

## 7 物販ネットビジネスの今後の経営方針と市場環境動向

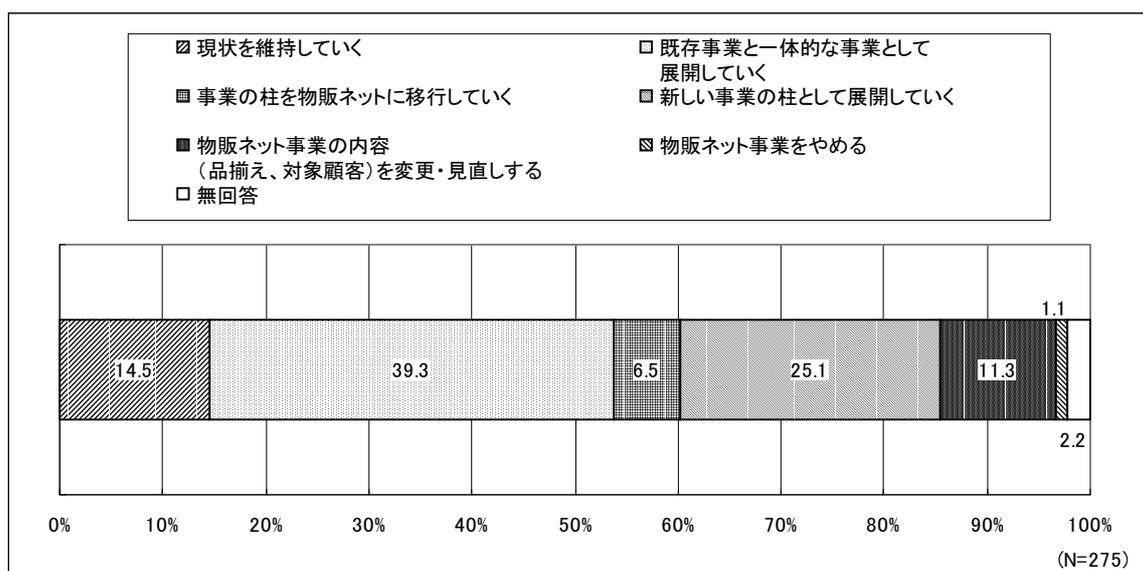
### 7.1 物販ネットビジネスの今後の経営方針

図7-1は、物販ネット事業者の今後の物販ネットビジネスの経営方針の回答割合を示したものである。

「現状を維持して行く」は14.5%であるのに対して、「既存事業と一体的な事業として展開していく」が39.3%、「新しい事業の柱として展開していく」が25.1%と回答割合が高い。「物販ネット事業の内容を変更・見直しする」も11.3%であった。「物販ネット事業をやめる」は1.1%であった。

物販ネットビジネスは新しい形態の事業であり、開始時期(4.2.2参照)で見たように、物販ネット事業を開始してまだ1~2年という事業者が多いことから、現状を維持していくというよりは、既存事業と一体的に展開する、あるいは新しい事業の柱として展開するなど、物販ネットビジネスを発展・改善していこうという経営姿勢と見受けられる。

図7-1 今後の経営方針(SA)



#### 7.1.1 実施形態別の今後の経営方針

図7-2は、実施形態別に今後の経営方針の回答割合を示したものである。

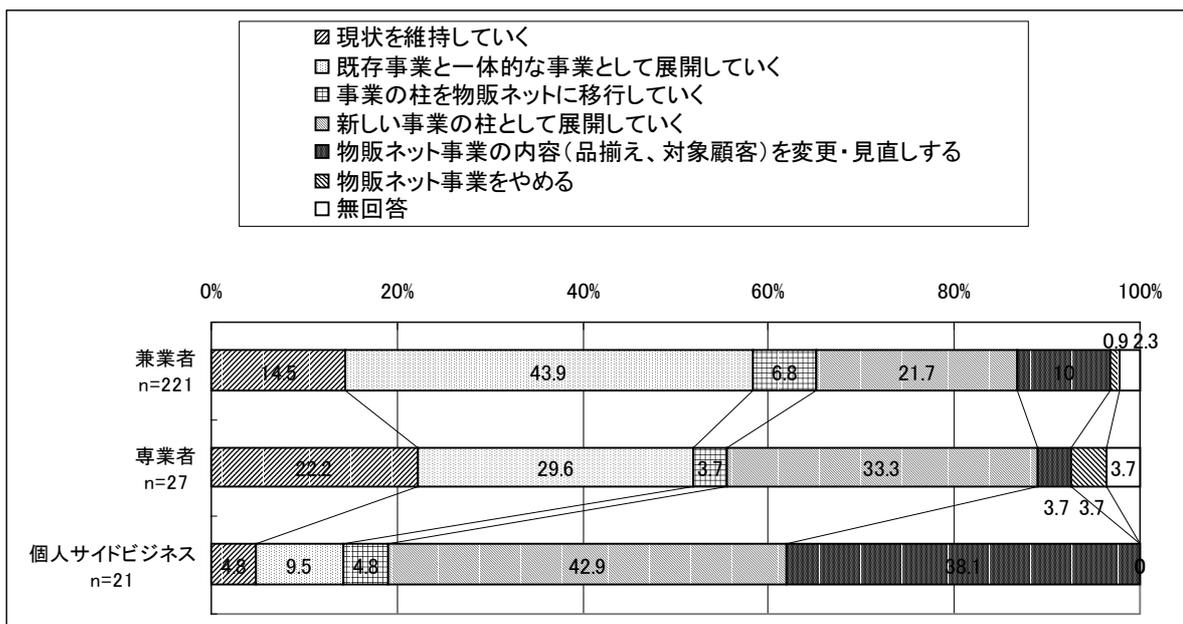
兼業者は、「既存事業と一体的な事業として展開していく」が43.9%と最も高い。兼業者は既存事業と物販ネット事業を兼業する形態であるが、両方の事業を一体的に展開して相乗効果を発揮しようとするものと考えられる。

専業者は、「新しい事業の柱として展開していく」が33.3%となっている。ただし、「既存事業と一体的な事業として展開していく」が29.6%となっているが、これは、物販以外

にインターネットを活用して行っている事業と考えられる。

個人サイドビジネスは、「新しい事業の柱として展開していく」が42.9%、「物販ネット事業の内容を変更・見直しする」が38.1%となっている。個人サイドビジネスは、新しい事業として展開していくグループと、取扱商品や対象顧客など事業内容を変更・見直しするという小回りの利く事業展開を志向しているグループがあるのではないかと考えられる。

図7-2 今後の経営方針(SA)【実施形態別】



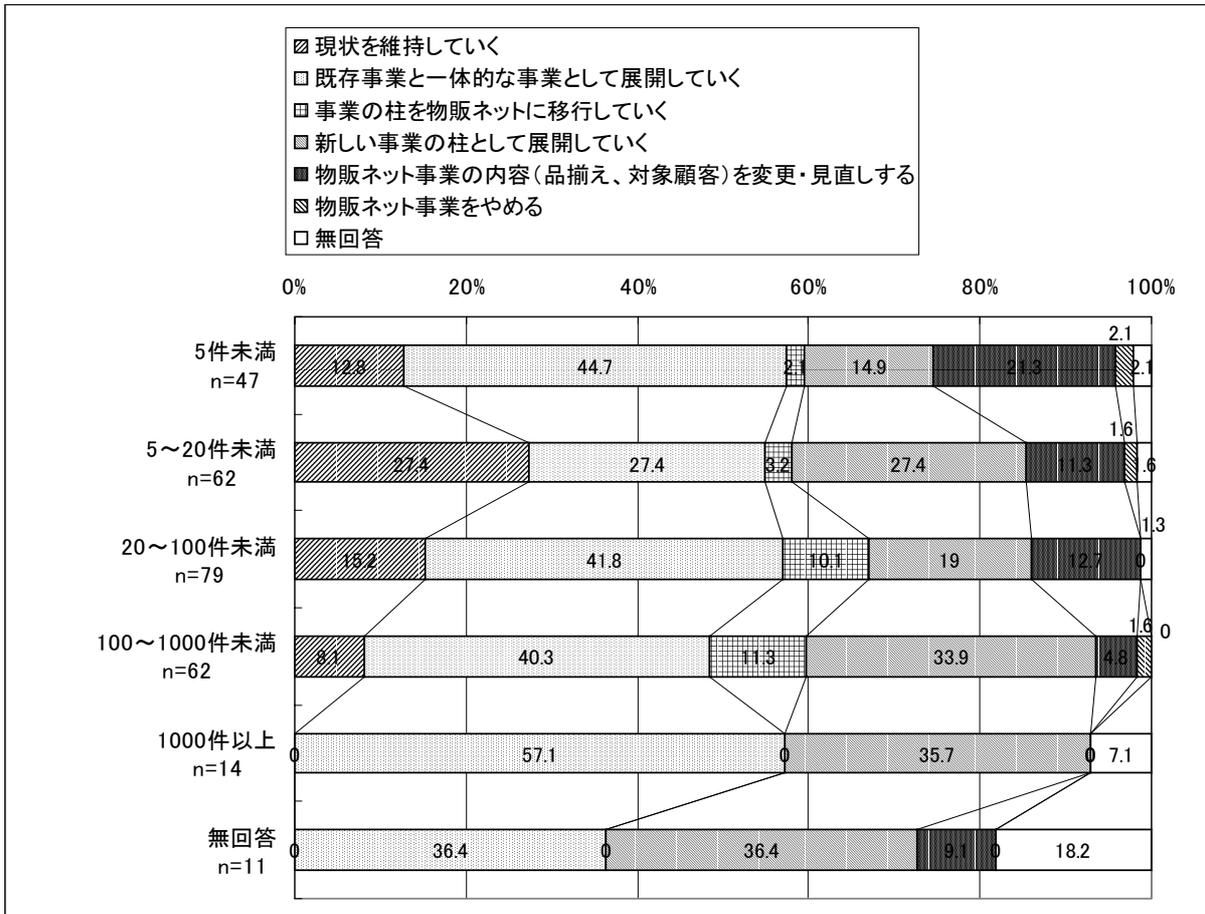
### 7.1.2 受注件数ランク別の今後の経営方針

図7-3は、受注件数ランク別に今後の経営方針の回答割合を示したものである。

「現状を維持していく」が、「5～20件未満」のランクで27.4%と最も高い。それ以外のランクは、まず「既存事業と一体的な事業として展開していく」が4～5割を占め、そして「現状維持」の割合が減少する一方で、受注件数の多いランクでは「新たな事業の柱として展開していく」の割合が高くなり、受注件数の少ないランクでは「物販ネット事業の内容を変更・見直しする」の割合が高くなる傾向がある。

受注件数の少ないランクでは、前述の個人サイドビジネスのように小回りの利く事業展開を志向する事業者も存在すると思われるが、物販ネットビジネスの事業経営について試行錯誤している事業者も存在するものと考えられる。

図7-3 今後の経営方針(SA)【受注件数ランク別】



## 7.2 将来の市場規模・環境動向

物販ネットビジネスの市場規模・環境に関する将来動向（2～3年後）に関する要素として10項目を設け、増加・減少度合いを『5段階評価尺度』で調査した。以下、その調査概要と分析結果を述べる。

### 7.2.1 調査概要と分析方法

#### 7.2.1.1 調査概要

物販ネットビジネスの市場規模と環境動向に関する要素として、表7-1の10項目を設けて、その増加・減少度合いを図7-4の『5段階評価尺度』で調査している。

10項目については、増加・減少度合いを回答してもらうため、金額・数量や事象数に関係する内容としている。

また、市場全体に関する内容であるため、回答者が判断できないことも想定される。そのため、『5段階評価尺度』では、「わからない」という選択肢を設けている。

表7-1 将来の市場規模・環境動向の要素とその説明

| 市場規模や環境の要素                              | 説明  |
|---|---|
| ①物販ネットで購入する消費者数                         | 市場規模要素：物販ネットを利用して商品を購入する消費者数。(対象顧客の母数となる)                   |
| ②物販ネット市場の全体売上高                          | 市場規模要素：物販ネットビジネス市場全体の売上高規模。                                 |
| ③物販ネットビジネスの全体ショップ数                      | 市場規模要素：物販ネットビジネスでの開店ショップ数。                                  |
| ④個人や小規模なネット専門ショップ数                      | 市場規模要素：物販ネット兼業者ではない小規模な専門ショップ数。                             |
| ⑤物流代行や決済代行を利用するショップ数                    | 市場環境要素：各機能の代行サービスを利用するショップ数                                 |
| ⑥顧客が配送事業者を選択できるショップ数                    | 市場環境要素：荷主側（ショップ）でなく荷受側（消費者）が配送事業者を選択できるショップ数                |
| ⑦購買連鎖など相乗効果があるショップ間提携(例：携帯電話機とキャリングケース) | 市場環境要素：個々のショップ単独でなく、相乗効果が見込めるショップ間で提携する度合い。                 |
| ⑧ショッピングモールが出店基準を設けること                   | 市場環境要素：基準を満たしていない場合の出店制約要因（不良・悪質なショップ出店は減少）となる。             |
| ⑨不良・悪質なショップ数                            | 市場環境要素：物販ネットビジネスのイメージダウンとなる不良・悪質なショップ数                      |
| ⑩個人情報漏洩などネット関連事件数                       | 市場環境要素：個人情報保護は社会的課題となっており、個人情報漏洩など物販ネットビジネスのイメージがダウンする事象件数。 |

図7-4 将来市場規模・環境要素に関する回答形式（5段階評価尺度）

|        |                |                  |                |                  |                |                |
|--------|----------------|------------------|----------------|------------------|----------------|----------------|
|        | -2<br>減少<br>する | -1<br>やや減<br>少する | 0<br>かわら<br>ない | +1<br>やや増<br>加する | +2<br>増加す<br>る | ?<br>わから<br>ない |
|        | (○はそれぞれ1つずつ)   |                  |                |                  |                |                |
| (調査項目) | -2             | -1               | 0              | +1               | +2             | ?              |

### 7.2.1.2 分析の方法

5段階評価尺度に図7-5のスコアを付けて、「平均スコア」及び「全体との格差」を比較することにより分析する。（「平均スコア」及び「全体との格差」については、5.2.2を参照。）

物販ネット事業者全体及び各カテゴリー別に計算した平均スコア及び全体との格差は、表7-2のとおりである。

図7-5 将来市場規模・環境要素に関するスコア

|     |                |                  |                |                  |                |                |
|-----|----------------|------------------|----------------|------------------|----------------|----------------|
|     | -2<br>減少<br>する | -1<br>やや減<br>少する | 0<br>かわら<br>ない | +1<br>やや増<br>加する | +2<br>増加す<br>る | ?<br>わから<br>ない |
| スコア | -2             | -1               | 0              | 1                | 2              | -              |

表7-2 将来市場規模・環境要素の平均スコアと全体との格差(カテゴリー別)

【開始状況別】

|          | ①物販ネットで購入する消費者数 | ②物販ネット市場の全体売上高 | ③個人情報漏洩などネット関連事件数 | ④個人や小規模なネット専門ショップ数 | ⑤物流代行や決済代行を利用するショップ数 | ⑥購買履歴など相乗効果があるショップ間連携 | ⑦不良・悪質なネットショップ数 | ⑧ネットショップモールの出店基準を設けること | ⑨顧客が配送業者を選択できるショップ数 | ⑩平均入力の平均値 |      |
|----------|-----------------|----------------|-------------------|--------------------|----------------------|-----------------------|-----------------|------------------------|---------------------|-----------|------|
| 【**全体**】 | 1.75            | 1.68           | 1.55              | 1.53               | 1.52                 | 1.33                  | 1.31            | 1.17                   | 0.99                | 0.95      | 1.38 |
| 【開始状況】   |                 |                |                   |                    |                      |                       |                 |                        |                     |           |      |
| 実施者      | 1.76            | 1.67           | 1.51              | 1.48               | 1.47                 | 1.28                  | 1.29            | 1.10                   | 0.99                | 0.91      | 1.35 |
| 計画者      | 1.71            | 1.68           | 1.89              | 1.89               | 1.89                 | 1.75                  | 1.48            | 1.75                   | 0.95                | 1.26      | 1.63 |
| 無回答      | -               | -              | -                 | -                  | -                    | -                     | -               | -                      | -                   | -         | -    |

【全体との格差】

|     |       |      |       |       |       |       |       |       |       |       |
|-----|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 実施者 | 0.00  | 0.00 | -0.04 | -0.04 | -0.04 | -0.05 | -0.02 | -0.07 | 0.00  | -0.03 |
| 計画者 | -0.04 | 0.00 | 0.34  | 0.37  | 0.38  | 0.42  | 0.17  | 0.58  | -0.03 | 0.31  |
| 無回答 | -     | -    | -     | -     | -     | -     | -     | -     | -     | -     |

【実施形態別】

|           | ①物販ネットで購入する消費者数 | ②物販ネット市場の全体売上高 | ③個人情報漏洩などネット関連事件数 | ④個人や小規模なネット専門ショップ数 | ⑤物流代行や決済代行を利用するショップ数 | ⑥購買履歴など相乗効果があるショップ間連携 | ⑦不良・悪質なネットショップ数 | ⑧ネットショップモールの出店基準を設けること | ⑨顧客が配送業者を選択できるショップ数 | ⑩平均入力の平均値 |      |
|-----------|-----------------|----------------|-------------------|--------------------|----------------------|-----------------------|-----------------|------------------------|---------------------|-----------|------|
| 【**全体**】  | 1.75            | 1.68           | 1.55              | 1.53               | 1.52                 | 1.33                  | 1.31            | 1.17                   | 0.99                | 0.95      | 1.38 |
| 【実施形態】    |                 |                |                   |                    |                      |                       |                 |                        |                     |           |      |
| 兼業者       | 1.76            | 1.67           | 1.52              | 1.44               | 1.48                 | 1.26                  | 1.31            | 1.08                   | 1.00                | 0.91      | 1.34 |
| ネット専門業者   | 1.63            | 1.59           | 1.67              | 1.89               | 1.69                 | 1.58                  | 1.08            | 1.44                   | 1.12                | 0.83      | 1.45 |
| 個人サイドビジネス | 1.81            | 1.86           | 1.81              | 1.95               | 1.70                 | 1.65                  | 1.53            | 1.52                   | 0.63                | 1.41      | 1.59 |
| 無回答       | 1.67            | 1.50           | 1.50              | 1.67               | 1.60                 | 1.67                  | 1.40            | 1.67                   | 1.33                | 1.20      | 1.52 |

【全体との格差】

|           |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 兼業者       | 0.01  | 0.00  | -0.04 | -0.09 | -0.04 | -0.07 | 0.00  | -0.08 | 0.01  | -0.03 |
| ネット専門業者   | -0.12 | -0.08 | 0.11  | 0.36  | 0.18  | 0.24  | -0.22 | 0.27  | 0.13  | -0.11 |
| 個人サイドビジネス | 0.06  | 0.18  | 0.26  | 0.43  | 0.18  | 0.32  | 0.22  | 0.36  | -0.36 | 0.46  |
| 無回答       | -0.09 | -0.18 | -0.05 | 0.14  | 0.08  | 0.33  | 0.09  | 0.50  | 0.35  | 0.25  |

【受注件数ランク別】

|             | ①物販ネットで購入する消費者数 | ②物販ネット市場の全体売上高 | ③個人情報漏洩などネット関連事件数 | ④個人や小規模なネット専門ショップ数 | ⑤物流代行や決済代行を利用するショップ数 | ⑥購買履歴など相乗効果があるショップ間連携 | ⑦不良・悪質なネットショップ数 | ⑧ネットショップモールの出店基準を設けること | ⑨顧客が配送業者を選択できるショップ数 | ⑩平均入力の平均値 |      |
|-------------|-----------------|----------------|-------------------|--------------------|----------------------|-----------------------|-----------------|------------------------|---------------------|-----------|------|
| 【**全体**】    | 1.75            | 1.68           | 1.55              | 1.53               | 1.52                 | 1.33                  | 1.31            | 1.17                   | 0.99                | 0.95      | 1.38 |
| 【受注件数/月】    |                 |                |                   |                    |                      |                       |                 |                        |                     |           |      |
| 5件未満        | 1.60            | 1.49           | 1.57              | 1.39               | 1.48                 | 1.22                  | 1.39            | 1.05                   | 0.87                | 1.00      | 1.31 |
| 5~20件未満     | 1.71            | 1.55           | 1.66              | 1.52               | 1.53                 | 1.40                  | 1.18            | 1.33                   | 0.76                | 0.85      | 1.35 |
| 20~100件未満   | 1.79            | 1.77           | 1.45              | 1.43               | 1.52                 | 1.34                  | 1.30            | 1.14                   | 1.14                | 0.98      | 1.39 |
| 100~1000件未満 | 1.85            | 1.82           | 1.54              | 1.65               | 1.46                 | 1.32                  | 1.35            | 1.03                   | 1.09                | 1.02      | 1.41 |
| 1000件以上     | 1.93            | 1.93           | 1.43              | 1.64               | 1.71                 | 1.00                  | 1.36            | 1.08                   | 1.15                | 0.55      | 1.38 |
| 無回答         | 1.50            | 1.30           | 2.00              | 2.00               | 1.70                 | 1.90                  | 1.25            | 2.00                   | 0.75                | 1.11      | 1.55 |

【全体との格差】

|             |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 5件未満        | -0.15 | -0.19 | 0.01  | -0.13 | -0.04 | -0.11 | 0.08  | -0.12 | -0.12 | 0.05  |
| 5~20件未満     | -0.04 | -0.13 | 0.10  | 0.00  | 0.01  | 0.07  | -0.13 | 0.16  | -0.22 | -0.10 |
| 20~100件未満   | 0.04  | 0.09  | -0.11 | -0.10 | 0.00  | 0.01  | 0.00  | -0.03 | 0.15  | 0.04  |
| 100~1000件未満 | 0.10  | 0.15  | -0.01 | 0.12  | -0.06 | -0.02 | 0.04  | -0.13 | 0.10  | 0.07  |
| 1000件以上     | 0.18  | 0.25  | -0.12 | 0.12  | 0.20  | -0.33 | 0.06  | -0.09 | 0.17  | -0.40 |
| 無回答         | -0.25 | -0.38 | 0.45  | 0.47  | 0.18  | 0.57  | -0.06 | 0.83  | -0.24 | 0.16  |

## 7.2.2 市場規模・環境要素の将来動向

物販ネットビジネスの市場規模・環境要素の将来動向について、全体平均スコアでの上位項目、カテゴリ別の平均スコアでの上位項目及び『全体との格差』が大きい項目を示したのが表7-3である。以下では、物販ネット事業者全体と各カテゴリ別にその特徴を述べる。

### 7.2.2.1 物販ネット事業者全体の特徴

全体平均スコアでは、その平均値を上回る上位項目は、「①物販ネットで購入する消費者数」「②物販ネット市場の全体売上高」「⑩個人情報漏洩などネット関連事件数」「③物販ネットビジネスの全体ショップ数」「⑤物流代行や決済代行を利用するショップ数」の5項目である。これらの項目が増加度合いの強い要素と考えられる。

希望的観測も含まれると考えられるが、市場規模（購入消費者数、売上高、ショップ数）については増加度合いが強いと予想しており、物流代行や決済代行を利用するショップが増加する度合いが強いと予想している。一方では、ネット関連事件数など市場環境に好ましくない要素の増加度合いも強いと予想している。

### 7.2.2.2 計画者の特徴

計画者の平均スコアで特徴があるのは、「⑩個人情報漏洩などネット関連事件数」「⑨不良・悪質なショップ数」など物販ネットビジネス市場のイメージダウンとなる環境要素を増加度合いの強い要素と予想している。また、「③物販ネットビジネスの全体ショップ数」「④個人や小規模なネット専門ショップ数」などショップ数の規模に関する要素も増加度合いの強い要素と予想している。一方、全体では最上位であった「①物販ネットで購入する消費者数」「②物販ネット市場の全体売上高」は相対的に順位が低くなっている。

これから物販ネット事業を開始する計画者にとって望ましくない市場環境要素をより強く意識したのではないかと考えられる。また、ショップ数の規模も、いわば類似・競合ショップという競争環境の激化という望ましくない要素として強く意識しているように考えられる。

### 7.2.2.3 個人サイドビジネスの特徴

個人サイドビジネスの平均スコアの特徴は、「③物販ネットビジネスの全体ショップ数」が全体との格差も大きく、増加度合いの強い要素と予想し、「個人や小規模なネット専門ショップ数」も上位項目で全体との格差が比較的大きい。この点はネット専門者と類似している。

また、「⑥顧客が配送事業者を選択できるショップ数」が上位項目ではないが、全体との格差が大きい要素となっている。

個人サイドビジネスは、経営課題として「類似・競合ショップの存在」を重要視していたが、個人・小規模なネット専門ショップを含め全体ショップ数の増加度合いが強いとの予想に基づき、類似・競合ショップとの競争関係が経営課題として重要視しているものと考えられる。一

方では、そのような競争環境の中で、顧客側が配送事業者を選択できるという自由度があり小回りの利くショップが増加予想あるいは自ら志向しているとも考えられる。

#### 7.2.2.4 ネット事業者の特徴

ネット事業者の平均スコアで特徴があるのは、「③物販ネットビジネスの全体ショップ数」が全体との格差も大きく、増加度合いの強い要素と予想している。また、「個人や小規模なネット専門ショップ数」も上位項目で全体との格差が比較的大きい。一方、平均スコア自体は低くないが、「①物販ネットで購入する消費者数」「②物販ネット市場の全体売上高」が全体との格差がマイナスとなっている。

ネット事業者にとって物販ネット事業は中核の事業であるが、そのネット事業者は、物販ネット市場は、小規模なネット専門ショップ数も含め全体のショップ数は増加するが、購入者数や売上高という市場全体規模に関する要素は、増加と予想するものの、その度合いは全体よりは控えめに予想しているものと考えられる。

#### 7.2.2.5 受注件数ランク別の特徴

受注件数ランク別の傾向的な特徴としては、「①物販ネットで購入する消費者数」「②物販ネット市場の全体売上高」が、受注件数の少ないランクから多いランクになるにつれて平均スコアが大きくなる。また、「③物販ネットビジネスの全体ショップ数」も受注件数が多いランクほど平均スコアは高くなる一方で、「④個人や小規模なネット専門ショップ数」の平均スコアは低くなる。

受注件数が多いランクほど、購入消費者数や全体売上高というような市場規模に関する要素の増加度合いが強いと予測している。また、全体ショップ数の増加度合いは強いものの、小規模なネット専門ショップ数の増加度合いは強くないと予想している。このことは、全体ショップ数の増加は、中堅・大手で兼業形態のショップの増加によるものと予想しているのではないかと考えられる。

表7-3 将来市場規模や環境要素の上位項目と『全体との格差』が大きい項目

【全体】

| 将来市場規模・環境要素          | 全体平均スコア |
|----------------------|---------|
| ①物販ネットで購入する消費者数      | 1.75    |
| ②物販ネット市場の全体売上高       | 1.68    |
| ⑩個人情報漏洩などネット関連事件数    | 1.55    |
| ③物販ネットビジネスの全体ショップ数   | 1.53    |
| ⑤物流代行や決済代行を利用するショップ数 | 1.52    |

【計画者】

| 将来市場規模・環境要素          | 平均スコア | 全体との格差 |
|----------------------|-------|--------|
| ⑩個人情報漏洩などネット関連事件数    | 1.89  | 0.34   |
| ③物販ネットビジネスの全体ショップ数   | 1.89  | 0.37   |
| ⑤物流代行や決済代行を利用するショップ数 | 1.89  | 0.38   |
| ⑨不良・悪質なショップ数         | 1.75  | 0.58   |
| ④個人や小規模なネット専門ショップ数   | 1.75  | 0.42   |
| ①物販ネットで購入する消費者数      | 1.71  | -0.04  |
| ②物販ネット市場の全体売上高       | 1.68  | 0.00   |

【個人サイドビジネス】

| 将来市場規模・環境要素          | 平均スコア | 全体との格差 |
|----------------------|-------|--------|
| ③物販ネットビジネスの全体ショップ数   | 1.95  | 0.43   |
| ②物販ネット市場の全体売上高       | 1.86  | 0.18   |
| ①物販ネットで購入する消費者数      | 1.81  | 0.06   |
| ⑩個人情報漏洩などネット関連事件数    | 1.81  | 0.26   |
| ⑤物流代行や決済代行を利用するショップ数 | 1.70  | 0.18   |
| ④個人や小規模なネット専門ショップ数   | 1.65  | 0.32   |
| ⑨不良・悪質なショップ数         | 1.52  | 0.36   |
| ⑥顧客が配送事業者を選択できるショップ数 | 1.41  | 0.46   |

【ネット事業者】

| 将来市場規模・環境要素          | 平均スコア | 全体との格差 |
|----------------------|-------|--------|
| ③物販ネットビジネスの全体ショップ数   | 1.89  | 0.36   |
| ⑤物流代行や決済代行を利用するショップ数 | 1.69  | 0.18   |
| ⑩個人情報漏洩などネット関連事件数    | 1.67  | 0.11   |
| ①物販ネットで購入する消費者数      | 1.63  | -0.12  |
| ②物販ネット市場の全体売上高       | 1.59  | -0.08  |
| ④個人や小規模なネット専門ショップ数   | 1.58  | 0.24   |

【受注件数ランク別】

| 将来市場規模・環境要素        | 参考：平均スコアの差     |                   |       |
|--------------------|----------------|-------------------|-------|
|                    | ①「5件未満」<br>の場合 | ②「1000件<br>以上」の場合 | ②-①   |
| ②物販ネット市場の全体売上高     | 1.49           | 1.93              | 0.44  |
| ①物販ネットで購入する消費者数    | 1.60           | 1.93              | 0.33  |
| ③物販ネットビジネスの全体ショップ数 | 1.39           | 1.64              | 0.25  |
| ④個人や小規模なネット専門ショップ数 | 1.22           | 1.00              | -0.22 |