

2007年12月10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/>
<https://www.fuji-keizai.co.jp/>
 広報部 03-3664-5697

通販・e - コマース市場の調査を実施

2007年のモバイル通販市場は06年比33.9%増の2,715億円の見込

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 阿部 界 03-3664-5811)は、多様化が進む通信販売市場の調査を行った。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2007 - 2008」にまとめた。この報告書では、通信販売市場を物品販売市場とサービス・デジタルコンテンツ市場に分け、各々カタログ通販やテレビ通販など6つの通販形態と、家電・パソコンやアパレルなど9つの商品群別に分析し、市場展望している。

< 調査結果の概要 >

通信販売市場

分類	2007年見込	前年比(%)	2008年予測	前年比(%)
物販				
カタログ通販	1兆5,664億円	98.0	1兆5,490億円	98.9
テレビ通販	3,962億円	111.4	4,229億円	106.7
小売拠点型通販	254億円	102.4	255億円	100.4
インターネット通販	1兆9,240億円	120.0	2兆1,860億円	113.6
モバイル通販	2,715億円	133.9	3,410億円	125.6
その他	768億円	96.0	749億円	97.5
計	4兆2,603億円	110.2	4兆5,993億円	108.0
サービス・デジタルコンテンツ	6,809億円	113.4	7,694億円	113.0
合計	4兆9,412億円	110.7	5兆3,687億円	108.7

通信販売(通販)市場は物品販売(物販)市場と、チケットや音楽・ゲーム配信などデジタルコンテンツを対象としたサービス・デジタルコンテンツ市場で構成される。2000年以降はパソコンの普及によるインターネット利用の広がりや携帯電話の機能向上によってインターネット/モバイル通販が台頭し、インターネット・モバイルによる物販とともにチケットやデジタルコンテンツの利用が高まり、通販市場は飛躍的な成長を遂げている。物販市場はカタログ通販が低迷しているものの、インターネット/モバイル通販の拡大により右肩上がりの成長が続いており、依然として通販市場の8割以上のウェイトを占めている。サービス・デジタルコンテンツ市場もデジタルコンテンツに対するニーズが高まる中で様々なサービスが登場し、毎年約1,000億円ずつ成長を続けている。

1. 物販市場

06年に3兆8,648億円であった通信販売の物販市場は、07年に4兆2,603億円と前年比10.2%の増加が見込まれる。これまで主軸であったカタログ通販は、近年インターネット/モバイル通販の勢いに押され、従来カタログを主体としてきた企業もコストの低いインターネット/モバイル通販へと重点を移行していることから縮小し、06年には物販市場の4割程度まで落ち込んでいる(1997年時点では8割強を占める)。代わって台頭著しいのがインターネット/モバイル通販で、通信環境の整備・ハード面の機能向上によって利用が拡大している。特にインターネット通販は06年にカタログ通販を上回り、物販市場での主軸形態となった。インターネット通販の勢いは持続しており、数年後には物販市場の5~6割を占めるまでに成長すると見られる。モバイル通販は“第三代携帯電話”の普及によって高画質・動画配信なども可能となったためインターネットに次ぐ通販ツールとして各社が注力している。また、テレビ通販は、ジュピターショップチャンネルなどの専門局の好調やガシー・レンカー・ジャパンなど通販メーカーによる積極的なインフォマーシャル投下によって活性化が見られる。06~07年にかけては視聴可能世帯数の増加とともに乗馬型フィットネス機器やDVDの「ビリーズ ブートキャンプ」などヒット商品も多く、テレビ通販も拡大している。

情報提供型広告(インフォマーシャルはインフォメーションとコマーシャルを合わせた造語)

2. サービス・デジタルコンテンツ市場

通信販売のサービス・デジタルコンテンツ市場は、“第三世代携帯電話サービス”の浸透とともに携帯電話向けのサービス・デジタルコンテンツが増加したことで、市場は飛躍的に成長し、06年には6,000億円を超える規模となった。06年～07年にかけては電子書籍・コミック配信の成長が著しい。電子書籍・コミックの需要は若年層が高く、持ち運びが可能な携帯電話でのダウンロード数が圧倒的となっている。電子書籍・コミックへの需要増を受け、新規参入メーカーも多く、市場の活性化につながっている。

<注目物販市場>

モバイル通販

“第三世代携帯電話”で高速データ通信が可能となり、QRコード読み取り機能の搭載による利便性の向上や通信料接続定額制が導入されるなど、モバイル通販の環境が整備されている。また、サイト数が増加し取扱商品数の拡充も進んでいることから06年には2,000億円を超える規模に成長した。モバイル通販は10代後半～20代前半の若年層がコアユーザーとなっているが、カタログ通販やテレビ通販なども受注ツールとして注力していることや、携帯電話が普及することで消費者の意識も変化しており、徐々に幅広い顧客層を取り込み始めている。また、近年はモバイル通販がインターネット通販とほぼ同等の機能を与えられたことで実績を伸ばしているところもあり、07年の市場は前年比33.9%増の2,715億円と見込まれる。

しかし、依然としてモバイル通販に抵抗を感じる消費者も多いことから、セキュリティの強化により消費者に安心を与え、携帯電話の利便性をアピールし、商品展開を充実することでターゲット層を拡大していくことがモバイル通販の課題となっている。また、モバイル通販は小さく限られた画面での展開であるため、チラシ/カタログ/DM/フリーペーパーなどの紙媒体やテレビ/インターネットとの連動や携帯電話サイトの充実、メールマガジンの展開、さらに実際の店舗を持つ企業での店舗用のクーポンの発行、店舗での会員登録など店舗と携帯電話サイトと連動したメディアミックスによる展開がモバイル通販市場拡大の鍵を握っている。

インターネット通販

インターネット通販市場は、市場が形成されてから10年が経過した05年には1兆円を突破し、通販市場全体に対する構成比も35%以上を占めるまでに急成長している。07年も仮想ショッピングモールの好調や商品カテゴリーではアパレル市場の躍進を受け、市場は前年比20.0%増の1兆9,240億円が見込まれる。

参入企業はセキュリティ強化を進めているが、依然として取引に不安を感じる消費者は多く、今後もセキュリティ対策を講じていくことが顧客の拡大には不可欠となっている。

大手総合通販各社も受注ツールとしてインターネットへ注力しているほか、インターネットサイトの運営にも注力しており、テレビ通販もインターネットサイトと連動で商品内容を詳しく見られるシステム構築をしていることで、今後もカタログ通販やテレビ通販からのシフトが続きインターネット通販は拡大すると予想される。また、現在も仮想ショッピングモールは活況を呈しているが、アパレル分野のショッピングモールといったようにターゲットを絞った開設が進んでいる。今後は大手のインターネット通販企業がプラットホームとして出店を募ることで商品が拡充していく方向にあるためインターネット通販市場はさらに活性化していくと予測される。

テレビ通販

テレビ通販市場は、2000年のBS/CSデジタル放送の開始でチャンネル数が急増し、テレビ通販専門局が相次いで設立されたことで市場拡大してきた。06年以降も上位企業を中心に実績拡大は続いており、視聴可能世帯数の増加によりテレビ通販専門局は実績を拡大しているほか、サントリーは主力の健康食品「セサミンEプラス」、ガシー・レンカー・ジャパンは主力の「プロアクティブ」に対し積極的にインフォーマーシャルを投下することで実績を拡大している。07年はオークローンマーケティングが販売するエクササイズDVD「ビリーズ ブートキャンプ」が、06年7月からの累計で100万セットを突破する爆発的なヒットで市場拡大に貢献し、前年比11.4%増の3,962億円が見込まれる。

テレビ通販は今後視聴可能世帯数の増加率の鈍化が懸念されるため、ジュピターショップチャンネルはBS放送や地上波へ、QVCジャパンは新設されるBSデジタルハイビジョン放送局へ番組配信を開始する方向にあり、新規顧客の開拓が順調に進むと見られ、市場は今後も拡大していくと予想される。また、インターネットで検索できるため、商品のすべての情報を発信しなくても購買につながるケースも増加しており、スポット広告型が見直され

ることで、広告投下が増加すると見られる。テレビ通販が活況を呈し参入企業が多くなったことで、従来は衝動買いによる購入を誘う傾向が強かったが、参入各社は化粧品や健康食品などリピート需要が期待できる商品の強化を行い、顧客囲い込みによる購買頻度、販売点数のアップの施策を模索している。

以上

<調査対象>

1. 通販形態（使用メディア）

カ タ ロ グ 通 販	総合通販、百貨店系通販、専門通販（食品・産直品、健康食品、化粧品、アパレル、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
ラ ジ オ 通 販	ラジオ放送局運営型、番組枠買取型
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
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・百貨店系通販、専門通販（自社サイトでの運営）、モバイル通販

2. 商品カテゴリー

物販

食 品 ・ 産 直 品	加工食品、菓子類、酒類、飲料、自然食、水産物、農産物 など
健 康 食 品	健康食品、シリーズサプリメント
ビ ュ ー テ ィ ・ 他	化粧品、美容器具、健康器具 など
生 活 雑 貨	家庭用品、トイレタリー、食器、台所用品 など
ア パ レ ル	婦人服、紳士服、子供服、ベビー服、服飾雑貨、宝飾品 など
家 電 ・ パ ソ コ ン	パソコン本体、パソコン周辺機器、パソコンソフト、家電類 など
書 籍 ・ ソ フ ト	書籍、雑誌、音楽・映像ソフト など
通 信 教 育 ・ 講 座	小中高生向け通信教育、幼児向け通信教育、大人向け通信講座、教材 など
そ の 他	家具、インテリア、寝具、ホビー関連、玩具、スポーツ用品、文具、カー用品 など

サービス・デジタルコンテンツ

鑑賞・観戦チケット、音楽・映像配信、ゲーム配信、情報・データ配信 など

<調査方法>

富士経済専門調査員による調査対象企業及び関連企業・団体等へのヒアリング調査及び関連文献、社内データベースを併用

<調査期間>

2007年10月～11月

資料タイトル：「通販・e-コマースビジネスの実態と今後 2007 - 2008 - 市場編 - 」
体 裁 ： A4判 190頁
価 格 ： 100,000円（税込み105,000円）
CD-ROM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 第二事業部
TEL:03-3664-5821 FAX:03-3661-9514
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/ https://www.fuji-keizai.co.jp/