６　専門事業者の対応

専門事業者を対象とした『物販ネットビジネスに関する意識調査』で、専門事業者が物販ネットビジネスをどのように見ているか、また物販ネットビジネスに対してどのような支援業務を実施しているかなどを調査した。

以下では、専門事業者から見た物販ネットビジネスの経営課題と、物販ネットビジネスに対する支援業務の状況について述べる。

なお、前述のとおり、『物販ネットビジネスに関する意識調査』の回答数は２２であり、専門事業者の全体の状況を反映したものとは言い難く、参考的な意味合いとなる。

6.1 専門事業者から見た経営課題

専門事業者を対象とした『物販ネットビジネスに関する意識調査』では、物販ネット事業者と同じ内容で物販ネットビジネスの経営課題の重要度合いを調査している。いわば、専門事業者から見た重要度合いの認識となる。

表６－１の上表は、専門事業者から見た物販ネットビジネスの経営課題の重要度合いの平均スコアで、物販ネット事業者全体（全体平均スコア）と対比したものである。また、表６－１の下表は、専門事業者と物販ネット事業者では属性が異なり、平均スコアの平均値も専門事業者２．４２、物販ネット事業者２．５５と異なるため、それぞれ平均値との格差を示している。

専門事業者の認識としては、物販ネットビジネスの経営課題として、「②受注件数」が最も重要度合いの高い経営課題となっている。

専門事業者と物販ネット事業者について、平均値との格差（表６－１の下表）で比較するとまず、「①アクセス数」と「②受注件数」は最上位の要素であるが、専門事業者は、「①アクセス数」より「②受注件数」の方を重要度合いが高い経営課題と認識している。この点は、物販ネット事業者とは逆転している。

また、「⑤顧客管理業務」「⑪運営費用の負担」については、専門事業者は物販ネット事業者よりも重要度合いが高いと認識していると考えられる。「⑩顧客からの問合せ・クレーム対応」については、専門事業者も重要度合いの高いと認識しているが、物販ネット事業者の方が専門事業者よりも、より重要度合いが高くなっている。

表６－１　経営課題の平均スコア【専門事業者と物販ネット事業者】

経営課題項目	専門事業者	物販ネット事業者
②御社ショップでの受注件数	３．１８	３．２０
①御社ショップへのアクセス数	２．９１	３．２３
⑩顧客からの問合せ・クレーム対応	２．７７	３．０７
⑤顧客管理業務（注文客・見込み客など）	２．６４	２．７２
⑪運営費用（出店料・広告料など）の負担	２．５９	２．３３
⑬個人情報保護や情報セキュリティの対策	２．５５	２．８２
④効果的な広告・販売促進の施策	２．５０	２．７０
⑧入金確認・決済関係の作業	２．３６	２．７８
⑥商品の在庫管理作業	２．１４	２．００
⑫専門の人材確保（ｼｽﾃﾑ開発、ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝなど）	２．０９	１．７６
⑨返品関係の作業	２．００	２．２５
⑦受注商品の梱包・出荷作業	２．００	２．２３
③類似・競合するショップの存在	１．７３	２．０２
平均値（上記１３項目）	２．４２	２．５５

【平均値との格差】

経営課題項目	専門事業者	物販ネット事業者
②御社ショップでの受注件数	０．７６	０．６５
①御社ショップへのアクセス数	０．４９	０．６８
⑩顧客からの問合せ・クレーム対応	０．３５	０．５２
⑤顧客管理業務（注文客・見込み客など）	０．２２	０．１７
⑪運営費用（出店料・広告料など）の負担	０．１７	－０．２２
⑬個人情報保護や情報セキュリティの対策	０．１３	０．２７
④効果的な広告・販売促進の施策	０．０８	０．１５
⑧入金確認・決済関係の作業	０．０６	０．２３
⑥商品の在庫管理作業	－０．２８	－０．５５
⑫専門の人材確保（ｼｽﾃﾑ開発、ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝなど）	－０．３３	－０．７９
⑨返品関係の作業	－０．４２	－０．３０
⑦受注商品の梱包・出荷作業	－０．４２	－０．３２
③類似・競合するショップの存在	－０．６９	－０．５３

6.2 専門事業者の対応状況

6.2.1 物販ネット事業者への支援・代行業務の状況

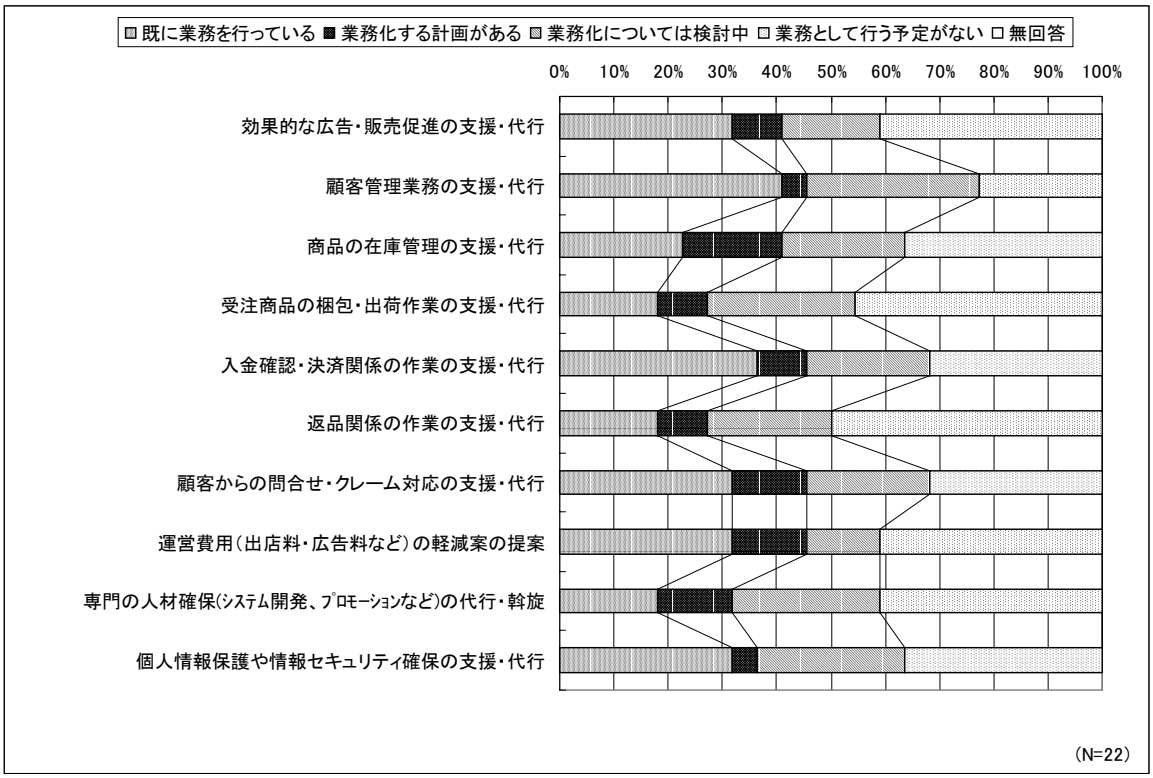
図６－１は、物販ネット事業者の課題解決のために、専門事業者が既に実施あるいは計画している支援代行業務の状況を示したものである。

「顧客管理業務の支援・代行」「入金確認・決済関係作業の支援・代行」「顧客からの問合せ・クレーム対応の支援・代行」が、実施割合や計画・検討中の割合が高い。

これらの支援･代行業務は、物販ネット事業者が重要度合いが高いとする経営課題に対応し

ている。特に、「顧客管理業務」は、専門事業者が物販ネット事業者以上に重要度合いが高いとしていた課題である。

図６－１　物販ネット事業者への支援・代行業務の実態と計画状況(SA)



6.2.2 専門事業者相互間の業務提携状況

図６－２は、物販ネット事業者の業務支援のため、専門事業者が他の専門事業者との間の業務提携している状況を示したものである。

専門事業者は、物販ネット事業者の業務支援のために、他の専門事業者と業務提携を行っている事例が存在する。提携先としては、「クレジット・カード会社」(40.9%)、「運送・配送業者」(31.8%)、「決済代行事業者」(27.3%)、「ショッピングモール運営者」(22.7%)が多い。

6.3 専門事業者側のシステム化

専門事業者は、物販ネット事業者の経営課題の解決に資する支援業務として、「顧客管理業務の支援・代行」「入金確認・決済関係作業の支援・代行」「顧客からの問合せ・クレーム対応の支援・代行」の実施・計画を志向している。それらの支援業務は、物販ネット事業者の取引業務課題のうちの重要度合いの高い課題である。そして、専門事業者は、物販ネット事業者への業務支援のために、他の専門事業者と業務提携している。

物販ネット事業者の経営課題と専門事業者選択要素で述べたように、物販ネット事業者の中

には、専門事業者特にショッピングモールと配送事業者の選択要素として、専門事業者独自の機能を重要視するカテゴリー［ネット専業者や受注件数の多いランク］、物流や決済の代行機能を重要視するカテゴリー［計画者や個人サイドビジネス］が存在した。

専門事業者が他の専門事業者と業務提携することは、自らの経営資源を分散させず専門事業者独自の機能を維持・向上させると同時に、業務提携により他の機能を兼ね備えることにより、物販ネットビジネスに必要な機能の代行を可能とする経営方策と推測される。

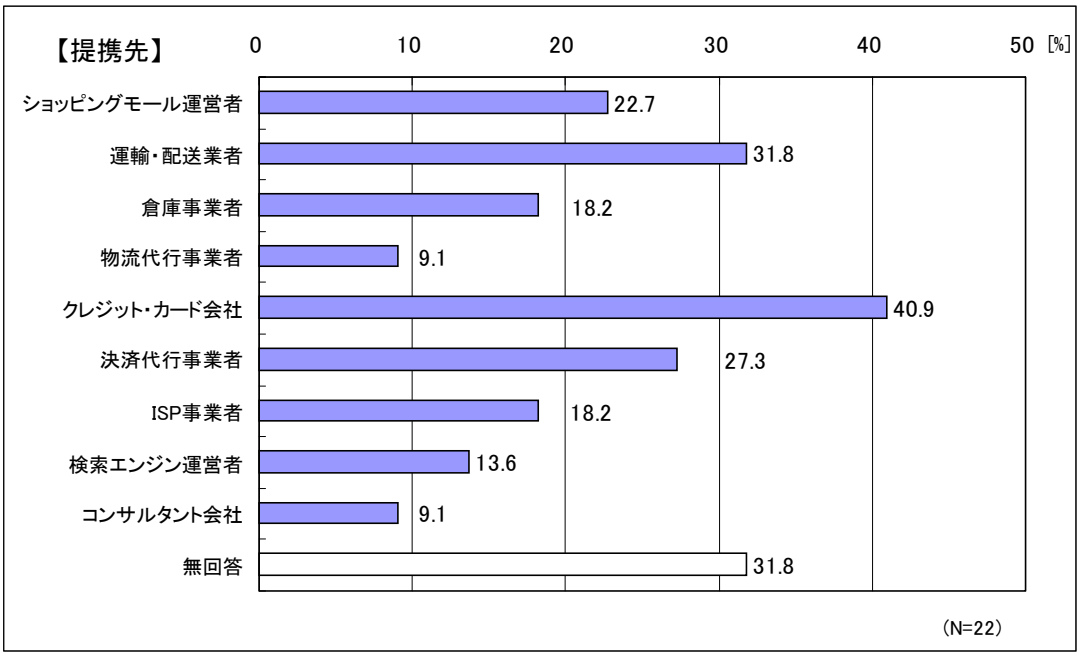



図６－２　専門事業者の業務提携状況(MA)