

2004年10月28日

株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町

2-5 F・Kビル

TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165

広報部 03-3664-5697

mail address : koho@fuji-keizai.co.jp

## 通販企業 75社のケーススタディにより通販・e-コマース市場を調査

### 2006年予測

モバイル通販市場は、03年比4倍の2400億円規模に急成長

TV通販は、2500億円規模(03年比24%増)

通販全体市場は、3兆4600億円規模(03年比25%増)

総合マーケティングビジネスの(株)富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 原 務 03-3664-5811)は、今年8月から10月にかけて、テレビ通販、インターネット通販などの通販市場の実態と今後の動向を調査した。このほどその報告書「通販・e-コマースビジネスの実態と今後 2004」をまとめた。

本調査レポートでは、通販市場を、カタログ通販、テレビ通販、小売拠点型通販、インターネット/モバイル通販の4分野に分類している。モバイル通販は99年の「i-mode」(NTTドコモ)サービス開始によって携帯電話からインターネットに接続が出来るようになり、飛躍的に情報取得量が拡大し、サイトの閲覧とともに急速に普及した。今回は、改めてこの分野の成長を調査し2000年にさかのぼって実績を算出・加算した。

### <調査のまとめ>

通販市場は不況下においても堅調に推移し現在拡大傾向にある。通販企業各社は、核家族化や女性の社会進出によるライフスタイルの変化や、細分化・多様化する消費者のニーズに応え、商品力の向上はもちろん、受発注/配送システムの高度化、商品内容の充実などによって顧客獲得に努めている。カタログ、チラシ、DM、テレビ、新聞、インターネット、モバイルなどのメディアに加えて、実店舗も合わせた販促活動を展開している。

これまで通販はチャンネルとしての便利さから多く利用されてきた。しかし近年は実店舗を視野に入れてそれを上回るサービスの向上を目指し、商品のオリジナリティや限定・希少性の訴求、商品検索や説明などの機能向上などにより高い実績を上げている。今後、インターネット/モバイル通販や小売拠点型通販などの新たな業態が成長し、これまで主力であったカタログ通販は縮小するものの、さらに通販市場が拡大すると期待される。

### 1. 通販市場各分野の規模推移

#### (1) インターネット/モバイル通販

03年実績 6751億円、06年予測 1兆2230億円(03年比81%増)

インターネット通販は95年以降パソコン通信による通販に取って代わり急成長。99~2000年にかけて(社)日本通信販売協会(JADMA)がガイドラインの策定/オンラインマーク制度の導入を進め、その利便性の高さから多くの需要を獲得して市場は急速に拡大した。現在では多くの企業が「楽天市場」に代表されるような仮想ショッピングモールへの出店(出品)、自社ホームページでの販売の何れかを行っており、両者を併用することで実績の拡大に努める企業も多く見られる。

自社ホームページでの通販に関しては、カタログ/テレビなどのメディアや実店舗との連携を進めることで露出を高め、各メディア/チャンネルの相乗効果によって実績の拡大が見られる。

03年には6750億円を超え通販市場全体の24%を占めるまでに成長した。99年は、これまでのインターネット通販に加えて、携帯電話からインターネットへアクセスして商品を購入するモバイル通販も本格的に立ち上がっており、高い伸長率を支えている要因の1つとなっている。

モバイル通販 03年実績 586億円、06年予測 2400億円(03年比4倍増)

99年の「i-mode」の誕生から現在の「FOMA」などの第三代携帯の普及が進むにつれて、ユーザーの最も身近なインターネットアクセスツールとして完全に定着した。受発注ツールの1つとして位置付ける企業も多い中で、モバイル通販だけに特化した企業/サイトの急成長も見られる。04年には待受画面/着信メロディなどのデジタルコンテンツのダウンロードを含まない物販の市場が1000億円にまで到達すると見込まれる。

若年層は、携帯電話を電話機能以上にパソコンよりも身近な情報ツールの1つと捉えてインターネットサイトへアクセスする。若者がモバイル通販を抵抗感なく利用することが同通販の拡大要因として挙げられる。こうした若

年層をターゲットとする携帯通販サイトも数多く見られ、月商ベースで1億円以上の売上を有するサイトも決して稀ではない。

04年にはモバイル通販市場はインターネット通販市場全体の10%以上を占めると見込まれる。消費者に最も身近な情報ツールとして携帯電話のさらなる高機能化が進む傾向に合わせて高い伸びが続くものと予測される。

(2) 小売拠点型通販 03年実績 1976億円 06年予測 3215億円(03年比63%増)

97年からのローソンによるマルチメディア端末の設置によって始まり、以降GMS/量販店宅配、コンビニエンスストア拠点型の参入が相次いだことで市場が活性化した。03年実績の97%以上がコンビニエンスストア拠点型によって占められる。ローソン、セブンドリーム・ドットコム、ファミマ・ドット・コムといったコンビニ上位各社が実績を伸長させたことに加え、GMS・量販店宅配も、阪急キッチンエールを筆頭に実績を伸長させ、市場全体では1976億円に達した。

今後も、市場全体がコンビニエンスストア拠点型の動向に左右されると見られるが、上位企業を中心に何れも好調に推移しており、拡大が予測される。一方、GMS・量販店(ネットスーパー)は、百貨店への信頼度/ブランド力を背景に阪急キッチンエールが好調に実績を伸ばしており、高品質・高い信頼性の認知が進めば、今後も更に市場が拡大すると予測される。

(3) テレビ通販 03年実績 2048億円 06年予測 2535億円(03年比24%増)

71年にフジテレビの「東京ホームジョッキー」の番組内コーナーとして始まった。その後、80年代には番組型ホームショッピングの台頭、90年代にはインフォーマーシャルの導入や通販専門局の立ち上げなど、新たな手法/形態が出現した。こうして市場の活性化とともに競争も激化し、市場そのものは拡大を続けたもののテレビ通販企業の淘汰が進む結果となった。

この市場拡大の背景には従来の地上波放送に加えてCATV/衛星デジタル放送の視聴可能世帯数の増加も挙げられる。2000年以降はBSデジタル/110°CSデジタル放送の開始によって多チャンネル化が進み、通販専門局が増えて市場が活性化した。04年にはこれまでテレビ通販専門局を牽引してきたQVCジャパン/ジュビターショップチャンネルが相次いで完全24時間生放送を開始するなど、テレビ通販専門局での実績拡大がより顕著となっている。しかし、テレビ通販専門局においても拡大要因の1つである視聴可能世帯数の増加が恒久的には見込めない状況の中で、新規顧客/リピート需要を獲得し実績の維持・拡大を目指している。完全24時間生放送の開始などエンターテインメント性と商品力を高めていくことがその手段となる。

(4) カタログ通販 03年実績 1兆6980億円 06年予測 1兆6580億円(03年比2%減)

高島屋が1899年に通販事業を開始したことに始まる。戦後は、51年に高島屋が再開。70年代に、ニッセンに続き多く設立された総合通販会社が便利さや価格訴求、商品数の多さで売上を伸ばし通販市場を形成した。90年代は、総合通販に代わり食品、衣料、化粧品の単品を扱う専門通販会社が台頭して03年のカタログ通販シェア約6割を占めるまでに成長した。2000年以降、カタログ通販はインターネット通販やテレビ通販と競合して需要を奪われ03年の通販全体市場シェアは60%に下がった。最近では、健康意識の高まりから需要が見込まれる健康食品、化粧品を扱う企業が増えて競合が激化している。店舗販売の導入、企業合併、企業トップの若返りなど次世代に向けたさまざまな取り組みが始まっている。縮小の要因は、総合通販、百貨店通販、通信教育、講座通販などの低迷に因るところが大きい。

## 2. 通販全体の市場規模

通販全体市場規模 03年実績 2兆7755億円 06年予測 3兆4560億円(03年比25%増)

90年代後半には総合通販を始めとするカタログ通販の不振によって伸長率が鈍化し、97~98年に頭打ち状態となった。2000年以降はカタログ通販・テレビ通販からの需要シフトもあり小売拠点型通販やモバイル通販の立ち上がり、インターネット通販の高伸長によって再び拡大に向かっている。各通販市場で上位にランクしている企業の多くは、複数のメディアを活用して露出度を高め、実店舗も連動させた販促活動を展開して相乗効果を挙げ実績を拡大している。今後も市場は小売拠点型やモバイル通販が新たな需要を開拓するとともに、インターネット通販がカタログ通販の不振を補いつつ拡大を続け、06年には3兆4560億円規模に成長すると予測される。

### 3. 通販市場の参入企業シェア（2003年実績による）

全体市場では依然として通信教育／総合通販／百貨店系の通販各社が上位シェアを有する状況に変化はない。そこにジュピターショップチャンネル／アマゾンジャパン／やずや／QVC ジャパンといった企業の急成長による上位への食い込みが見られる。上位企業の淘汰と新興勢力の台頭は当面続くものと予想される。

1000億円を超える通販大手はベネッセコーポレーション／千趣会／ニッセン／ベルーナなどの通信教育／総合通販の4社のみになるものの、500～1000億円未満には成長著しいディーエイチシー／ジャパネットたかた／セブンドリーム・ドットコムなど7社が到達している。

高い伸長率を見せているのはアマゾンジャパン／サニーヘルス／やずや／ヨドバシカメラといった専門通販であり、高い商品力で需要を獲得しているサニーヘルス／やずやに対して、アマゾンジャパン／ヨドバシカメラはサイトの利便性などが評価される形で急成長を見せている。

テレビ通販専門局を運営するジュピターショップチャンネル／QVC ジャパンは、04年には完全24時間生放送にシフトするなど、今後さらなる実績拡大が確実であろう。

#### < 調査の概要 >

##### (1) 調査対象

###### 通販形態(使用メディア)

通販形態	分類
カタログ通販	総合通販、百貨店通販 専門通販(食品・産地直送、家電・パソコン関連、通信教育他)
テレビ通販	テレビ通販専門局、番組型ホームショッピング インフォマーシャル、スポット広告型テレビ通販
小売拠点型通販	コンビニエンスストア拠点型、GMS・量販店宅配(ネットスーパー)
インターネット／モバイル通販	仮想ショッピングモール、総合通販・百貨店系 専門通販(自社サイトでの運営)、モバイル通販

##### (2) 調査方法

弊社専門調査員による対象企業及び関連企業・団体などへの面接取材による情報収集。

##### (3) 調査期間

2004年8月～10月

以上

タイトル : 「通販・e-コマースビジネスの実態と今後2004」

発行日 : 2004年10月8日

体裁 : A4判 211頁

価格 : 100,000円(税込み105,000円)

CD-Rセット価格110,000円(税込み115,500円)

調査・編集 : 富士経済 東京マーケティング本部 ヘルシアグループ TEL03-3664-5831 FAX03-3661-9778

発行所 : 株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル

TEL 03-3664-5811 (代) FAX 03-3661-0165

e-mail:koho@fuji-keizai.co.jp

この情報はホームページでもご覧いただけます。URL : <http://www.group.fuji-keizai.co.jp>