

2013年に小売拠点型通販、インターネット通販、モバイル通販合計で市場の7割を占める見込
通信販売(物販)の国内市場を調査

2013年見込(前年比)

通信販売(物販)市場全体 7兆6,488億円(7.8%増) インターネット通販、モバイル通販がけん引
 アパレル通販 1兆7,001億円(10.8%増) 仮想ショッピングモール事業者の注力により市場拡大

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、2013年9月～11月にかけて通信販売(物販)の国内市場を調査した。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 2013-2014 市場編」にまとめた。

この報告書では、通販(物販)市場について、「カタログ」「テレビ」「小売拠点型」「インターネット」「モバイル」「ラジオ」の通販形態別と、「食品・産直品」「健康食品・医薬品」「ビューティ他」「生活雑貨」「アパレル」「家電製品・パソコン」「書籍・ソフト」「通信教育・講座」「その他(家具、インテリア、寝具など)」の商品カテゴリー別に分類し、各市場の現状を分析して今後を予測した。加えて今年度版は、注目のインターネット通販、モバイル通販、小売拠点型通販を合算した市場の動向、会員属性(購入者)別の市場規模についても捉えた。

< 調査結果の概要 >

国内通信販売(物販)市場

2012年	2013年見込	2012年比
7兆 973億円	7兆6,488億円	107.8%

*カタログ通販、テレビ通販、ラジオ通販において、注文手段がインターネットやモバイルである場合は、インターネット通販やモバイル通販に含んだ。また、モバイル通販は、携帯電話(フィーチャーフォン)向けサイトおよびスマートフォン向けサイトを対象とし、携帯電話やスマートフォンからのPC向けインターネットサイトの利用はインターネット通販に含んだ。

2012年は、前年に震災の特需を受けた反動が一部でみられたほか、上位企業への需要集約により苦戦を強いられた下位企業があったものの、スマートフォンの普及拡大と参入企業の対応が進んだことでモバイル通販が大幅に伸長し、市場は前年比6.7%増の7兆973億円となった。

通販形態別では、モバイル通販の伸長が目立つほか、仮想ショッピングモールの充実によるインターネット通販の拡大が続いている。また、小売拠点型通販もネットスーパーの利用増加により二桁成長が続くとみられる。一方、2004年まで市場の50%を占めていたカタログ通販は、参入企業のインターネット通販やモバイル通販へのシフトが進み、2012年の構成比は22%に縮小している。

商品カテゴリー別では、食品・産直品やアパレルが好調である。また、トイレトペーパーや洗剤など持ち運びが不便なトイレタリー用品を中心とした生活雑貨も拡大を続けている。書籍・ソフトは、送料無料や配達時間の短縮などの利便性の向上により、店舗販売からの需要シフトが進んでいる。

< 注目市場 >

1. 小売拠点型通販、インターネット通販、モバイル通販【通販形態別】

	2012年	2013年見込	2012年比
小売拠点型通販	1,256億円	1,443億円	114.9%
インターネット通販	3兆7,696億円	4兆 260億円	106.8%
モバイル通販	9,453億円	1兆2,121億円	128.2%

小売拠点型通販は、コンビニエンスストア拠点型とネットスーパーを対象とする。実店舗との相互送客により利用者の獲得が進み市場は拡大している。注文商品や配送時期などの自由度の高さや、GMSやSMなど身

近に店舗があることでの安心感が受け入れられ、今後も前年比10%前後の伸長が予測される。これまでは食品が中心であったが、GMSの本格参入で取り扱う商品カテゴリーが広がり、単価の高い商品カテゴリーが実績拡大に貢献すると考えられる。今後はサービスの認知度向上が優先課題であり、実店舗でのサービス告知や広告宣伝が必要である。また、ホームページや携帯サイトを注文ツールとするため、現時点では中高年層の利用が少ないこともあり、ユーザビリティの向上も課題となっている。

インターネット通販は、インターネット上のホームページまたは、タブレット向けサイト/アプリがツールとなる通販を対象とする。仮想ショッピングモールが中心となり、市場の50%以上を占めている。インターネット通販に抵抗がある50代以上の消費者が、タブレットを利用してインターネット通販を開始するケースもみられ、市場拡大に寄与している。市場規模の拡大やモバイル通販の成長に伴い伸長率は緩やかになっているものの、カタログ/テレビ通販や店舗販売からの需要シフト、取扱商品の増加により、今後も拡大が予測される。上位シェアの事業者サイトへの需要集約がみられるため、小規模の通販サイトはターゲットや主力となる商品カテゴリーを明確にして顧客を囲い込む必要がある。

モバイル通販は、参入各企業が通販サイトのスマートフォンへの最適化やショッピングアプリの配信を進め、ユーザビリティの向上や販促面でのテコ入れが集中して行われたことで、市場が拡大している。特にアパレル通販においては、10~20代やパソコンを利用しない主婦層を中心に好調で、2013年には市場の2割を占める見込みである。また、家電製品や書籍・ソフトもモバイル通販の比率が高くなっている。モバイルと親和性が高い商品カテゴリーがけん引し、今後も市場拡大が予測される。

インターネット通販、モバイル通販、小売拠点型通販の合計は、2013年には市場の7割を占めると見込まれる。

2. 食品・産直品【商品カテゴリー別】

2012年	2013年見込	2012年比
8,150億円	8,901億円	109.2%

東日本大震災の影響で、飲料をはじめとした食品が店頭で品薄状態になったため、これまで通販に抵抗があった消費者が利用を始めたことや、原発事故を受けてミネラルウォーターや西日本産の食品あるいは復興支援のために東日本産の食品を通販で購入する消費者もみられたことで、2011年に市場は大幅に拡大した。

2012年は、震災特需が収まり市場は落ち着きをみせたものの、仮想ショッピングモールが当日・翌日配送可能な体制作りやポイント還元率アップなどのサービスを充実させ実績を拡大、またネットスーパーがTVCMの投下による認知度向上と共に配送エリアの拡大や配送頻度/取扱い品数の強化を進め会員数、売上高を大幅に伸長させたことで、市場は前年比10.2%増の8,150億円となった。

インターネット/モバイル通販及びネットスーパーの利便性向上に伴い、日常利用の食品を通販で購入するスタイルが20~40代で増加している。一方、カタログ通販は高年層において底堅い需要がみられるなど、食品・産直品においては、ターゲット層や利用目的によって通販形態の棲み分けが進むと考えられる。

3. アパレル【商品カテゴリー別】

2012年	2013年見込	2012年比
1兆5,345億円	1兆7,001億円	110.8%

スマートフォンの普及拡大に伴い、ファッションEC企業やアパレルメーカーでは通販サイトのスマートフォンへの最適化を進めるほか、ショッピングアプリなどを配布することで、移動時間帯にもスマートフォンで通販を利用できる体制を整え、需要拡大につなげている。

2012年から2013年にかけては、仮想ショッピングモール事業者がアパレル強化に努めており、市場は二桁成長を続け、2013年の市場は前年比10.8%増の1兆7,001億円となる見込みである。

アウターウェアを通販で購入することに抵抗がない消費者の増加、インナーウェアの通販購入の一般化と買い替え需要の発生が今後の市場拡大に貢献するとみられる。服飾雑貨については、高価格帯の宝飾品が伸び悩んでいるものの、事業者によっては靴を送料・返品送料無料でする施策を講じている。靴の通販での購入が一般化することで服飾雑貨の市場が活性化し、アパレル通販市場全体を底上げすると期待される。

< 調査対象 >

【通販形態別】

カタログ通販	総合（総合通販、百貨店系） 専門（食品・産直品、健康食品、ビューティ、アパレルなど）
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
小売拠点型通販	コンビニエンスストア拠点型、ネットスーパー
インターネット通販	仮想ショッピングモール、自社ホームページ（総合通販、百貨店系、専門）
モバイル通販	仮想ショッピングモール、自社ホームページ（総合通販、百貨店系、専門）
ラジオ通販	ラジオ放送局運営型、番組枠買取型

【商品カテゴリー別】

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・医薬品	健康食品、シリーズサプリメント、医薬品
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（化粧品を除く）、食器、台所用品など
アパレル	婦人服、紳士服、服飾雑貨、宝飾品、子供・ベビー向けアパレル服・服飾雑貨など
家電製品・パソコン	家電製品、パソコン本体、パソコン周辺機器、パソコンソフトなど
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

< 調査方法 >

富士経済専門調査員による業界関連企業、団体へのヒアリング調査と一部文献調査

< 調査期間 >

2013年9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 2013 - 2014 市場編」
体裁	A4判 204頁
価格	書籍版 100,000円 + 税 PDF/データ版 110,000円 + 税 書籍版 + PDF/データ版セット 120,000円 + 税
調査・編集	株式会社富士経済 東京マーケティング本部 第一統括部 第二部 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12 - 5 小伝馬町YSビル TEL: 03 - 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/ https://www.fuji-keizai.co.jp/