

2008年12月25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/>
 URL: <https://www.fuji-keizai.co.jp/>
 広報部 03-3664-5697

インターネット通販、モバイル通販が牽引する通信販売市場の調査結果

- 2010年にインターネット通販市場2.5兆円、モバイル通販市場4千億円と予測 -

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 阿部 界 03-3664-5811)は、使用メディア、取り扱い商品の多様化が進む通信販売市場を調査し、その調査結果を報告書「通販・e-コマースビジネスの実態と今後 2008-2009 -市場編-」にまとめた。

この報告書では、インターネット、モバイル通販、テレビショッピングなどを含めた通信販売市場の実態を、通信販売の形態別、そして商品カテゴリー別に市場を明らかにし、今後の市場、活用メディア、通販形態などのトレンドを提示した。

<調査結果の概要>

	2008年(見込)	2010年(予測)	伸長率
通信販売(物販)市場	4兆5,238億円	4兆9,444億円	109.3%

通信販売(物販)市場は、インターネットや携帯電話の普及とともにサービスの形態が多様化し、ネットによる通信販売が定着し、これまで実店舗で購入されていた商品が通販でも購入されるようになったことから拡大を続けている。この背景としては、インターネット人口の増加によるインターネット通販の普及が挙げられる。

これまで主力であったカタログ通販からの需要シフトも含めてインターネット通販が台頭する形で市場は拡大し、2007年には4兆円を超える市場を形成している。インターネット通販が伸びている要因として、家電製品や音楽CD、DVDなどこれまで実店舗で購入していた商品を通販で購入する機会の増加が挙げられる。2007年には商業販売統計年報の小売業販売総額に対してインターネット通販の比率が初めて3%を超えたが、同時に競争が激しさを増し、上位あるいは大手企業に実績が集中しており、企業によっては前年実績割れも出てきている。

<形態別物販市場>

形態	2008年(見込)	2010年(予測)	伸長率
カタログ	1兆5,450億円	1兆5,209億円	98.4%
テレビ	3,818億円	3,950億円	103.4%
インターネット	2兆1,753億円	2兆5,097億円	115.4%
モバイル	3,165億円	4,080億円	128.9%
その他	1,053億円	1,109億円	105.4%
合計	4兆5,238億円	4兆9,444億円	109.3%

(カタログ通販やテレビ通販で注文ツールとしてインターネットやモバイルを使用する場合は、インターネット通販、モバイル通販としてとらえた。)

カタログ通販は、カタログ、新聞、折込チラシ、雑誌、ダイレクトメールなどの媒体を活用し、販売商品・製品を消費者に向けて告知し、電話、FAX、ハガキで注文を受け個々の家庭に全国規模(広域)で届ける。インターネットやモバイル通販へのシフトが続いており、通販業者側もカタログに比較して運営コストで優位なインターネットやモバイル通販への取り組みを年々強化していることから市場は縮小を続けている。

テレビ通販は、地上波、デジタル衛星放送、BS/C/S放送、CATVを告知媒体として使用し、電話を中心に注文を受ける通信販売の手法の1つである。(CATV局などが提供する双方向型サービスにおける通信販売も含む。) テレビ通販は通信販売というよりもテレビと電話を組み合わせたマーケティング手法といえ、紹介商品に対するレスポンスはどの媒体よりも早いとされている。

テレビ通販は1つの番組で商品数、放送時間によって、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に分類される。スポット広告型は情報番組の1コーナーや広告枠において1アイテムを1~2分で紹介する国内テレビ通販の代表的なスタイルであるが、インフォーマーシャルとの連動を強化するなど見直しが行われている。番組型ホームショッピングは地方局を中心に30~60分で15~20アイテムを紹介する番組形式のテレビ通販で、在宅主婦層やシニア層が主要顧客となっている。インフォーマーシャルは1アイテムを20~30分かけて海外でヒットしたフィットネス機器・DVD、ダイエット食品、化粧品や国内の特徴ある電化製品などを展開しており、2007年はエクササイズDVDの「ビリーズ ブートキャンプ」が大ヒットした。テレビ通販専門局は24時間生放送による臨場感の演出を行っており、伸びは鈍化したものの、BS/C/S放送の普及により視聴可能世帯数が増加し需要を拡大している。

インターネット通販は、インターネット上で商品の告知/受発注などを行う通信販売で、パソコンを利用して、行うものである。1995年以降急速に一般消費者にも認知された。(企業向けのビジネスは含まない。)

パソコンの普及やインターネットおよびブロードバンド人口の増加と共にインターネット通販市場は拡大している。自社でインターネット通販を立ち上げる企業に加え、仮想ショッピングモール大手企業が出店店舗数を増加させ市場を牽引している。通販市場で大きなウエイトを占める総合通販企業も、コスト削減や若年層の獲得を狙って主力のカタログ通販からインターネット通販へのシフトを進めており、インターネットサイトの充実やオンライン限定商品の拡充、ネット注文での割引、ポイントサービスなどにより実績を拡大している。仮想ショッピングモール大手に加え、アパレルではターゲットを絞った品揃えのモール展開を行う企業も増加しており、既存のインターネット通販企業が自社サイトをプラットフォームとして出店を募るケースも出てきている。また、カタログ通販やテレビ通販を中心に展開してきた企業が、コスト削減を図るためにインターネットへの移行を進め、受注ツールとしての定着やインターネット完結型への移行が進み、2006年にはカタログ通販を抜きインターネット通販が通販市場のトップとなった。2007年も引き続き仮想ショッピングモールを運営する楽天などが好調に推移し、通販上位企業のカタログ通販からのシフトが多く、市場は拡大を続けており、2008年も同様の傾向が続くとみられる。

モバイル通販は、携帯端末(携帯電話)を利用し、インターネット上の携帯サイトを通じて商品の告知、受発注などを行う通信販売である。(待受画面、着信メロディ・画像・動画などのダウンロードサービス、有料の情報提供サイトでの実績は物販市場としては対象としていない。)

2001~2002年に主要キャリア3社が“第三世代携帯”を投入し高速データ通信が可能となり、2003年以降QRコード読み取り機能搭載の携帯電話が普及し、通販サイトへの誘導が進みモバイル通販市場が急拡大した。2004年には主要3キャリアが通信用料接続定額制を導入したことでモバイル通販成長の条件が整い、サイト数増加やモバイルサイトの利便性向上が進み利用者が急増した。2006年には2,000億円を超える市場に成長した。モバイル通販では10代後半~20代前半がコアユーザーとなっているが、カタログ通販を中心に展開する企業が受注ツールとして注力している。幅広い年代が携帯端末でメール機能などを使用し始めていることから潜在需要は非常に大きいとみられる。2008年も、参入企業がQRコードなど紙媒体からのモバイルサイト誘引を継続して進めていることに加え、ソフトバンクが「iPhone」を発売し、その専用サイトを立ち上げる企業が出てくるなどの好要因もあり拡大している。

携帯電話による通販に抵抗感の少ない10代~20代前半を顧客とするアパレル企業がモバイル通販を積極的に展開していることからアパレル通販が約3割を占めている。アパレルに次いで書籍・ソフトの構成比が高い。食品・産直品は、大手ショッピングモールが商品の拡充とモバイルサイトへの誘導を積極的に進め、実績を拡大している。インターネット通販中心の企業に加え総合通販系企業においてもモバイルが注文ツールとして定着してきており実績が拡大している。通信教育・講座では、モバイルサイトの役割は資料請求や内容検索が中心である。しかし、携帯電話の機能やモバイルサイトの利便性の向上によりインターネットとほぼ同じ機能を持たせることが可能

となっており、携帯電話経由の集客や販売への注力が通信教育・講座展開企業において重要となっている。

< 調査対象 >

1. 通信販売形態

形態	分類
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. 取り扱い商品カテゴリー

カテゴリー	品目	
物販	食品・産直品	加工食品、菓子類、酒類、飲料、自然食、水産物、農産物等
	健康食品・医薬品	健康食品、シリーズサプリメント等
	ビューティ 他	化粧品、美容器具、健康器具等
	生活雑貨	家庭用品、トイレタリー、食器、台所用品等
	アパレル	婦人服、紳士服、子供服、ベビー服、服飾雑貨、宝飾品等
	家電製品・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、家電類等
	書籍・ソフト	書籍、雑誌、音楽・映像ソフト等
	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、教材等
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、カー用品等	
サービス・デジタルコンテンツ他	鑑賞・観戦チケット、音楽・映像配信、ゲーム配信、情報・データ配信等	

< 調査方法 >

富士経済専門調査員による対象企業への直接面接取材を基本に、電話ヒアリング、公的データ・公表資料等文献調査により補完

< 調査期間 >

2008年10月～11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 2008 - 2009 - 市場編 - 」
 体 裁 : A4判 188頁
 価 格 : 100,000円(税込み105,000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:03-3664-5831 (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:info@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/>
 URL:<https://www.fuji-keizai.co.jp/>