

2005年10月26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
URL : <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>
広報部 03-3664-5697

通販・e - コマースビジネス市場の調査を実施

- 通販市場は、2007年に3兆6,795億円規模へ(対04年比119%) -

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 代表取締役 阿部英雄 03-3664-5811)は、2005年8月~10月にかけて通販・e - コマースビジネスについての調査を行った。その結果を報告書「通販・e - コマースビジネスの実態と今後2005」にまとめた。セキュリティが強化されたインターネット通販市場は、モバイル通販とともにユーザーを獲得し市場が拡大傾向にある。

< 調査結果の概要 >

通信販売全体市場

1. 全体市場規模

分類	2004年	2007年予測	対04年比
インターネット/モバイル通販	9,500億円	1兆4,745億円	155%
小売拠点型通販	2,336億円	3,020億円	129%
テレビ通販	2,395億円	2,850億円	119%
カタログ通販	1兆6,708億円	1兆6,180億円	97%
合計	3兆0,939億円	3兆6,795億円	119%

通販市場は、カタログ通販中心から、1990年代後半にインターネット通販が開始されたことによって、e - コマース市場が創生された。1997年より小売拠点型通販が開始されたことで若年層の需要獲得につながり、2000年以降は前年実績を大きく上回る状況が続いている。

2004年は、インターネット通販が好調な推移を示し、さらに2000年ごろより新たにモバイル通販が市場に定着したことで、2003年比112%となった。その結果、3兆円を超える市場に成長した。

市場別動向

インターネット/モバイル通販

パソコンの普及/インターネット・ブロードバンド人口の増加、セキュリティ面の強化などを背景に市場は拡大している。インターネット関連企業が開設する仮想モールや通販企業が自社で展開する販売サイトがともに高い伸びを維持しており、2005年には1兆円を越す市場へと成長を遂げる見込みである。第3世代携帯電話の普及により、若年層をターゲットとしたモバイル通販への参入企業が急増している。また近年は若年層向けのショッピングサイトに加え、テレビやカタログ通販などの注文手段として機能するなど、多様化が急速に進んでいる。中高年を中心としてインターネットの普及に未だに拡大の余地があり、今後もインターネット人口の増加が見込まれている。このようなユーザーを取り込むことでインターネット通販市場は、拡大が見込まれる。しかし、中高年を中心とし、パソコン操作への抵抗がある消費者が多いことから、ハード面の改良が求められている。また、既存のインターネットユーザーにおいても情報漏洩の不安からショッピングに抵抗感を感じるユーザーも未だに多く、参入企業では情報漏洩防止策の一層の強化が必要となっている。既参入企業は、インターネット通販/モバイルそのもので完結するだけでなく、通販カタログ/テレビ/ラジオ/雑誌とのメディアミックスにより、インターネットの特性を最大限に発揮できる販売システムの構築を進めていくとみられる。

小売拠点型通販

小売拠点型通販は、1997年にコンビニエンスストアのローソンが、店舗にマルチメディア端末の「ロッピー」を設置したことを機に本格的に市場が立ち上がった。その後、コンビニエンス各社の参入が相次ぎ、ドゥマン、アイビックスといったネットスーパー各社も加わり、市場規模は拡大している。

市場の95%をコンビニエンスストア拠点型企業が占めている。参入各社は、CD・DVD、書籍などの他、アーティスト/タレント関連グッズなどにより差別化を図り、取扱分野を広げており、今後も市場規模の拡大が予測される。上位のコンビニ各社はコンサート/スポーツチケットサービスの割合が高くなっている。また食品・産直品は、GMS・ネットスーパーを中心にユーザーの健康志向/食に対するこだわりの高まりを背景に市場を拡大させている。

テレビ通販

2000年のBSデジタル/CSデジタル放送の開始に伴うチャンネル数の急増で、テレビ通販専門局が実績を伸ばした。2004年は引き続きテレビ通販専門局の実績が伸長している事に加えて、テレビ通販を展開する健康食品や化粧品などの専門通販が好調に推移したことから、大幅な実績拡大となった。今後は、BS/CS放送視聴可能世帯の増加が鈍化し始めた事もあり、参入企業は、新たなサービスの提案や商品施策の一層の強化が求められる。商品別に見ていくと、日中は在宅主婦、夜間～深夜はOLや男性層といった異なるターゲットが混在する市場であるため売れ筋に差が見られる。全体としては、「生活雑貨」「家電・パソコン」「アパレル」などの構成比が高くなっている。2004年は、他社との差別化を図るために立ち上がった「食品・産直品」「健康食品」の市場が拡大している。

カタログ通販

カタログ通販は、通販市場全体の約50%を占めるが、総合通販や百貨店通販の不振が続いており、実績は縮小傾向にある。カタログ通販を主力としている各社がインターネット通販への注力度を高めており、若年層を中心にインターネット/モバイル通販への需要シフトが進み、当面厳しい状況が続くと予測される。今後は、需要獲得策として、年代別のカタログを発売するなど、各年齢層のニーズに適した商品展開を行うことで実績回復に努める。カタログ通販市場で、伸長傾向にある商品としては、食品・産直品・健康食品などが挙げられる。今後は参入企業の増加に伴う競争激化が予想され、他社との差別化がより重要視される。

注目通販市場

テレビ通販専門局（テレビ通販）

2004年 1,125億円 2007年予測 1,500億円（対04年比 133%）

1996年から市場が形成されたテレビ通販専門局は、ケーブルテレビ/CS放送の視聴可能世帯数の増加を背景に伸びてきた。企業イメージを前面に押し出し、高品質/高信頼性をアピールすることで、多くのリピートユーザーを獲得している。近年では、生放送によって臨場感を出す事で、販売力の強化を図っており、2004年の市場規模は2003年比58%増となった。テレビ通販市場においても、50%弱を占有するまでに至っている。

仮想ショッピングモール（インターネット/モバイル通販）

2004年 3,500億円 2007年予測 6,500億円（対04年比 186%）

「楽天市場」（楽天）や、「Yahoo!ショッピング」（ヤフー）を中心とする仮想ショッピングモールでは、それぞれサイト、システム整備や出店の規制緩和などによって依然として出店数の増加が続いている。2004年はライブドアの本格参入や、楽天のプロ野球参入による顧客数の急増により市場が拡大した。

モバイル通販（インターネット/モバイル通販）

2004年 870億円 2007年予測 1,390億円（対04年比 160%）

1999年にサービスを開始した「i-mode」（NTTドコモ）によって携帯電話からインターネットアクセスが可能になったことを受けてモバイル通販市場は形成された。サービス当初は若年層をターゲットとしたサイトが主流であったが、近年ではニッセンや千趣会といった主婦層をターゲットとした通販企業においてもモバイルサイトが開設されユーザー層の拡大が図られている。

<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（美容・ヘルスケア、アパレル、食品・産地直送、健康食品他）
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、インフォーマーシャル、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

ケーススタディ掲載企業

取扱品目		掲載企業
総合	カタログ通販	千趣会、ニッセン、ベルーナ、セシール、ディノス、ムトウ、カタログハウス
	テレビ通販	ジュピターショップチャンネル、QVCジャパン、総通、日本文化センター、プライム、トーカ堂、オークローンマーケティング、グランマルシェ、二光
	インターネット通販	楽天、ヤフー、インデックス、ネットプライス、ライブドア
百貨店系		三越、高島屋、東急百貨店、大丸ホームショッピング
専門	美容・ヘルスケア	ディーエイチシー、ファンケル、オルビス、再春館製薬所、ヴァーナル、ジモス、アテナ、ドクターシーラボ、ハーバー研究所、クラブ・クレアター・ポータ・ジャポン、ガシーレンカー・ジャパン、味の素
	健康食品	サニーヘルス、山田養蜂場、サントリー、アサヒ緑健、健康家族、小林製薬、森下仁丹、キューサイ、ケンコーコム
	食品・産地直送	やずや、ふくや、市川園、カゴメ、佐藤園、サンスター
	生活雑貨	全日空商事、良品計画
	アパレル	住商オットー、イマージュ、ピーチ・ジョン、日本ランズエンド、ファーストリテイリング、ワコール、スタイライフ、エディー・パウワー・ジャパン
	家電・パソコン	ジャパネットたかた、ヨドバシカメラ、サクセス、ソフマップ
	書籍・ソフト	アマゾンジャパン、HMVジャパン、タワーレコード
	その他	STEILAR C.K.M、バンダイネットワークス
小売拠点型通販		セブンドリームドットコム、ファミマ・ドット・コム、阪急キッチンエール、エーエム・ピーエム・ジャパン、オイシックス

<調査方法>

専門調査員による参入企業、関連企業・団体などへの面接取材による情報収集

<調査期間>

2005年8月～10月

以上

資料タイトル：「通販・e-コマースビジネスの実態と今後2005」
体 裁：A4判 213頁
価 格：100,000円（税込み 105,000円） CD-ROM付きセット価格 110,000円（税込み 115,500円）
調査・編集：株式会社 富士経済 東京マーケティング本部 第二事業部 TEL:03-3664-5831（代）FAX:03-3661-9778
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 TEL03-3664-5811（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