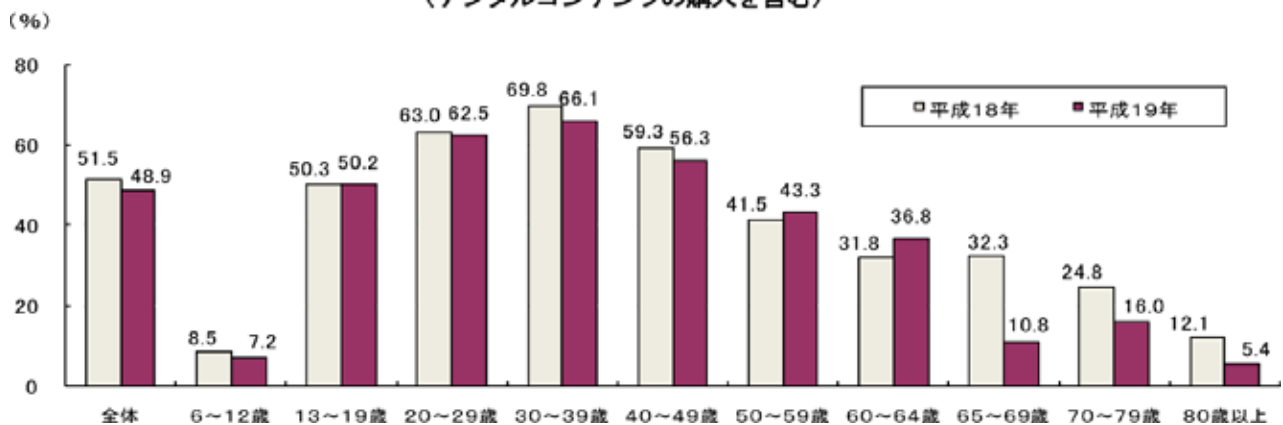


図表 1.2-2 日本における BtoC-EC 市場規模の推移

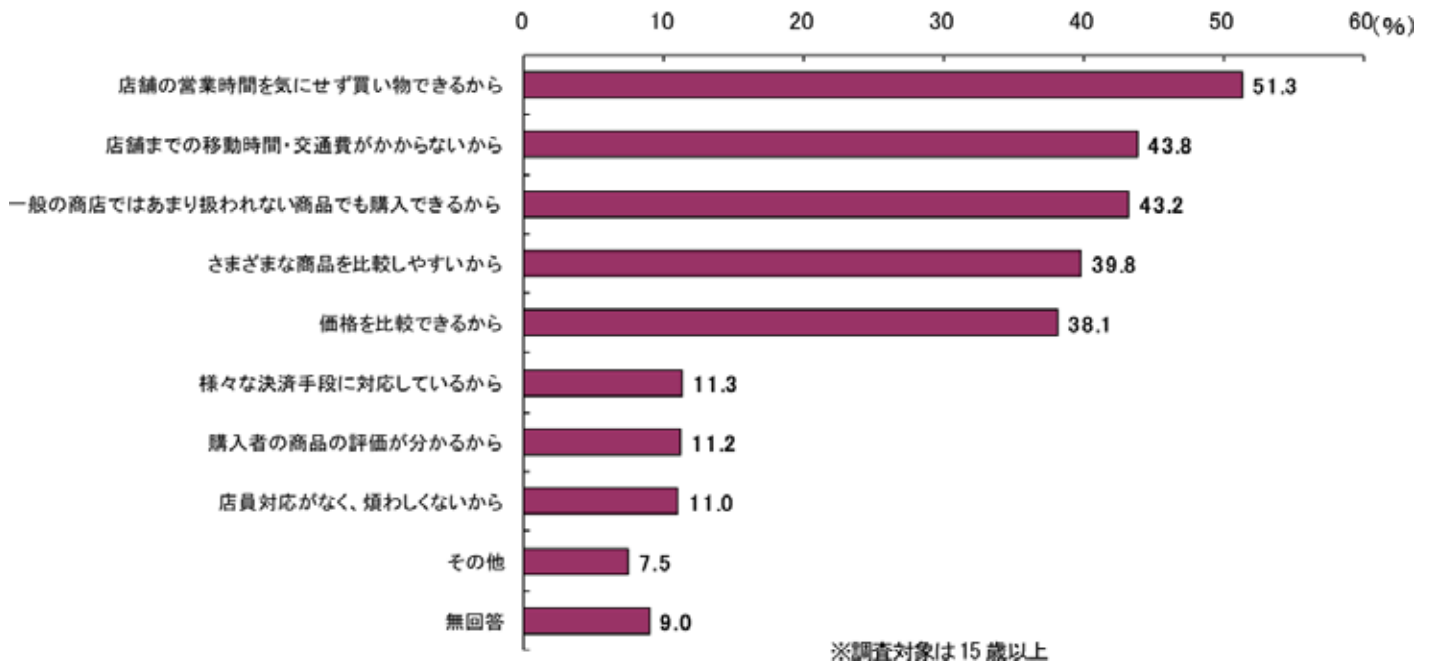


インターネットによる商品・サービスの購入状況 (個人)

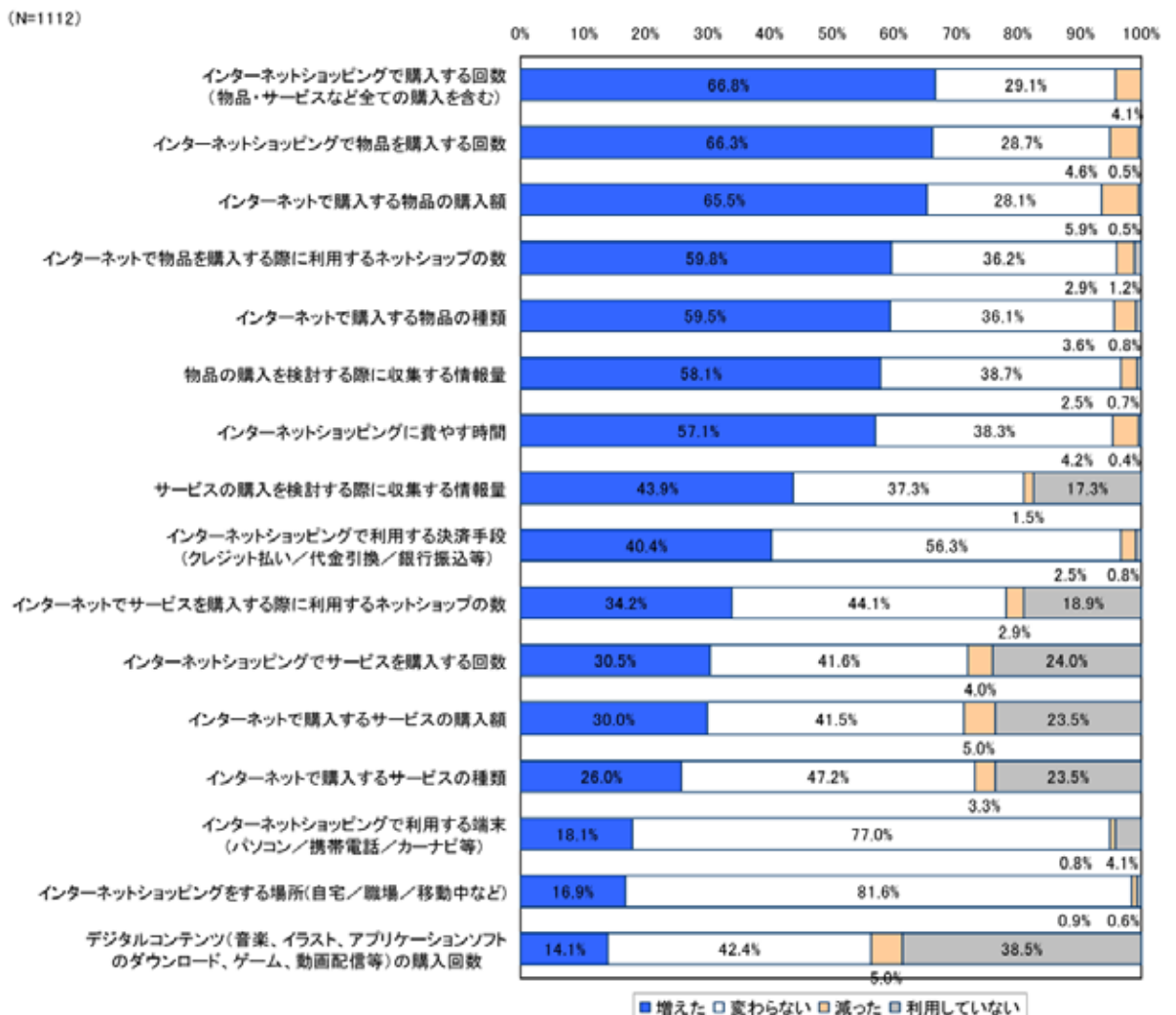
(デジタルコンテンツの購入を含む)



インターネットで商品を購入する理由 (個人) (複数回答) (平成19年末)



図表10. 消費者のECにかかる購買行動変化(2006年)



< 目的別メディアの重要度比較 >

	インターネット	テレビ	ラジオ	新聞	雑誌
ニュース	1.22	1.23	-0.21	0.88	-0.15
エンターテイメント	1.05	1.17	-0.36	-0.13	0.39
購入のための情報	1.42	0.37	-0.79	-0.13	0.48
他の生活情報	1.28	1.01	-0.41	0.46	0.36

< 観光情報の入手先 > 出典：平成 14 年度来道観光客動態（満足度）調査報告書

	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60才以上	不明
インターネット	13.2	17.3	17.2	27	23.4	9.3	3.9	
旅行会社	42.5	18.4	26.3	30.8	42.4	49.7	55.7	
ガイドブック	26.8	39.8	43	43.5	29.2	19.1	12.6	
旅行雑誌	18.8	28.6	30.5	24.7	19.3	14.2	10.4	
テレビ	1.5	4.1	0.9	1.6	0.5	1.8	1.9	
新聞	7.8	1	2.4	1.6	6.5	11.5	12.5	50
ポスター	0.7	1	1.1	0.7	0.8	0.7	0.4	
その他	8.2	8.2	7.3	7.5	3.6	7.8	11.1	50
特になし	11.3	22.4	12.7	8.8	10.9	10.4	11.2	
不明	0.2		0.6			0.5	0.7	

北海道が数年おきに実施している 5,000 人規模の観光客アンケートによると、インターネットは 4 大情報源の一つとしての地位を確立しつつあり、特に 30 代・40 代の観光情報入手先はインターネットの割合が高くなっている。

また、若年層ほどガイドブックや旅行雑誌による情報入手を行っており個人旅行のスタイルが定着していること、高齢層ほど旅行会社からの情報が主となり、パックツアーの利用が多いことが考えられる。

一方、50 代・60 才以上のインターネット利用は意外に多く、今後数年間で大量に退社する団塊の世代はインターネット可能な方が多いと考えられることから、高齢者のインターネット利用は今後確実に増加すると予想される。

2. 法的規制

(1) 特定商取引法

HP上などで「通信販売法」という表現がありますが、正しくは「特定商取引法(特定商取引に関する法律、旧訪問販売法)」のことです。

特定商取引法では、次の6つの取引を対象としています。

- ・訪問販売
- ・通信販売
- ・電話勧誘販売
- ・連鎖販売取引
- ・特定継続的役務提供 家庭教師、学習塾、パソコン教室、エステサロンなど
- ・業務提供誘引販売取引 仕事の提供により誘引し、仕事に必要として、商品等売る取引

通信販売は隔地者間の取引なので、消費者にとって広告が唯一の情報です。そのため、広告の記載が不十分であったり、不明確だと後日トラブルを生ずることになります。そこで、特定商取引法では広告に表示する事項を次のように定めています。

販売価格

送料についても表示が必要

市価など変動がある場合は、表示を省略する特例もあります。(要件あり)

代金の支払時期、方法

商品の引渡時期

商品の返品についての特約に関する事項

返品の特約がない場合にはその旨

事業者の名称または氏名、住所、電話番号

法人：登記された法人名

個人：代表者氏名または登記された商号

法人であって、インターネットや電子メール等により広告をする場合には、代表者氏名または通信販売業務の責任者氏名

申込みの有効期限があるときは、その期限

販売価格、送料等以外に必要な金銭があるときは、その内容およびその額

設置費、工事費、梱包料、代引き手数料など

商品に隠れた瑕疵がある場合に、販売業者の責任についての定めがあるときは、その内容

ソフトウェアに係る取引である場合には、そのソフトウェアの動作環境

販売数量の制限など、特別な販売条件があるときは、その内容

請求により別途送付するカタログが有料であるときは、その金額

電子メールによる商業広告を送る場合には、事業者の電子メールアドレス

相手方の承諾等なく電子メールによる商業広告を送る場合には、そのメールの件名欄の冒頭に「未承諾広告」

広告により一般消費者に検討する余地があるためクーリングオフは適用されませんが、返品に関する特約などがある場合は、それを表示する義務があります。

卸売り(営業用)として販売する場合、特定商取引法は適用されません。

（２）特定商取引法以外の法規制

通信販売では、商品種類などにより次のような法的規制があります。当然、下記以外にも商法や民法も関連します。

- ・ 景品表示法（不当景品類及び不当表示防止法）
- ・ 割賦販売法
- ・ 消費者契約法
- ・ 薬事法
- ・ 酒税法

詳細は、雲仙まるごとネットの「よくあるご質問（Q&A）」からリンクしている行政庁のHPをご覧ください。

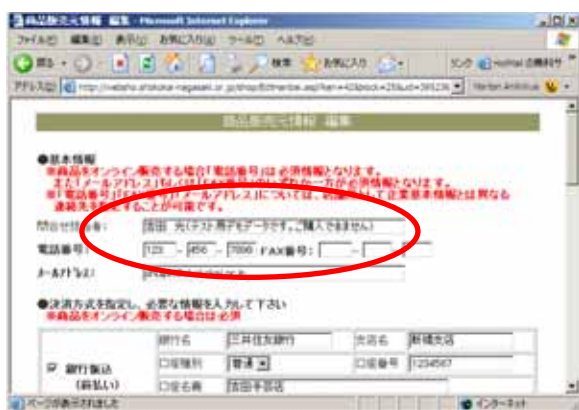
http://websho.shokokai-nagasaki.or.jp/42/4221310018/index_nos.htm#sin5

3. S H I F Tシステムによる通信販売情報の入力

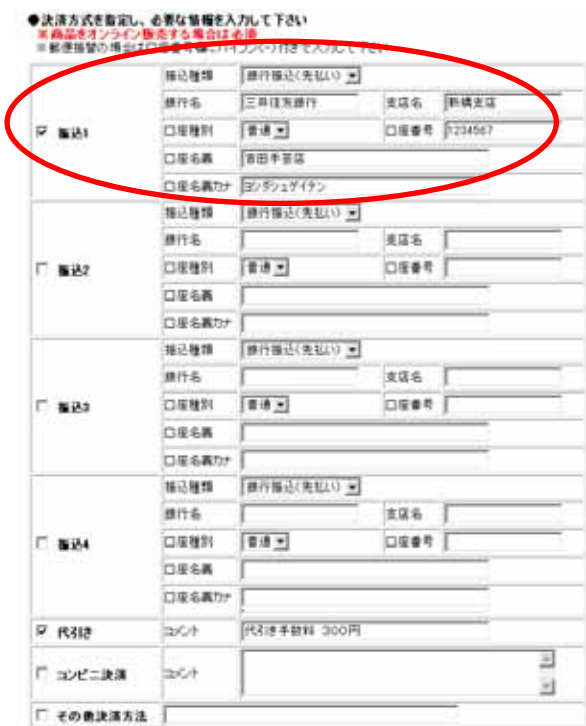
(1) 商品販売元情報の登録



「メニュー画面」の「商品販売元情報を登録・編集する」をクリックします。



「基本情報」を入力します。
 商品をオンライン販売する場合「電話番号」は必須情報となります。
 「メールアドレス」もしくは「FAX 番号」のいずれか一方が必須情報となります。
 「FAX」を選択した場合、電子メールをFAXで送信するサービスをNTTなどへ申し込む必要があります。
 「電話番号」「FAX 番号」「メールアドレス」については、店舗用として企業基本情報とは異なる連絡先を指定することが可能です。



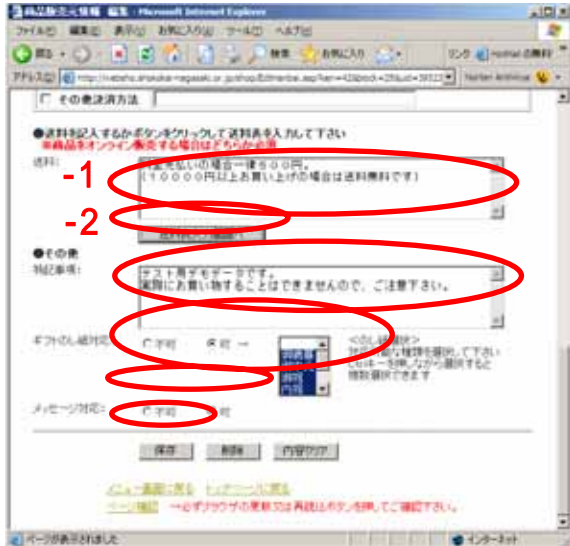
「決済」方法を選択し、選択した項目の内容を全て入力して下さい。

最大4つまで口座（銀行・郵便局）を指定することができます。
 口座を指定する際、「先払い」か「後払い」かを必ず指定して下さい。

代引きの場合、代引き手数料を必ずご記入下さい。

コンビニ決済の場合、利用できるコンビニ・手数料などを必ずご記入下さい。

振り込み以外の決済方法がある場合は、「その他の決済方法」にご記入下さい。



「送料」を入力して下さい。

-1: 料金表を作成しない場合は、ここに送料を入力して下さい。料金表を作成する場合は、不要です。

-2: ここをクリックすると、料金表を作成できます。

「特記事項」を入力して下さい。

「ギフトのし紙対応」いずれかをチェックして下さい。

「メッセージ対応」いずれかをチェックして下さい。

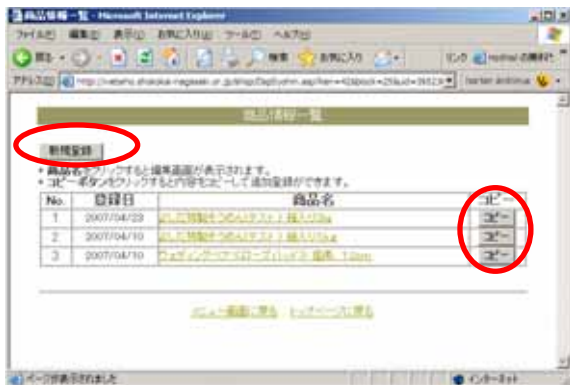
「保存」をクリックして下さい。

(2) 商品情報の登録



「メニュー画面」の「商品情報を登録・編集する」をクリックします。

このシステムで通信販売を行う場合のみ、「商品情報」を登録して下さい。通信販売を行わずに、商品のPRだけを行う場合は、「新着情報」で登録して下さい。



新しく商品登録する際は、「新規登録」をクリックします。

既存商品の規格違いなど、既に登録済みの商品情報を流用する場合は、「コピー」をクリックします。

「雲仙まるごとネット」通販マニュアル (H20.8.27)

商品カテゴリ

- 1: 「全国検索カテゴリ」「県検索カテゴリ」をそれぞれ選択してください。
- 2: 特産品の場合、「特産物検索カテゴリ」の該当するものにチェックしてください。

「商品名」「商品名カナ」を入力してください。(40字以内)

「規格」を入力してください。

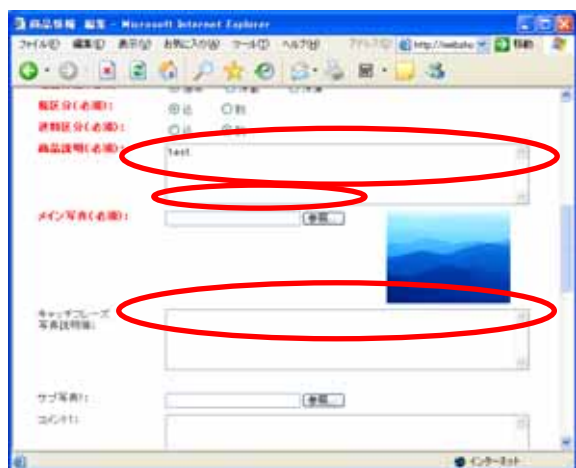
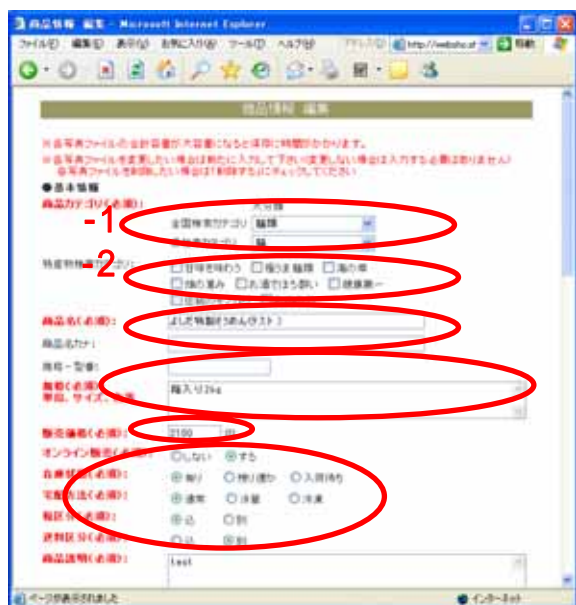
型番は任意です。自社製造番号などに使用できます。

「販売価格」を入力してください。

総額表示の関係上、税込み表示をお願いします。

「オンライン販売」「在庫状況」「宅配方法」「税区分」「送料区分」を選択します。

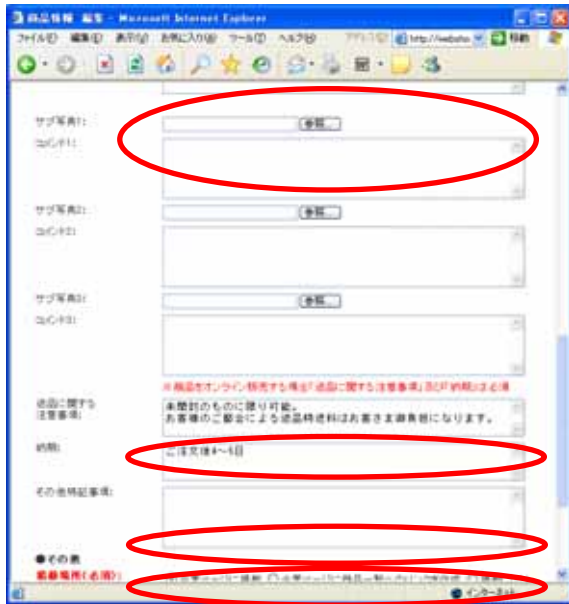
入力途中等で「オンライン販売」を「しない」で設定すると、この商品で買い物かごが表示されません。



商品説明を入力してください。

メイン写真を選択してください。

キャッチフレーズ、写真説明を入力します。

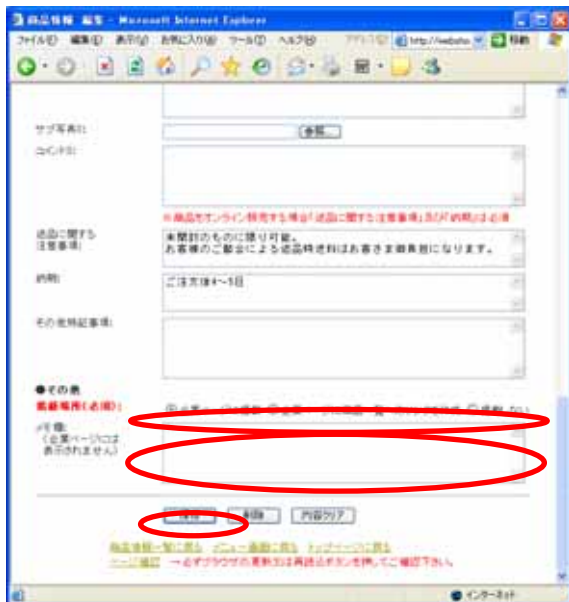


サブ写真・コメントを入力します。
1～3まで入力できます。
メイン写真とあわせると、1つの商品で4枚
まで写真を掲載することができます。

返品に関する注意事項を入力します。
オンライン販売を行う場合、必ず入力してく
ださい。

納期を入力します。
オンライン販売を行う場合、必ず入力してく
ださい。

その他注意事項を入力します。



掲載場所を選択します。
通常は「企業ページに掲載」を選択してくだ
さい。
「企業ページに商品一覧へのリンクを作成」
は選択しないでください。

必要な場合、「メモ欄」に入力します。
この欄はHPには掲載されません。

「保存」をクリックします。

3. S H I F Tシステムにおける通信販売情報の表示場所

自社HP

雲仙まるごとネット (運営: 雲仙市商工会)

雲仙うまかもんカタログ

<http://www.e-unzen.jp/uma.html>

長崎うまかもんカタログ (運営: 長崎県商工会連合会)

<https://websho.shokokai-nagasaki.or.jp/umaka/>

100万会員ネットワーク (運営: 全国商工会連合会)

<http://compass.shokokai.or.jp/>

商品検索ページ

<http://compass.shokokai.or.jp/pickup/search.htm#hin>

100万会員ネットワーク 九州・沖縄エリア

<http://www.shokokai.or.jp/index.asp?ken=00&block=06>

4. S H I F Tシステムにおけるアドレス

(1) アドレス

自社のアドレス

同じ内容を表示する6つのアドレスがあります。

<http://websho.shokokai-nagasaki.or.jp/42/4236219999/index.htm>

<http://websho.shokokai-nagasaki.or.jp/42/4236219999/>

<http://websho.shokokai-nagasaki.or.jp/42/4236219999>

<http://www.shokokai.or.jp/42/4236219999/index.htm>

<http://www.shokokai.or.jp/42/4236219999/>

<http://www.shokokai.or.jp/42/4236219999>

新着情報のアドレス

1つめの新着情報

<http://www.shokokai.or.jp/42/4236219999/index.htm#sin1>

2つめの新着情報

<http://www.shokokai.or.jp/42/4236219999/index.htm#sin2>

商品のアドレス

1つめの商品情報

<http://www.shokokai.or.jp/42/4236219999/goods-1.htm>

2つめの商品情報

<http://www.shokokai.or.jp/42/4236219999/goods-2.htm>

(2) タグ

複数のIDを有効活用

現在のSHIFTシステムでは商品情報は最下部に表示することから、1つ目のページに新着情報をたくさん掲載すると、非常に縦長のページの最下部に商品情報が表示されることから、せっかくの商品情報までたどり着かない消費者が多くなると考えられます。

そこで、複数のIDを取得し、通販だけページを作ることが大変有効です。

1つ目のページを公式HPとし、地域や店舗などの話題や新商品情報などを新着情報として登録します。2つ目のページは通販専用として、通販に必要な情報だけを掲載します。商品群が複数ある場合は、通販専用のIDを2つや3つ取得することもご検討下さい。

2つIDを取得し、そのうちの1つを通販専用にする場合は、次のようなリンクを設定しましょう。

1つ目のページから2つ目のページへ移動するリンクを設定。

2つ目のページから1つ目のページへ戻るリンクを設定。

新着情報や商品情報へのリンク

全ページで説明したとおり、新着情報や商品情報には1つずつ個別のアドレスが存在します。このアドレスを使うとページ内リンクや別IDからのリンクを貼ることができます。

例えば、商品情報を登録しても雲仙まるごとネットのトップページには表示されませんが、新着情報に商品のPRを掲載し、その新着情報から商品情報へのリンクを貼ることで、効果的な顧客の誘導・商品PRがはかれます。

タグの設定方法

「中級マニュアル」をご覧ください。