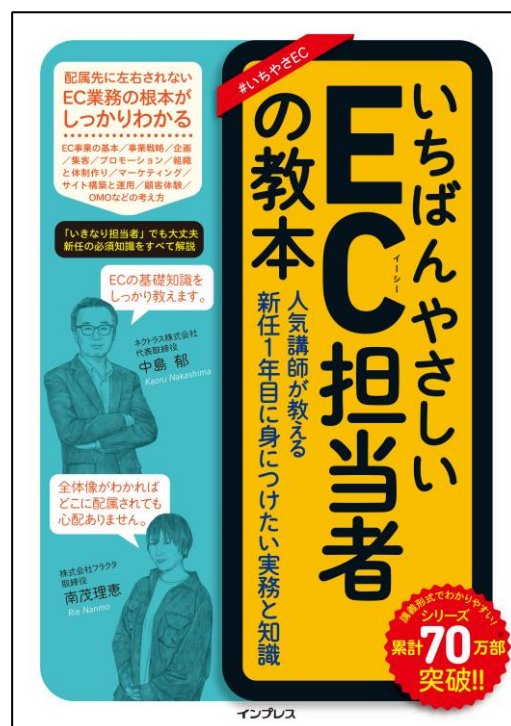


各 位

2022年11月15日
株式会社インプレス

EC 担当者向けに基礎知識を網羅的に解説した1冊
『いちばんやさしい EC 担当者の教本』を2022年11月16日（水）に発売

インプレスグループでIT関連メディア事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：小川 亨）は、EC担当者向けに基礎知識を解説した書籍『いちばんやさしいEC担当者の教本 人気講師が教える新任1年目に身につけたい実務と知識』を2022年11月16日（水）に発売いたします。



■ECビジネスの基礎知識と全体像をわかりやすく解説！

B2C-ECの市場規模は毎年右肩上がりに成長し、今では20兆円台に達しています（※1）。中でも、本書で取り上げる「物販系B2C-EC」の市場規模は13兆円を超え、既にコンビニエンスストアの販売額である11兆6,422億円を超えるレベルに達し（※2）、2020年にはEC化率の伸長率が8%を超えました（※3）。

今や多くの企業が既存ビジネスの延長として、また新規ビジネスとしてECに参入しており、ある時期にEC部門が立ち上げられ、突然の異動や新卒での配属によって、「いきなりEC担当者」に任命される人も少なくありません。本書は、そうした背景に基づき、ある日突然「EC担当者になった」「配属先がEC部門になった」といった「新任1年目」の方を読者対象に、彼らが身につけたい実務と知識を網羅した1冊です。

ECビジネスの全体像や組織内での役割を図解によって俯瞰しながら学べるので、自分がどんな部門に配属され、どんな役割を与えられたとしても、ECビジネス全体を理解しながら、何をすべきかが把握できます。本書を読めば、ECビジネスの基礎知識を全体像から理解できるはずですよ。

※1：経済産業省「令和3年度電子商取引に関する市場調査」、※2：2020年、経済産業省「商業動態統計」、※3：出典は※1と同じ

■豊富な図解でわかりやすい解説！

本書は、『いちばんやさしい教本』シリーズの特徴の1つである「図解」をふんだんに用いた解説をしています。IT技術や知識を用い、実店舗というオフラインの場と、ECサイトというオンラインの場で在庫管理や顧客体験を融合・統一しようとする事業者が増え、やるべき業務やそれに携わる担当者も多岐にわたります。また、仕事に兼業が多かったりするなど、役割が複雑になりがち側面も持っています。そうした新任1年目の方にとってはやや取っつきにくいEC業界内の実態や慣例、独自用語や考え方についても図解を用い、わかりやすく解説していますので、最初の1冊目として手に取りやすい内容となっています。

■本書は以下のような方におすすめです

- ・ メーカーの EC 担当者（異動で担当になった方。新卒の方など）
- ・ 小売企業の EC 担当者（異動で担当になった方。新卒の方など）
- ・ 製造小売の EC 担当者（異動で担当になった方。新卒の方など）
- ・ 新規ビジネスとして EC を始めたい事業者・担当者の方
- ・ 専業 EC（D2C など）として EC を始めたい事業者・担当者の方
- ・ 小売で EC を始めたい方

■紙面イメージ

Lesson [商品計画・集客計画・企画]

10

商品担当 (MD) とマーケティング担当の役割

このレッスンのポイント

通期の商品計画と集客計画は、それぞれ商品担当 (MD) やマーケティング担当が、事業計画に基づき策定するのが一般的です。そして、それぞれの通期計画を実現するために個別の企画を実行していきます。

商品計画と集客計画

EC業務全体のうち、商品計画と集客計画は事業計画に基づきます (図表10-1) の黄色の部分)。それぞれ商品担当 (MD) とマーケティング担当により作成されます (図表10-2) の黄色の部分)。

商品担当 (MD) が作成する「商品計画」

商品担当 (MD) が担当するのは、「商品計画」です。商品政策として、ECで販売する商品のターゲット、カテゴリ構成や価格帯、商品展開、通年の方向性などを検討し、実際の品揃えなど、自社の商品に関してさまざまな角度から計画を立てる役割を担います。なお、MDとはマーチャンダイジング (Merchandising) の略で、広義には商品計画や商品政策を練ること、そして商品開発や仕入などを指します。ただし、MDは企業や業界によって役割の範囲が大きく違うことも多々あります。本書では便宜上、ここで記載されている役割を中心に「商品担当 (MD)」という用語で統一します。

売上に直結する「集客計画」

マーケティング戦略は、事業計画の中でも大きな部分を占め、商品や集客と密接に関係することが多いといえます。例えば、事業戦略担当が事業計画を立てる際に、商品担当 (MD) やマーケティング担当と協力して作成します。また、「集客計画」は、売上に直結する重要な計画の1つで、通期の集客計画に基づき、マーケティング担当が中心になり、プロモーション計画、広告計画、そして各企画を立てられます。

▶ 商品計画・集客計画・商品企画の位置づけ (図表10-1)

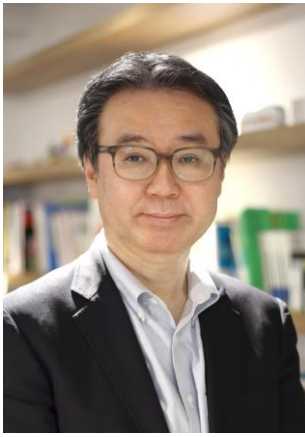
▶ 組織におけるMD・マーケティングの役割 (図表10-2)

商品担当 (MD) とマーケティング担当は、商品計画や集客計画、そして販促イベントやキャンペーンなどの企画を担当します。分業されている場合もあれば兼業もあるため、両方の役割を理解しておくことが大事です

052
NEXT PAGE → 053

ECビジネスの全体像を俯瞰しながら学べる

■著者プロフィール



中島 郁（なかしま・かおる）

ネクトラス株式会社 代表取締役
立ち上げと成長の専門家。ベンチャー、トイザラスのマーケティング部門やEC法人の立ち上げ、ジュピターショップチャンネル執行役員本部長、GSI Commerce (eBay Enterprise) VP/APAC代表/日本法人社長、三越伊勢丹役員事業部長を歴任。豊富なEC責任者経験を持つ。新規事業、戦略、マーケティング、EC、リアル・デジタル領域を実務視点で支援中。



南茂 理恵（なんも・りえ）

株式会社フラクタ 取締役
フラクタの創業期にジョインし、デジタルとアナログを問わず、制作全体のディレクション、プロジェクト推進に従事するOne by One局の統括担当。OMOを前提としたブランドの高速立ち上げを共に並走し具現化する、ミッションスペシャリスト。

以上

【株式会社インプレス】 <https://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計 7,500 万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT 関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch シリーズ」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」、「SmartGrid ニュースレター」、「Web 担当者 Forum」等の企業向け IT 関連メディアブランドを総合的に展開、運営する事業会社です。IT 関連出版メディア事業、およびデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <https://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：松本大輔、証券コード：東証スタンダード市場 9479）を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「航空・鉄道」「モバイルサービス」「学術・理工学」を主要テーマに専門性の高いメディア&サービスおよびソリューション事業を展開しています。さらに、コンテンツビジネスのプラットフォーム開発・運営も手がけています。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス 広報担当：丸山

E-mail: pr-info@impress.co.jp URL: <https://www.impress.co.jp/>

※弊社はテレワーク推奨中のため電話でのお問い合わせを停止しております。メールまたは Web サイトからお問い合わせください。