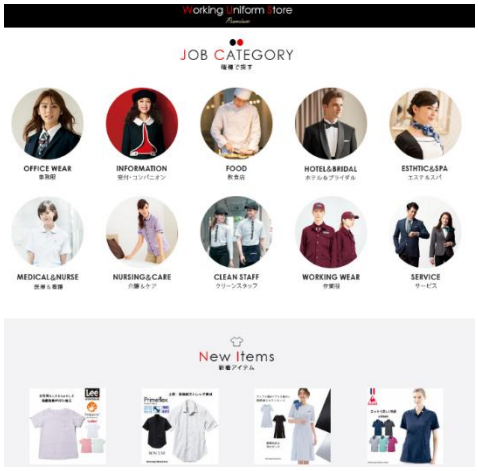
横須賀市内事業者のオンライン活用事例！ ～東光商事株式会社



≪出席したセミナー≫
・「インターネットを使ってお店をアピール！集客のデジタル活用」
・「SNS で映える！「ショートムービーの撮り方と活用方法」
≪活用しているコンテンツ≫
・LINE
・自社ホームページ
・ウェブストア直営店
・Yahoo!ショッピング店、楽天市場店

店舗オンライン化にいちはやくチャレンジ！ ウェブショップや動画活用がこれからの時代には必要！

■コロナ禍で、ウェブショップの必要性とありがたさを改めて実感



直営店のウェブショップは 2007 年に自己流で開始しました。インターネット上での集客がとても難しく、行き詰まっていたとき、横須賀商工会議所のセミナーに参加したことがきっかけで、インターネット、SNS、動画などデジタルを活用した集客方法への興味関心が深くなり、積極的にセミナーに参加するようになりました。横須賀市の「MOVEON!」セミナー「ショートムービーの撮り方と活用方法」は、動画を上手に撮影するテクニックを、「インターネットを使ってお店をアピール！集客のデジタル活用」では、Google マップでの実店舗の PR 方法を学びたく参加しました。
2020 年４月頃、コロナの影響を受け、飲食店や宿泊業のユニフォームの注文が減少しました。しかし、ウェブショップを運用していたため、全国から注文があり、比較的はやく回復できたと感じます。この時ほど、ウェブショップを運営していてよかったと思ったことはありません。お店やカタログ営業も大切ですが、販路拡大やリスク分散のため、ウェブサイトを活用し間口を広げることは、今の時代に必要だと改めて実感できました。

■画像加工や動画活用も、少し工夫することで、お客様の見やすいウェブサイトを作りたい



ウェブショップの商品写真や動画はメーカーさんから提供してもらっています。その中で、加工が許されている画像は、商品の説明テキストを入れてバナーを作成したり、見やすく加工したり、お客様がイメージしやすい商品画像を載せるように心掛けています。「MOVEON!」セミナー「ショートムービーの撮り方と活用方法」では、撮影方法のコツを学びましたが、陳列商品や実店舗の外観撮影の際など、三脚を使ってもどうしても手振れしてしまい、動画が歪んで見えるので、そのあたりの改善点をまた教わりたいと思っています。



また、商品の画像だけでなく、モデルの方に着ていただくと商品がイメージしやすく効果的です。サイズ感や丈なども、実際に着用している画像と商品のみの画像を比べると着用画像の反響が大きいと感じます。

商品カテゴリー（事務服、サービスウエア、作業着、医療用ユニフォームなど）ごとにウェブショップを出店する方もいらっしゃいますが、弊社は１つのモールにすべてのカテゴリーを集約させています。そうすることで、複数カテゴリーをご購入いただきたい方に、一括でカートに入れられるので、購入者の利便性にも寄与できていると考えています。

■ウェブ上での信頼関係の構築について



実店舗があると信頼性が増すと聞いています。実際にモール型サイト（Yahoo!ショッピングや楽天市場など）では、出店企業名を検索する人が少なからずいるそうです。ですので、自社の公式ウェブサイトや実店舗の紹介などを Google ビジネスプロフィール（旧 Google マイビジネス）を活用して写真をアップして、リアル店舗も活動していることを周知したいと思い、「インターネットを使ってお店をアピール！集客のデジタル活用」に参加しました。セミナーでは、実店舗を Google マップ上に表示すること、営業時間やお店の紹介写真、商品写真などを掲載したりすることや、パソコンやスマートフォンなどの端末別アクセス数などの分析データ（Google アナリティクス）が定期的に送られてくるので、それを見るたびに更新しようと奮起させられます。

■今後チャレンジしたいこと

先ほど、申し上げた動画の撮影が一番の課題です。静止画よりも動画の情報量が圧倒的に多いため、商品 PR に動画を活用したいです。また、SNS にもチャレンジしようと思っています。今は、LINE でセール情報などを配信していますがもっと情報提供して多くの方にご覧いただくにはどうしようと悩んでいます。

コロナ禍以前は、セミナー受講のため都内まで赴くこともありましたが、今では、Zoom をはじめとしたオンラインミーティングのツールが普及してきたため、移動時間を気にせず、職場でセミナーに参加できて便利です。オンラインを活用することは結果的に、移動時間等の時間短縮になり、効率的に仕事をこなせますし、動画撮影など新しいことにチャレンジできる時間が生まれますので、これからもオンラインとセミナーを活用して新しい知識を得ていきたいです。