

「令和の虎」2代目主宰 林 尚弘 氏 推薦！ 2000社支援のEC経営術

2000社を成功させた EC運営 儲けの方程式

2026年
10月14日発売

株式会社あさ出版(代表取締役:田賀井弘毅、所在地:東京都豊島区)は松下 直人著『2000社を成功させた EC運営 儲けの方程式』を2026年10月14日(水)に発売いたします。

商品選びからAI活用まで、EC運営を体系的に解説

EC(ネットショップ)を始めたものの、なかなか売上が伸びない。広告費をかけても商品が動かない。オリジナル商品をつくったのに、思うように利益が残らない——。

本書では、累計2000社以上のEC事業を支援してきた著者が、商品選び、価格設計、サイト構築、集客、リピーター施策、組織化まで、成果を生み出すための「儲けの方程式」を体系的に解説します。さらに、数字をもとに課題を見極める方法や、AI・各種ツールを活用した業務効率化まで紹介。感覚に頼らず、利益を生み続けるEC運営を実現するための実践書です。

タイトル:2000社を成功させた EC運営 儲けの方程式

著者:松下直人 ページ数:160ページ 価格:1,870円(10%税込)
奥付発行日:2026年10月25日 ISBN:9784-86667-855-9
※価格は発売時点の予定価格です。変更となる場合があります。

【目次】

- CHAPTER 1 ECとは、どんなビジネスなのか
- CHAPTER 2 売れるECの土台づくり
- CHAPTER 3 数字で課題を可視化する
- CHAPTER 4 広告の目的と使い方
- CHAPTER 5 チームで回すEC運営
- CHAPTER 6 AI やツールを活用する
- 巻末特典 こんなときどうする? EC運営のヒント集

【著者プロフィール】 松下直人(まつした・なおと)

一般社団法人日本EC経営支援機構代表理事
EC-Consulting Japan株式会社代表取締役

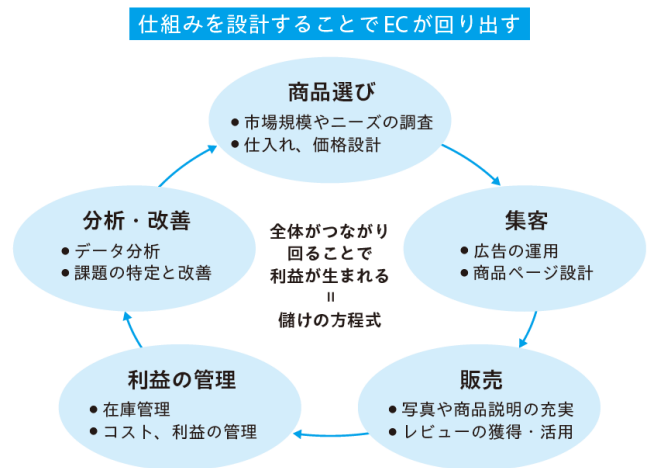
1989年大阪府生まれ。高校中退後、宅配寿司店の店長、物流倉庫、営業職などを経て、会社員時代に副業でECを開始。年商が会社規模になったことを機に独立し、2019年にEC-Consulting Japan株式会社を設立する。Yahoo!ショッピングを中心に、上場企業から中小企業まで累計2000社以上のEC事業を支援。Yahoo! JAPANコマースパートナーとして、2022年度「パートナー特別賞」、2023・2024年度「ベストパートナー賞」を受賞し、史上初の3年連続で表彰される。Yahoo!ショッピング公式セミナー講師をはじめ、自治体や企業での講演も多数行う。YouTube番組「令和のCHANNEL」「通販の虎」などに、ECの専門家・投資家として出演。著書に『Yahoo!ショッピングは1円で売れ! 禁断のネットショップ儲けのカラクリ』(ビジネス教育出版社)がある。



「成果を出している会社は商品売っているのではなく、利益を生み出す仕組みをつくっているということです。ECは、『インターネットで商品を販売する仕事』というイメージをお持ちでしょうが、それではECという仕事の本質は見えてきません。

『見つけてもらう』『購入してもらう』『利益を出す』のどれか1つだけに力を注ぐのではなく、**全体がうまくかみ合う仕組みをつくる**ことが**重要**なのです。

『商品選び×集客×販売×利益の管理×分析・改善＝儲かるECの仕組み』。これら5つの要素がうまく連動することで、ECは継続的に利益を生み出せるようになるのです。



売れる商品は、売る前からわかる

「ECで最初にやるべきことは、販売する商品を決めることです。では、何を基準に選べばよいのでしょうか。**その商品が売れる可能性があるかどうかは、しっかり下調べをすれば、販売前の段階で、ある程度、見極めることができます。**商品が売れるかどうか判断するには、①市場規模、②粗利率、③競合レビューの3ステップに注目しましょう。

市場や競合、粗利率を確認しないまま、『売れそうだから』と始めても、思うような成果は出ません。**商品選びはECで最も重要な仕事の1つです。**

売る前に市場規模や競合状況を調べ、販売数や粗利率を確認し、レビューからお客さまの不満や改善の余地を探る。そこまで確認して初めて、『この商品は勝負できる』と判断できます。**売れる商品は、売る前からある程度わかるのです。**

商品を選ぶ時の3つのステップ

ステップ① 市場規模を見る

- 月にどれくらい売れているか
- 市場が小さすぎないか

ステップ② 利益率を見る

- 利益は十分に残るか
- 価格競争に巻き込まれないか

ステップ③ レビュー内容を見る

- 不満が繰り返し出ていないか
- 満たされていない需要はあるか

商品決定！

1円販売は“安売り”ではなく、勝ち筋をつくる投資

ECで新しい商品を売り出すとき、最初に大きな壁になるのは、お客さまに見つけてもらうことです。どれだけよい商品でも、検索結果に表示されず、**レビューも販売実績もなければ、商品ページを見てもらう機会は限られます。**

そこで、私が実践してきた打ち手の1つが、「1円販売」です。ここでいう1円販売とは、**新商品を立ち上げる初期段階で、あえて極端な低価格に設定し、販売実績やレビュー、検索順位を取りこく手法**です。

まずお客さまに見つけてもらい、商品ページに実績を積み上げるための先行投資と考えてください。1円販売と聞くと、「そこまで安く売って大丈夫なのか」と驚く方も多いでしょう。たしかに、その場では利益が残りません。**1円販売の目的は、販売実績をつくり、レビューを集め、検索結果の一等地に入るためのきっかけをつくること**なので、それでよいのです。

1円販売は実績をつくる投資

