

平成 21年度

広島経済大学 卒業論文

中古教科書販売ネットショップ Re:HUEs (リヒュース)

～学内ネット教科書中古販売の提案の一考察～

広島経済大学
経済学部
ビジネス情報学科
1814052
羽田野大樹

論文要旨

目次

はじめに.....	1
2. ネットショップ	3
2.1 ネットショップとは	3
2.2 ネットショップの運営形態	3
2.3 国内におけるネットショップの現状.....	10
3. 他の組織の取り組み	12
3.1 えこびじ Shop の取り組み.....	12
3.2 えこびじ shop の売買の手法	12
4 Re:HUEs のモデル	18
4.1 どのようにして教科書を集めるか.....	18
4.2 販売の仕方.....	18
4.3 実際のシステムの流れ(モノの流れ)	18
4.4 影響の考察.....	エラー! ブックマークが定義されていません。
5. おわりに	20
参考文献.....	21

はじめに

近年の情報技術と情報通信ネットワークの目まぐるしい発展により、いまやインターネットは私たちの生活には当たり前のものになってきている。インターネットのお陰で、私たちは家にいながら簡単に買い物ができる時代となった。本論文では、简单便利なネットショップの形態を用い、広島経済大学の学生限定で利用できるネットショップを提案したい。では一体何を扱うネットショップにするのか。私の経験を踏まえて説明しよう。

新学期になれば、新しい授業が始まる。学生たちは、それぞれ講義を決め、自分の進路や学びたい科目に沿って授業計画を立てることだろう。当たり前であるが、講義によっては教科書の購入が必要になってくる。しかし、教科書を学校では新品のものしか取り扱ってくれないのである。教科書の値段は様々で、下は 500 円くらいのものから、果ては 3000 円以上のものである。講義で使うものなので、学生はシラバス¹に従い新品の教科書を購入するが、中には買った教科書を全く使用しない講義があるのである。

シラバスで教科書を提示され、その内容に期待を抱いて購入した教科書であるが、それを使うことなく講義が進められる。買っている人が馬鹿らしくなるのが実際問題である。もちろん、教科書をきちんと使用して授業を進める講義もあるが、教科書が結局一度も使われることなく終わった講義はとても残念でならなかった。現在も、そのような講義が平気で開講されているのである。本論文は、提示した教科書を講義で使うかどうか、それが良いか悪いかの話はまた別の話としてとりあえず置いておき、新品の教科書を販売するだけでなく、中古の教科書も販売すればよいのではないかという問題意識を執筆の動機としている。新品の教科書を、半期経てば使わなくなるのではなく、中古販売することで、リサイクルにもなっていることばかりだと考えるからだ。ものを買うならば、お金のかからない方がいいのは当たり前だ。そこで、私は本論文で上記のような問題意識のもと、教科書の中古販売を扱うネットショップ「Re:HUEs(リ・ヒューズ)」を提案する。Re:HUEs の由来として、RECYCLE(リサイクル)の「Re」を付け、広島経済大学の HUE(ヒュー)を組み合わせ、更に再利用のリユース (Reuse)という語呂を合わせて、リサイクルや再利用を広島経済大学でやる、という意味で Re:HUEs(リ・ヒューズ)というサイト名にした。それでは、私の提案するネットショップ「Re:HUEs」の特徴をあげてみたいと思う。

このネットショップの最大の特徴は、利用者を本学の学生に限定し、自分の欲しい教科書、そして授業の内容を、学内の時間割をシラバスと併せてサイトを設計することである。そうすることで、自分の欲しい教科書や、講義を探しやすくてできるだろう。ネットショップからシラバスも閲覧可能にし、教科書を探す傍ら、受けたい授業も探せるようにしたい。そして利用者である学生は、より安く教科書を購入できることだ。中古の書物を売ることによって、この売買の一環がリサイクル活動になるだろう。以上が、このネットショップの特徴である。

¹講義などの要旨。開講される科目について、事前に立てられた講義内容や開講期間中の進捗などの計画を記した物。

私は広島経済大学で、ビジネス情報学科に所属し、ゼミ研究では Web について勉強をした。その研究の集大成として、このネットショップの案を提案する。今までの学生生活の中で、0 こうすればもっと良くなるのではないか、という問題意識に対し、ネットショップの提案という形で解決策を考察する。私はこのシステムが生み出す影響が、非常に良いものであると確信している。これにより広島経済大学の学生が、よりよい学生生活を送れるようになることを願うばかりである。

では、ここで本論文の構成について説明する。まず、次の第2章では、ネットショップがどのようなものであるかを明らかにする。ネットショップには様々な形態があり、規模も様々である。そこで、ネットショップというものが何たるかを明らかにした上で、それらの現状を分析する。その上で、私の設計したいネットショップがどのようなものであるかを提示・分類した形態に照らし合わせながら説明する。次の第3章では、他の組織が実際に行ってきた中古教科書の販売事例を考察する。実際の取り組みを取り上げ、その運営の仕方や、失敗の理由を考察することで、私が提案するモデルではこのようにすべきである、という点を明らかにしたい。第4章では、実際に私が考えたネットショップを具体的に提示する。ネットショップを始めるまでの教科書の集め方、販売手法、そしてリサイクルシステムを内包した中古教科書販売ネットショップの提案をする。最後に、第5章は、この提案の有効性や将来性をまとめる。

2. ネットショップ

私たちが利用するネットショップの運営形態には様々なものが存在する。第1章で述べたように、私が提案するものはインターネットで利用できるショッピングサイトである。本章ではネットショップそのものについて説明し、現状について明らかにした上で、私の提案するネットショップをその範疇で分類する。第1節では、ネットショップについて説明する。第2節では、様々な運営形態を持つネットショップを取り上げ、メリットとデメリットも考察する。第3節では国内のネットショップの現状をグラフで説明し、私の提案するネットショップの可能性を考察する。

2.1 ネットショップとは

ネットショップとは、「インターネット上におかれた仮想の店舗」のことである。オンラインショップや通販サイトといった名前でも知られており、ネットショップはそれと全く同じ意味で使われている。具体的には、楽天市場²やYahoo!ショッピング³、そしてAmazon⁴などがあり、そのほかにも個人で運営しているネットショップもある。

ネットショップのメリットとして、実際の店舗を持つ必要がないため、開店費用・維持費などコストをかなり低くできることが挙げられる。それにより、自分が常にお店にいなくても24時間営業ができる。小さくはじめ、大きく稼ぐ事が可能である。そしてインターネットなので、世界中の人に対して販売ができる。一方、利用する側のメリットとして、24時間いつでも注文できることや、商品を自宅まで配達してくれる便利さや、ネットと実際に構えている店舗を比較し、選んで購入することが挙げられる。

逆にネットショップのデメリットは、実際に手にとって商品を見るができないため、手触りや色合い・味・香りなどをすべて写真や説明でお客様に伝えなければならないこと、商品代金のほかに送料が必要であること、利用して下さるお客様の個人情報漏洩のリスクがあることなどが挙げられる。私は本論で、数あるネットショップの運営形態を、独自ドメインを取得しているか、していないかという基準で分類した。

ドメインとは、インターネット上の住所のようなもので、同じものは世界にふたつと存在しない、たったひとつだけのものである。例えば、広島経済大学のホームページなら(<http://www.hue.ac.jp/>)「hue.ac.jp」の部分がドメイン部分となる。これが、インターネット上の住所のようなものになるのだ。

2.2 ネットショップの運営形態

私たちが利用するネットショップには、会社ごとに独自ドメイン⁵を取得して、ネットショップを持つ

²楽天市場 (<http://www.rakuten.co.jp/>)

³Yahoo!ショッピング (<http://shopping.yahoo.co.jp/>)

⁴Amazon (<http://www.amazon.co.jp/>)

もの、インターネットショッピングモールによるもの、ネットショップのページ、独自ドメインを取得せずに商品を売買していく運営形態がある。その運営形態は、ネットショップにより様々であり、この節ではそれぞれの運営形態について説明する。

2.2.1 独自ドメインを取得したネットショップ

インターネット上にネットショップを持ち、その会社が運営している形態。個人、もしくは個別企業が独自ドメインを取得して運営しているネットショップである。美術刀剣 刀身(図 1)⁶のネットショップは、日本刀を扱うネットショップであり、独自ドメインを取得して運営しているネットショップである。

これは、自分たちで運営を管理し、商品の仕入れから発送を自ら行っているネットショップ。それにより、扱う商品カテゴリも決まったものを扱うことが多い。メリットは、ホームページのデザイン等を自由に作ることが出来るので、お店の雰囲気や自由演出し、作り出すことができる。デメリットは、ホームページを一から制作することをはじめ、自ら商品の仕入れ、管理などをしなければならない一番手間のかかる運営形態である。決済方法は、ゲートウェイ⁷を利用することが多い。



図 1:「美術刀剣 刀心」のトップページ
(出典:美術刀剣 刀心より)

2.2.2 インターネットショッピングモール

インターネットショッピングモールとは、インターネット上で複数のネットショップのページを一つのサイトにまとめて、様々な品物を販売するウェブサイトのことである。このネットショップは、独自ドメインは持っておらず、モールの中でサブドメインを得たネットショップが立ち並んでいる。代表的なショッピングモールとして、Yahoo! ショッピング(図 2)や楽天市場などがある。

ショッピングモールに出店するメリットとして、出店するための支援として、簡単にインターネットショップを作れるツールなどを利用することができる。また、ほとんどのものがショッピングカートから決済までのシステムが装備されているので、難解なプログラ



図 2: Yahoo! ショッピングのトップページ
(出典: Yahoo! JAPAN より)

⁶ 美術刀剣 刀身(<http://nihontou.jp/>) URL の「nihontou.jp」の部分が取得したドメイン部分。

⁷ 決済を行うシステム。

ムを知っていなくても効率よくネットショップの経営に力を注ぐことができる。独自ドメインを取得したネットショップに比べて、インターネットショッピングモールは日々、商品を購入する目的で多くのお客様がアクセスしてくる。大手のショッピングモールのパターンでは、1日に何百万人ものお客様が訪問するため、独自サイトに比べて、多くの訪問者数を集めることができる。

デメリットとして、システム上の制約で他店との差異を出しにくいことが挙げられる。売上の有無に関わらず、毎月のテナント料金も生じ、さらに売り上げの一部を売り上げロイヤルティとして支払う必要があることだ。そして、ショッピングモールに出店したといっても、お客さんが自分のネットショップに来るとは限らないのである。インターネットショッピングモールには、多くのネットショップが立ち並ぶので、個々のネットショップを意識しにくいからだ。また、ホームページのデザインもある程度設計することができるが、一般のネットショップのように、自由に設計することはできないので注意が必要である。

Yahoo!ショッピングに出店する場合であれば、初期費用としてスタートアップキットの料金(20,000円/税別)がかかる。そして、料金プランの設定をしなければならない。毎月の料金プランは、19,800円～498,000円のプランが用意されている。決済方法は様々な決済サービスが申し込み可能で、幅広い支払い方法が選択できる。

月額19,800円のプランを申し込んだとして、50万円の売り上げが出れば、その4.5パーセントの22,500円をYahoo!ショッピングに支払わなければならないのである。

2.2.3 ネットオークション

ここではネット上の販売手法の一つとして、ネットオークションを考察する。

まず、ネットオークションはお店としての構造を持たず、さらに独自ドメインも取得していない少し特殊なネットショップである。日本では、Yahoo!オークション(図3)が、最大手のオークションサイトであり、とても有名である。出店できるのは個人はもちろん、一般の店舗の事業主でも出店可能である。Yahoo!オークションの場合、個人で商品を出品することは出店とはいわない。店舗としてがオークションストアに出店する場合は、インターネットショッピングモールと同じように出店料がかかる。



図3: Yahoo!オークションのページ

(出典: Yahoo!JAPAN より)

オークションの特徴として、普通のネットショップとは違い、普通の買い物とは違う駆け引きの楽しさや、普通のお店では見つからない「掘り出しもの」を見つける面白さが、多くのリピーターを生んでいることが挙げられる。しかし、オークションは一般のネットショップと比べ詐欺・違法出品が多く見かけられ、運営は日々注意を呼びかけている。決済方法は同じくゲートウェイを通す。

オークションのメリットは、人の集まる場所で商売ができるということだ。これ自体はインターネット

ショッピングモールと同じであるが、オークションの場合、先述した普通のお店では見つからない掘り出し物を求めて訪れるお客さんがやってくるので、それらが比較的簡単に売れることだ。利用者も、掘り出し物を探すときにはオークションを利用することが多い。デメリットは、手間がかかるということ、出荷日がわからないこと、オークション詐欺が発生していること挙げられる。ここでの「手間」というのは、商品を発送する際の梱包にかかる費用のことだ。包装材に使われるエアキャップ、ガムテープなど宛名印刷のプリンターインクに用紙などの消耗品がかかってしまい、落札価格が低すぎると割に合わないことが多いのである。出荷日がわからないというのは、オークションは普通のネットショップと違い、お客が商品を購入してからショップ側が商品をすぐに発送するのではなく、一般的に商品を落札してから落札者が落札価格の支払い、出品者が支払いを確認してからの出品者からの発送となるので、出荷日が把握しにくいことがある。出品者と落札者の都合により、発送の日時が前後する。オークション詐欺であるが、代表的なものが「出品詐欺」と「偽物送付詐欺」である。それぞれを説明すると、「出品詐欺」とは、インターネットのオークションでブランド品などを格安(最低価格1円～)で出品し、落札者に偽名の口座に料金を振り込ませてお金を騙し取る詐欺のことである。次に「偽物送付詐欺」であるが、落札した商品を送料着払いで送付してきたが、箱を開けてみたら全く偽物である詐欺のことである。偽ブランド物やスペックの低いパソコンや、品質に問題のあるジャンク品を送ってくる。被害に遭ってしまっても、住所も電話も移転してしまい、追跡不可能となる場合が多い。

詐欺ではなくても何らか手違いでトラブルが発生しないように、特に商品ページにはきちんと商品の画像と文章でお客に分かりやすく説明しなければならない。オークションはネットショップと違い、ノークレームノーリターンが掟なので、明らかな失陥以外のトラブルは保障できないので、注意が必要である。

2.2.4 Amazon

次に Amazon(図4)であるが、Amazon は、独自ドメインは取得しているものの⁸、独自ドメインを取得したネットショップとは少し違い、またインターネットショッピングモールとも少し違う変わったネットショップである。それぞれの違いは、まず独自ドメインを取得したネットショップであるのに扱う商品カテゴリが膨大であるということである。Amazon は、もともと Amazon は 94 年にインターネットの書店として始まったネットショップであるが、97 年には CD、ビデオ、DVD、ゲームも扱うようになった。現在はそれ以外にも様々な商品を扱い、



図4：Amazonのトップページ
(出典：Amazon.co.jpより)

⁸ AmazonのURLは(<http://www.amazon.co.jp/>)である。amazon.co.jpの部分が独自ドメインとなっている。

インターネットショッピングモールに劣らない商品カテゴリを用意している。そして次に、インターネットショッピングモールとは違い、商品一つ一つをショップが出品しているのではなく、全て Amazon が商品を出品していることだ。

Amazon が他のネットショップと違うところは、商品自体のページが一つ一つ用意されているところだ。インターネットショッピングモールでは、現在は売られていない商品は表示されないことが多いが、Amazon にはきちんと商品ページがある。一つ一つの商品ページがとても充実しており、商品の詳細な説明や、レビュー機能が充実しているの、見ているだけで楽しめ、購入する際の参考になる。私の提案するネットショップもレビュー機能があれば便利だと思う。

Amazon の最大の特徴は、レコメンデーション機能(図 5)である。レコメンデーション機能とは、お客様の過去の購入履歴等から、一人一人の趣味やチェックした商品の傾向を探り出し、それに合致するとと思われる商品をメール、ホームページ上で重点的に顧客一人一人に推奨する機能のことである。

例えば、Amazon.co.jp の「トップページ」や「おすすめ商品」では、そのユーザーが過去に購入、閲覧した商品と似た属性を持つ商品のリストが自動的に提示される。それがレコメンデーション機能である。シリーズ物の漫画等の購入をレコメンドする場合には、ちょうど新刊が出たところに推奨し、似たような傾向の作品をも推薦する。図 5 は、アロマ加湿器やオーディオスピーカーをユーザーが閲覧した際に自動的に生成されたレコメンデーション機能である。この機能により、お客様におすすめの商品を見せ、購入に促すのがレコメンデーション機能の最大の特徴である。私の提案するネットショップ「Re:HUEs」でも、レコメンデーション機能を応用し、教科書を閲覧した際のおすすめの教科書はもちろんのこと、授業のおすすめも提示することができたら面白くなると思う。

また、Amazon もマーケットプレイスと言って、ショップ側が Amazon に商品を出品することができる。出品するとはいえ、インターネットショッピングモールみたく出店する形をとるのではなく、商品ページからそのショップの出している商品を選ぶことで購入することができる。(なんていけばいいのかな)必要なのかな？

Amazon のメリットは、大規模な商品カテゴリで探したいもの、欲しいものが見つかりやすいことである。そして、1500 円以上の買い物をした場合、送料が無料となるのも大きなメリットだろう。しかも 2010 年 1 月 8 日現在、2010 年 3 月 31 日まで配送料無料のキャンペーンをしている。そして先述したレコメンデーション機能が非常に優れており、ネットショップならではの買い物の楽しさを教えてくれるのも Amazon ならではのメリットだろう。デメリットは、予約した商品が発売当日に自宅に届かないことが多いこと⁹、メリットで挙げたレコメンデーション機能の 2 つだ。予約した商品が発売日に



図 5 : Amazon のレコメンデーション機能
(出典 : Amazon.co.jp より)

⁹予約注文に関する注意を参考されたい。

届かないことに関しては、ゲームのお届けに関しては、メーカーの要望により、発売日以降のお届けを厳守し、発売日前日からの出荷作業となるため、お届け先の地域によっては、発売日当日に商品をお届けできないそうだ。そして、メリットで挙げたレコメンデーション機能であるが、レコメンデーション自体は個人の趣味嗜好、場合によっては思想信条、性的な関心といったきわめてクローズドな情報を収集する過程を含む。このため、自分の関心のある商品をレコメンデーションとして出すなかで、今まで自分がチェックした商品を Amazon 側が把握してしまうために、プライバシーの観点からの問題提起が出されることも多い。

2.3 ネットショップの比較

ここでは、第2節で取り上げたそれぞれの運営形態のネットショップを比較して表にする。その上で、私の提案するネットショップがどのような形態をとるか等を書き出す。

	トラブル	テナント料	ホームページデザイン	機能
美術刀剣 刀心	報告なし	基本的にいらぬ	自由にできる	作ればある
Yahoo! ショッピング	それほど多くない	月額かかる	そんなにできない	集客のツール
Yahoo! オークション	割と多い	個人で出すか、オークションストアで出すかで変わる	そんなにできない	集客のツール
Amazon	それほど多くない	出品する際にかかる。	できない	レビュー機能、レコメンデーション機能等

表1：それぞれのネットショップの比較

表1は、今までの運営形態をまとめた表である。ここでは、それぞれの運営形態を基準に、トラブル、テナント料、ホームページデザイン、集客ツールの有無の観点から作成した。何故この4つの区分けにしたかという、私が立ち上げるネットショップにおいてそれぞれ良い点、悪い点を取捨選択し、自分のサイトのものにしていこうと考えたからである。それぞれの観点から、私が立ち上げたネットショップを考察する。

まず、トラブルであるが、ネットショップにおいて報告されている有名なトラブルが、届いた商品が違うものであること、お金を支払ったのにはずなのに商品が届かない、といったものがある。これらのトラブルは、ショップ側、購入者側のどちらかの手違いにより発生するケースが多い。ネットショップを運営する上で、やはりトラブルは付きものであると思うのだが、ネットショップ、インターネットショッピングモールに比べ、ネットオークションはオークション詐欺が多く報告されている。オークション詐欺は双方の勘違いというわけではなく、明らかな悪意の上で行われるケースが多く、注意が必要であ

(<http://www.amazon.co.jp/gp/help/customer/display.html?nodeId=15897311>)

る。

次に、テナント料についてだが、インターネットショッピングモールに出店するときに発生するのがテナント料だ。プランにもよるが、出店するにはおよそ月額 20,000 円ほどかかる。Amazon に出品する場合も出店、出店という形があるが、やはりお金がかかる。既に開いているネットショップに出品したいときはどうしても大なり小なりお金がかかってしまうのだ。

次に機能である。機能とは、それぞれのサービスで利用することができるオプションのようなものとはここでは定義する。機能は様々なものがあり、例えばインターネットショッピングモールには、出店しているショップに向けて、集客のツールのオプションがある。具体的には、インターネットショッピングモールのページに、ショップの広告バナー(図 6)を貼って顧客を誘導する等がある。Amazon には、レビュー機能、レコメンデーション機能が充実しており、お客がネットショップを利用する上で役に立つツールである。



図 6 : Yahoo! ショッピングの集客 PR のバナー
(出典 : Yahoo! ショッピングより)

最後に、ホームページデザインが可能かどうか、という点である。これは、私がネットショップを立ち上げた際に一番気にしていた部分である。私は広島経済大学の学内限定ということと、シラバスと連携できることを頭に置いてホームページのデザインをしたい。大学にも沿った雰囲気、それでいて堅くなり過ぎないデザインというのは、そこら辺のテンプレートでは演出できないと思う。そうなってくれば、このホームページのデザインを作ることというのは、広島経済大学の学生が長く使ってくれるかどうかという意味でも非常に重要なポイントなので、是非これは苦勞してでも一から作り上げたいと思う。

比較して分かったのが、やはりインターネットショッピングモールに出店することで、お客様が集まりやすいことである。それだけテナント料に費用をかけるので、それ相当のメリットが生まれるのはあるのだが、私のショッピングサイトは大規模なものではないので、そのようなツールは必要ないのである。そもそも学内限定なので、インターネットショッピングモールに出店するということが自体おかしな話である。そして、初期費用や周りの費用をできるだけ抑えて立ち上げたいので、私は独自ドメインを取得するネットショップの運営形態をとりたいと思う。それにその運営形態であれば、ホームページのデザインを一から設計することが可能であり、広島経済大学の雰囲気に合わせたデザインを設計することができるのである。機能などの観点から見て、面白そうな機能(レビュー機能やレコメンデーション機能)は取り込んでいきたい。自分たちでつくることならば、それが可能だからだ。

2.4 国内におけるネットショップの現状

この節では、国内のネットショップ事情についてグラフを用いて説明する。なぜなら、これからネットショップを立ち上げようとしているのだから、ネットショップの現状を把握することが大変重要になってくるからである。現状を知ることにより、私が **Re:HUEs** を提案したとき、学生が利用してくれそうか、といった予想ができるだろう。

ネットショップは今やポピュラーなものになっており、誰もが利用したことがあるのではないだろうか。以下では、**Yahoo!** リサーチの調査結果に基づいて弾き出されたインターネットショッピングの利用動向の結果を元に考察する。

2.4.1 最近1年でのインターネットショッピングの利用有無

まず、表2は、最近1年以内にネットショッピングを利用したことがあるかの動向を示したグラフである。グラフから、2005年の段階で、8割以上が「最近1年間のインターネットショッピング利用者」である。そしてその後も利用者は維持・増加を続けている。これにより、インターネットショッピングが、年を追うごとに、私たちに身近になっていくことが分かる。それから、私のネットショップがいきなり学内に現れても、学生たちには驚かずにすんなり受け入れてもらえることが予想できる。

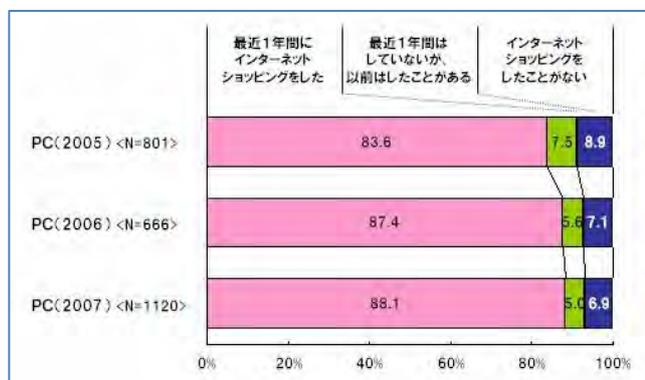


表2：最近1年でのインターネットショッピングの利用有無
(出典：Yahoo! リサーチ公式ブログより)

2.4.2 最近6ヶ月以内での利用金額

次に、最近6ヶ月以内での利用金額のグラフ(表3)を見てみよう。

グラフから分かるとおり、利用金額も年々増え続けている。これは、利用者がネットショッピングの便利さを覚えたからではないかと私は推測する。ネットショップでの利用金額が増え続けているということは、それだけ利用する価値が増えたといっても過言ではない。ネットショップは今も成長続けている分野である。

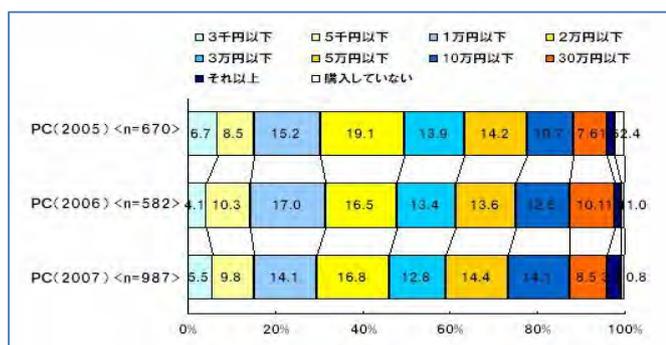


表3：最近6ヶ月以内での利用金額
(出典：Yahoo! リサーチ公式ブログより)

私のネットショップの場合は、学生のため、リサイクルのため、というものをメインに持ってきているので、利益を追求する側ではないので、利用金額は気にしないが、それだけ利用してくれる価値と

いうものが利用金額に表れるとやはり嬉しい気持ちになる。

2.4.3 最近 6 ヶ月以内での利用回数

最後に、最近 6 ヶ月以内での利用回数(表 4)を見てみよう。

これらの利用回数もゆるやかながら増え続けているのが分かる。しかも 6 ヶ月以内に 7 回以内の人が増え続けているということは、1、2 回だけでなく、それなりにネットショップを多く利用しているということだ。だから、私の提案するネットショップも気に入っていただけるならば、繰り返し利用してくれるのではないだろうか。

以上、グラフの結果からみて、これからネットショップを立ち上げても、受け入れられる可能性が十分にあることが分かった。手軽にネットショップで教科書を揃えることができるのは便利だと思うし、自宅に届く便利さは教科書を大量に購入したときに鞆に詰めて重い荷物を持ち運ぶ苦労がなくなる。これはとてもいい話だと思う。

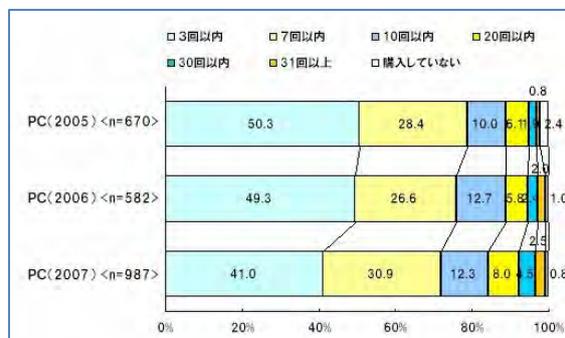


表 4：最近 6 ヶ月以内での利用回数

(出典：Yahoo! リサーチ公式ブログより)

第 2 章では、ネットショップとは何であるかを説明し、その運営形態の種類を挙げ、ネットショップの現状を明らかにした。私はこのなかで、ネットショップを開こうならば、独自ドメインを取得した運営形態で開こうと思う。なぜなら、広島経済大学の学生限定のネットショップとして運営するので、そういう人たちにはまずサイトを見てほしいので、サイトのデザインをきちんと設計したいからだ。次の第 3 章では、実際にネットという形態を利用して他の組織が実際に行っている取り組み、事例を考察する。そこでは、ネットショップを立ち上げるだけでなく、実際に組織の運営をいかにして回していくか、例を挙げて明らかにしていこうと思う。明らかにした上で、私が運営するならばこうするだろう、という話をする。

3. 他の組織の取り組み

この章では、他の組織で行われている中古教科書販売の事例を考察する。実際に私が考えている提案に近いものもある。それらを参考にしながら、皆にとって利用しやすい形として私の提案を行う。この章では、学生が取り組んでいる様子として、愛知大学のサークルによる事例を考察しようと思う。第1節ではえこびじ Shop の取り組みを書く。第2節では実際にえこびじ Shop が行った教科書の売買の手法をそれぞれ考察する。第3節では、えこびじ Shop の活動の成果を書く。そして最後にえこびじの取り組みをまとめてみようと思う。

3.1 えこびじ Shop の取り組み

私が大学の中古教科書販売に取り組んでいる事例を調べたときに最初に見つけたのが、この愛知大学のサークルの一つ、「えこびじ Shop (図 7)」というものだ。

愛知大学のサークル「エコビジネス研究会」が行っている教科書の中古販売のホームページである。私が構想として持っている、ネットショップを構えること、ネットショップで中古教科書を取り扱っていること、学内でやっていること、という構想が一致していたのがえこびじ shop である。この運営形態は私が思い描いてい



図 7: えこびじ Shop トップページ
(出典:「えこびじ Shop」より)

たものと非常に似ているものがあるので、考察したいと思う。えこびじ shop を考察していくなかで、古書を取り扱うネットショッピングを運営するためには、資格¹⁰が必要ということにも気付かされた。

この「エコビジネス研究会」が活動する理由として、「エコ」「ビジネス」の両立をめざし、研究や活動が続けているとのこと。¹¹現在、メンバーの活動方針の変化などにより、残念ながら教科書の中古販売のネットショッピングは終了しており、総合的なエコ活動をメインに持ってきているようである。

3.2 えこびじ shop の売買の手法

ここでは、えこびじ shop の売買の手法を考察する。えこびじ shop は、中古教科書の買取りと購入の流れをネットショップと実際の店舗で行っている組織である。ここではそれぞれの売買の手法を考察するとともにメリット、デメリットを挙げたいと思う。

¹⁰古物商の資格のこと。古物を自ら又は他人の委託を受けて、売買又は交換をする営業の資格。

¹¹ えこびじ-えこびじとは?より抜粋。

3.2.1 学生がオンラインで買取りを依頼するとき

まずは、学生がいなくなった教科書をオンラインで、えこびじ shop に買い取ってもらうときの流れを、以下の図 8 に表してみた。

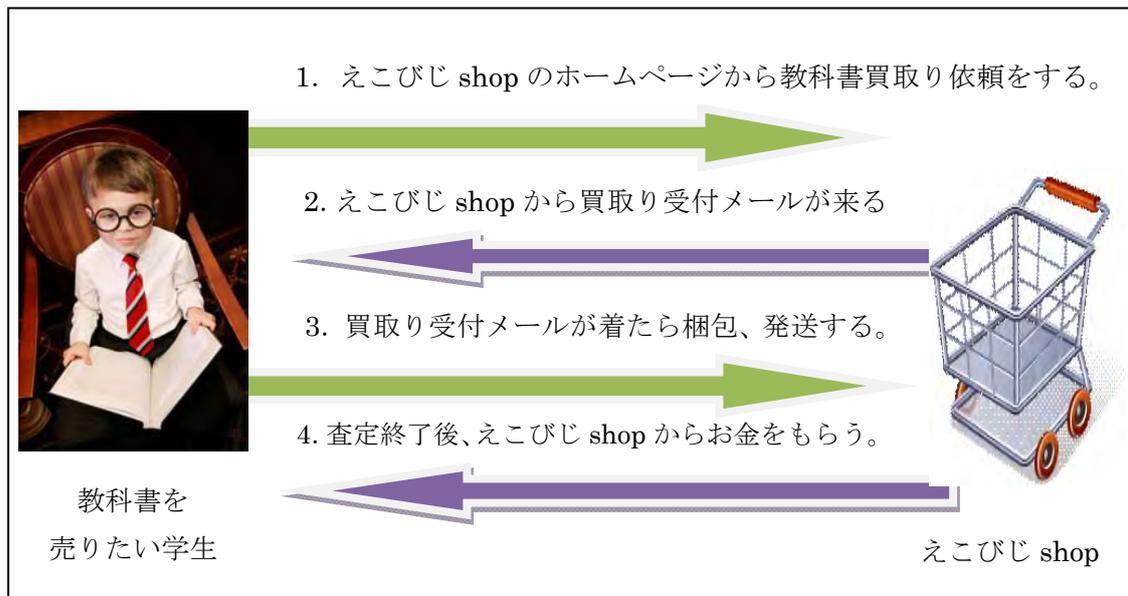


図 8：えこびじ shop のオンラインでの買取りの流れ
えこびじ shop 「教科書を売りたい方へ」を参考に作成

図 8 から見てわかるとおり、非常にシンプルな流れである。ここで、えこびじ shop がオンライン上で買取りの手続きをする際のメリットとデメリットをあげたいと思う。メリットは買取りをするための人員、時間、場所を選ばなくても良いということだ。買取りをするだけでこれだけの要因が絡むのだ。買取りをするには、ブースを開き、買取りを受ける時間、査定をする時間が必要になるので、オンライン上ではそれらの手続きをするのは有効な手段である。逆にデメリットは、オンラインでこのように買取りしてもらうことでは、すぐに教科書を現金に換えたい人が居た場合、古本屋のチェーン店等に持って買取りをすることだろう。そうならないために、オンラインで買取りを行う場合は、他店よりも高く買い取るといった方法を取るべきだろう。次に、買取りをお願いするために送った教科書が返品された事態となったときだ。送料だけかかった結果がこれではお互い損しかしない結果となる。そういう事態となる前に、買取りの規約等をしっかりと明記するのがいいだろう。

3.2.2 学生がオンラインで教科書を購入するとき

次に、中古の教科書をえこびじ shop でオンラインで購入するときの流れを以下の図 9 に表わした。

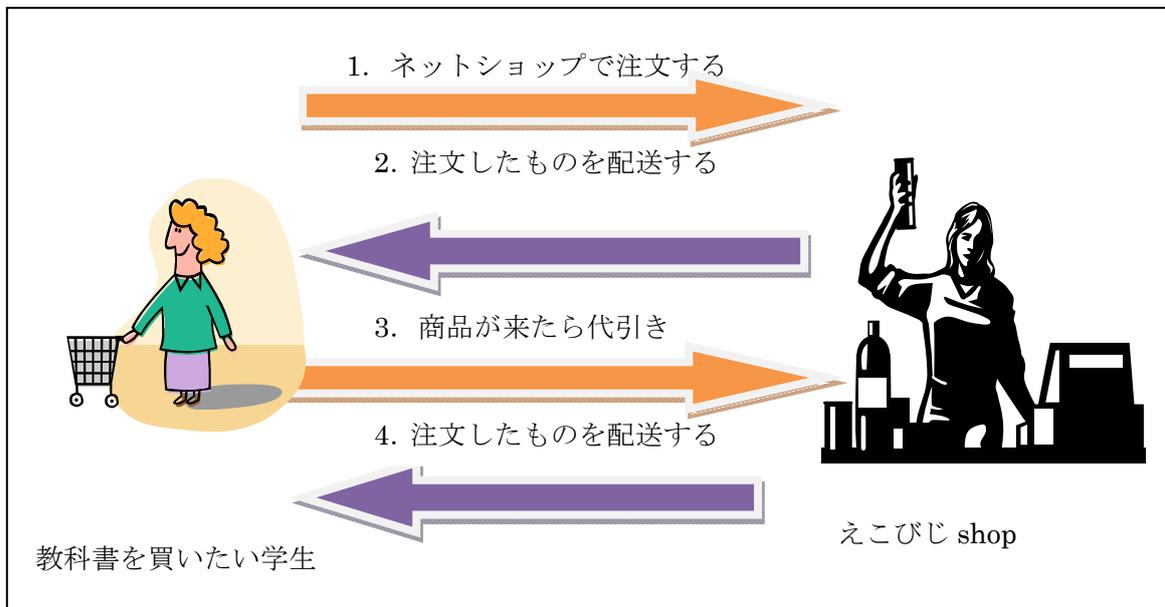


図 9：えこびじ shop のオンラインでの教科書買取りの流れ
えこびじ shop 「教科書を買いたい方へ」を参考に作成

学生が購入するときの流れは、図 9 を見れば分かるとおり、ネットショップで注文し、えこびじ shop がそれを配送するような形となっている。では、この形態のメリットとデメリットを挙げようと思う。まずメリットは、ネットショップなので、注文すればそのまま自宅に届くということが挙げられる。そして、利用者は自分のほしい教科書を選んで購入するだけなので、非常に簡単である。デメリットは、注文してから教科書が手元に来るわけではないので、講義のために今すぐ必要という場合は、地場で購入した方が有効だということだ。そして次に、中古の状態を手元で確認できないことだ。神経質な人が教科書を購入し、もし教科書が汚れていた場合は返品の可能性だって出てくる。そうならないために、教科書の状態を商品ページで、できるだけ詳しく書くことが必要だ。

3.2.3 教科書を対面で購入、買取りするとき

次に対面で教科書を購入、買取りする場合を図 10、11 に表してみた。

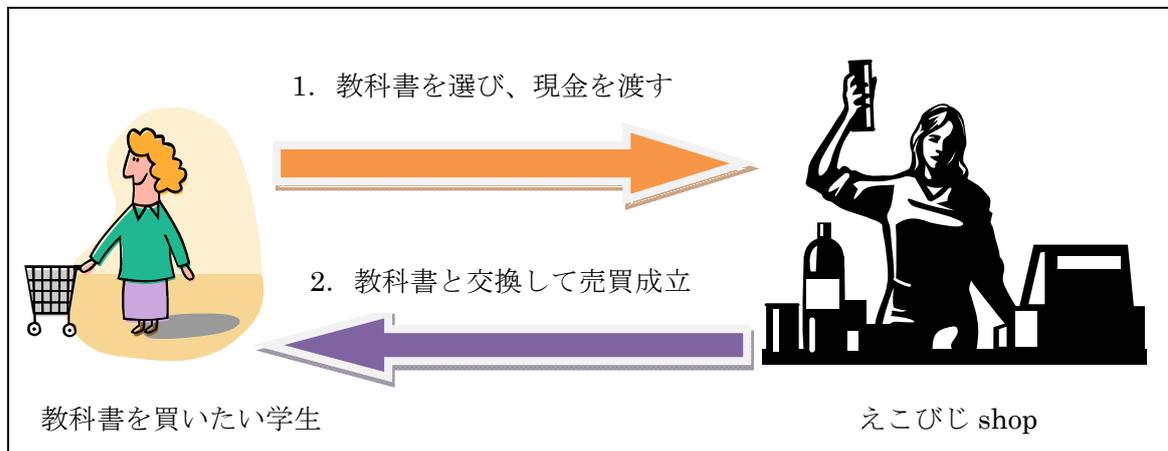


図 10：えこびじ shop の対面での教科書購入の流れ
えこびじ shop 「教科書を買いたい方へ」を参考に作成

えこびじ shop が図 10、11 (図 11 は次ページに掲載) のようにブース出店するときは、あらかじめ日時を告知しておいて出店する形態をとっている。ここでは実際に販売するのと一緒で、学生が教科書を選び、お金を支払って教科書と交換する。逆に売る場合は、その場で教科書を査定し、現金にしてお金をお渡しする。メリットは、ネットショップではないので欲しい教科書がその場で購入、すぐに手に入れることができることだ。売却の場合も同じで、不要になった教科書をすぐに現金化できるということだ。デメリットは、ブースでのやりとりになるので、当たり前だが出店しなければならないということ。そのために人員をささなければならぬため、ある程度の人員が必要になる。そのため教科書買取りの際の目利きの出来る人間が必ず必要になることだ。そしてオンラインではないので、いちいち出向かなければ教科書を売買することができないこと。その場で査定するので、買取りの値段に不満がある学生から脅かされるかもしれないことが挙げられる。

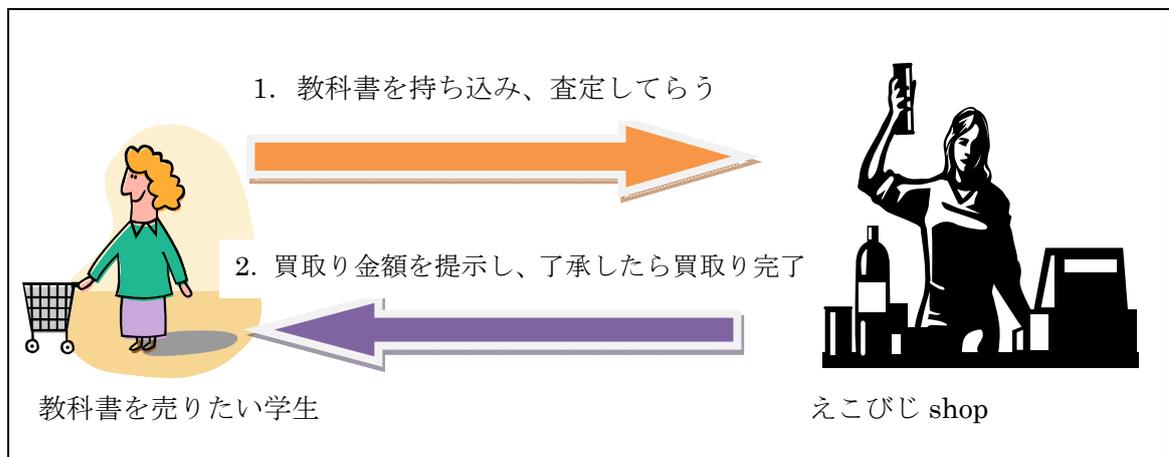


図 11：エコびじ shop の対面での教科書買取りの流れ
エコびじ shop 「教科書を買いたい方へ」を参考に作成

3.3 エコびじ Shop の実績(ざらっと書き出してみる)

ここではエコびじ Shop のリサイクル事業の実績を書く。

エコびじ

エコビジネス研究会（エコびじ）は、「エコ」「ビジネス」の両立をめざし、研究や活動を続けているサークルです。

当初は、教科書リユース売買という、「学内ブックオフ」ともいえる活動からスタートしました。

その後、メンバーの活動方針の変化などにより、現在では、総合的なエコ活動に取り組んでいます。

具体的には、清掃活動、エコイベントの企画・他団体の企画への参加、スピーチコンテスト出場、などです。

また、学内での「エコキャップ運動」も、大学から正式に許可を受け、取り組んでいます。

サークルの設立目的が、市民・学生・生徒が無理なく参加できる自然参加型の環境保全活動の推進であるので、出た利益は利益を植林団体:ポプラの森に寄付しているとのこと。

売り上げ 32500 円

教科書リユース活動意外にも、エコに関する活動には積極的に活動されている模様。

* 11 月 19 日(水)

⇒NPO 法人「キルトネットワーク」様のイベントでプレゼン

* 11 月 27 日(木)

⇒「環境懇談会」(名古屋産業大学)でパネル展示

(えこびじメンバーが多数属する「坂東ゼミ」として)

* 12月22日、23日

⇒全国学生環境コンテスト(エココン)出場

当然利益が出たら寄付をする。営利目的ではないのだ。実績をあげているようなので、成功のように見えるが、今は活動を停止している。

まだまだ

4 Re:HUEs のモデル

ここでは私の提案するネットショップ「Re:HUEs」のモデル提案をする。教科書を集める方法、中古教科書の販売の方法、システムの流れ等を提案する。まず第1節では、どのように教科書を集めるかを考察。第2節ではどのように販売するかを考察。えこびじ同様4つの手法でいきますか？第3節では1,2節をもとに「Re:HUEs」のモデルを提案する。

4.1 どのようにして教科書を集めるか

411 ブースを立ち上げて対面で売ってもらう。

412 中古本屋で買ってくる。在庫の確保。

413 いらなくなった教科書を寄付してもらう。

——いらなくなった教科書を入れてもらうような箱を用意する。そこに入れてもらう。

これらを流れを図(フローチャートを使うか?)にして視覚的に表わす。

集まった教科書を保管する場所が必要。サークルやプロジェクトでやるならばブースがもらえる？

4.2 販売の仕方

421 ブースを立ち上げて対面で売る。

422 ネットショップ(Re:HUEs)で売る。カートシステム。

近所の中古本屋より安く売る。(より利用してもらいたため)

こちらも流れを図にして表わそうと思う。

4.3 実際の流れ(モノの流れ)

1,2節で考察した流れを Re:HUEs に当てはめて考えてみる。

そして前章の事例である、実際の取り組みから、失敗しないモデルを提案する。

もちろん一連の流れを図に示そうと思う。

購入するまでのながれを説明したい。

気力があればサイトの雰囲気。あくまで雰囲気まで。コーディングはしない。

5. おわりに

ショッピングサイトを提案することは私にとって未知なる領域のものだった。ただあったら便利だな、という発想だけでは提案することが難しいと感じ、とても苦労した。しかし、無いものを一から作りあげるといふことは、とても達成感を味わえるものだった。

論文を書いていくなかで、何度も何度も壁にぶつかった。その度にゼミ生や先生に救ってもらった。この救われた経験は、社会人になる私にとって大切な礎となるだろう。ネットショップ自体を提案する機会は今度ないと思うが、困難にぶつかっても粘り強く乗り越えていきたいと思う。

本論文を執筆して私が感じたことは、この教科書の中古販売の提案は意外にも学生に求められているということだ。私はこの論文の報告を何回か報告し、その度にゼミ生にこの教科書の中古販売はいつ始まるのか、といった質問や、早く実現すればいい、という意見をいただいた。学生たちも教科書を安く購入することができ、リサイクル活動にも繋がるので、是非ともこの教科書中古販売の提案は実現させたいものだ。

本論文での反省点は、ビジネスモデルの提案だけで終わってしまったことだ。当初の予定ならば、ビジネスモデルを提案した上で実際にプログラミングして、イメージとしているショッピングサイトを立ち上げるまでしたかった。本論文が、そこまで到達できなかったのは非常に残念である。

執筆の際に厳しく指導をくださった久保大支先生にはこの場でお礼を申し上げたい。そして、同じゼミの人たち、同期の人には論文に対する意見や質問、そして時には励ましてもらい、大変心強かった。感謝したい。

このように反省や課題がいくつも残る結果となったが、一つの論文としてこの世の中に何か残せたことはうれしく思う。

まとめを書く。

参考文献

書籍

- [1]. 伊藤正二(2005),『カメラマンになるな 演出家になれ！オンラインショップ、ネットオークションの画像はこう撮る！』,日本カメラ社
- [2]. インターネット弁護士協議会(1997),『インターネットビジネスの法律ガイダンス』,毎日コミュニケーションズ
- [3]. 角井亮一(2001),『よくわかる IT 物流』,日本実業出版社
- [4]. 木下安司(2007),『よくわかるこれからの流通』,同文館出版株式会社
- [5]. OSMC・IS プロジェクト(2000),『インターネットショップ成功の法則』,エーアイ出版
- [6]. 小川眞一、中澤達彦、永沼良彦(2001),『インターネットショップの作り方』,西東社
- [7]. 小川進(2005),『ドクター・オガワに会いにいこう。-はじめてのマーケティング-』,千倉書房
- [8]. 小田光雄(2000),『ブックオフと出版業界』, ぱる出版
- [9]. 佐藤紀子、稲田朋晃(2001),『絶対使える！オンラインショッピング』,株式会社ジャストシステム
- [10]. 竹内謙礼(2008),『ネットで売れるもの売れないもの』,日本経済新聞出版社
- [11]. 竹中信(2000),『21世紀型ネットワークビジネスのすべて』,ぱる出版
- [12]. 寺口敏伸(1999),『インターネットショップの作り方』,エーアイ出版
- [13]. 遠山秀貴(2001),『インターネットショップ開店ガイド』,池田書店
- [14]. 竹内英字、富沢木実(2000),『成功企業から学ぶ ウェブショップ入門』,東洋経済新報社
- [15]. 山口 敦雄(2005),『楽天の研究—なぜ彼らは勝ち続けるのか』, 毎日新聞社
- [16]. 横塚由光、山本邦彦、落合哲美(2000),『インターネット・ショップ 開業のすべて』,同文館

インターネット

- [1]. 愛知大学エコビジネス研究会 オフィシャルサイト <http://ecobook.net/index.html>
- [2]. Amazon.co.jp <http://www.amazon.co.jp/>
- [3]. アメリカの大学教科書事情— ブックストアにおける新しい試み —大本 隆史
http://www.ajup-net.com/web_ajup/048/48USA.html
- [4]. えこびじ Shop(愛知大学の教科書販売) <http://ecobook.net/shop/>
- [5]. 古本屋 ブックエコ <http://homepage2.nifty.com/book-eco/index.html>
- [6]. 学生企業団体 SYO <http://www.syo2002.com/>
- [7]. はてなダイアリー: 大学教科書リサイクル業 <http://d.hatena.ne.jp/megyumi/20050329/p5>

- [8]. 開業の仕組み: ネットショップ開業ナビ <http://www.graphk.com/sikumi.html>
- [9]. インターネット古本屋への道 <http://www.d3.dion.ne.jp/~yumeya/net-furuhonya1.html>
<http://www.yorozubp.com/0805/080505.htm>
- [10]. Internet Security Glossary <http://www.ipa.go.jp/security/rfc/RFC2828-03PJA.html>
- [11]. 自費出版の会 本の流通について http://www.bookcom.net/basic/b_5d.html
- [12]. ネットショップ開業ナビ <http://ec.ering.jp/ec/>
- [13]. 楽天市場 <http://www.rakuten.co.jp/>
- [14]. 楽天スーパーオークション <http://www.rakuten.co.jp/auction/>
- [15]. 流通のいま http://blog.livedoor.jp/kobayashi_rk/archives/696263.html
- [16]. 流通とは-小売業界, 卸売業界, 関連業界
http://www2s.biglobe.ne.jp/~kobayasi/dist/dist_1.htm
- [17]. VIP ワイドガイド: 大学の教科書高すぎワロタwwwwwwww
<http://news4wide.livedoor.biz/archives/1225868.html>
- [18]. Yahoo!オークション <http://auctions.yahoo.co.jp/jp/>
- [19]. Yahoo!ショッピング <http://shopping.yahoo.co.jp/>
- [20]. Yahoo!オークション - ヤフオク護身
<http://auctions.yahoo.co.jp/phtml/auc/jp/notice/trouble/>