

## 独自の発展を遂げる オンラインショッピングの 旨みと強みを考える

カーグッズにおいても、オンラインショッピングがすっかり一般的になり、品揃えや価格だけに留まらない、独自の魅力も備えるようになってきている。とりわけ注目なのが、メーカー自らが販売まで手掛ける公式店舗の存在だ。ここではその代表格としてSOFT99の展開を元に、その旨みを探ってみよう。

### 通販形態は同じでも その取り組み方に大きな差

カー用品店やホームセンターと並ぶカー用品の購入先として、近年その存在感を増しているのがオンラインショップだ。事実、CGMの読者アンケートを見てもその傾向は明らかで、年を追うごとにその割合は増える一方となっている。

それでも、編集部としては少し距離をとることが多かった。居住地域を問わず、遠方からでも欲しいものが容易に手に入るその便利さに疑いはないものの、扱われる製品の多くがあまりに玉石混濁だったためだ。

海外からの直輸入品が多いこともあるのだろう。彼の地ではよくても、

日本では適さない場合がある。国内市場はカー用品だけに限らず、シビアナな消費者目線が必要になるためだ。予想外に短命に終わるものや国内での使用環境には合いづらいもの、あるいは安心安全面で一定レベルに達していないものなどが否が応でも目につく。

それでも、過渡期を経て直近ではその様相にも変化があるようだ。大きな存在となるのは、メーカーによる公式店の開設である。日本市場にあった品質管理や購入事後も続く手厚いサポートなど、その体制に隙はない。そしてその代表例こそ、ガラコやフクピカでおなじみのソフト99コーポレーションなのだ。

いまが  
狙い目!?

[レポート]

# 用品通販 現代考

