４　物販ネット事業者の現状（アンケート調査結果より）

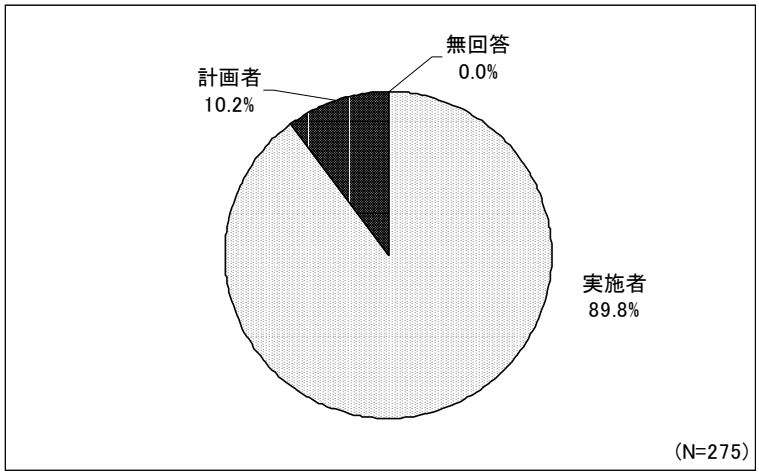
物販ネット事業者を対象としたアンケート調査結果に基づき、物販ネット事業者の現状を分析する。カテゴリー別で特徴的な違いがある場合、併せてその特徴を記述することとしている。

4.1 カテゴリー別の状況

4.1.1 開始状況別

開始状況別の状況は、実施者８９．８％、計画者１０．２％となっている（図４－１参照）。

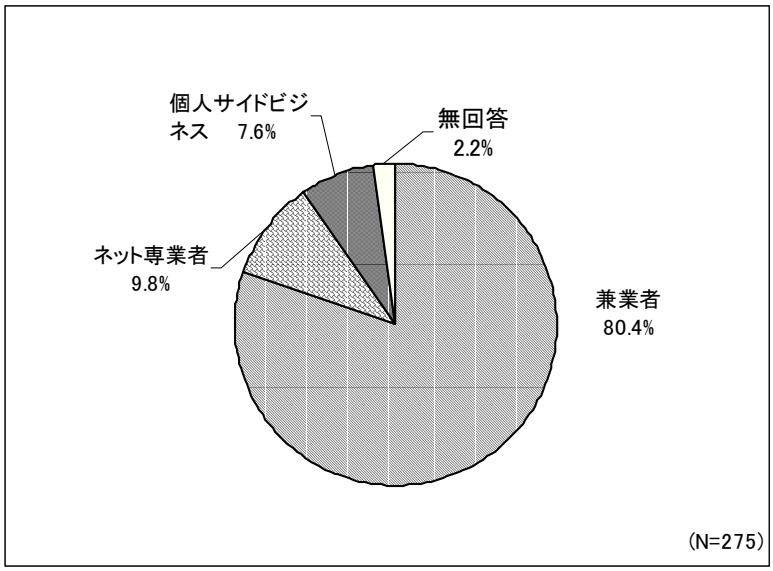
図４－１　開始状況別の構成



4.1.2 実施形態別

実施形態別の状況は、兼業者８０．４％、専業者９．８％、個人サイドビジネス７．６％となっている（図４－２参照）。

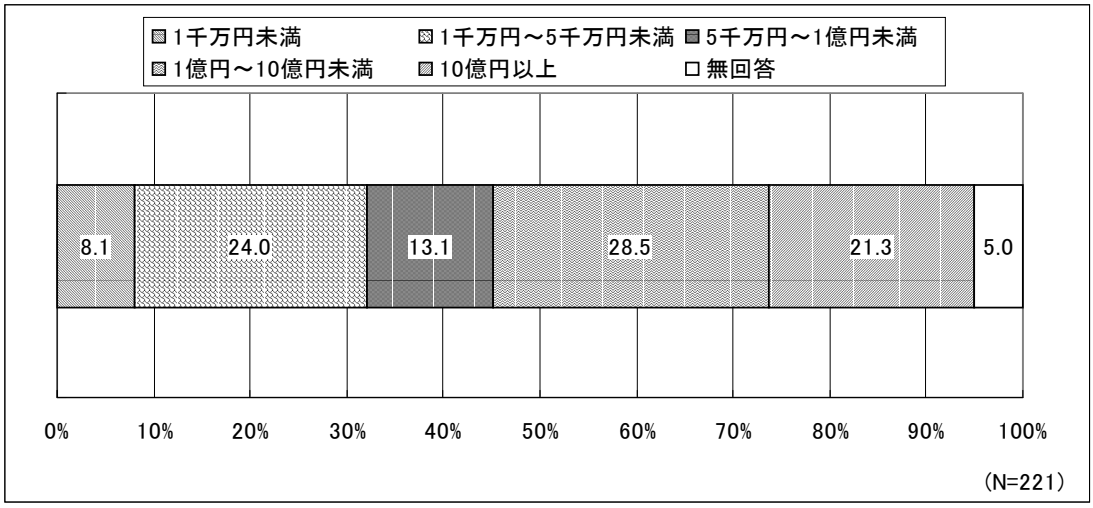
図４－２　実施形態別の構成



4.1.2.1 兼業者の売上規模と主な業種

兼業者は、既存事業と物販ネットビジネスを兼業する者である。兼業者の売上規模（昨年度実績、年商ベース）をランク別に示したのが、図４－３である。

図４－３　兼業者の売上規模の状況(SA)

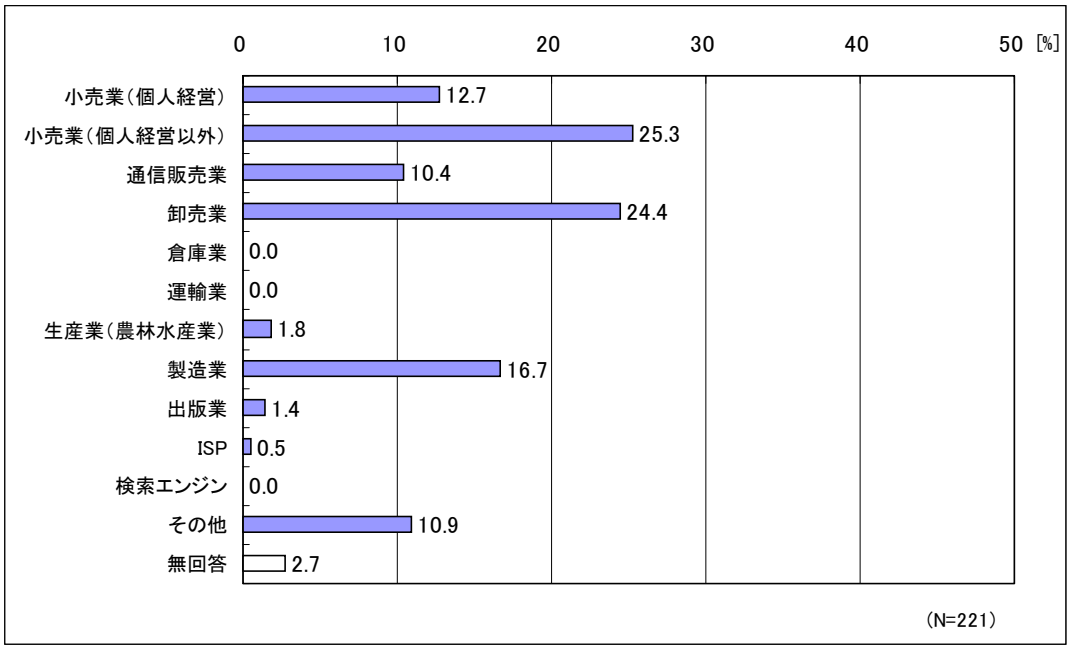


4.1.2.2 兼業者における既存事業の主な業種

兼業者の既存事業の主な業種は、図４－４のとおりである。

個人経営以外の小売業が２５．３％と最も多く、卸売業が２４．４％、製造業が１６．７％、個人経営の小売業が１２．７％、通信販売業が１０．４％となっている。

図４－４　兼業者における既存事業の主な業種(MA)

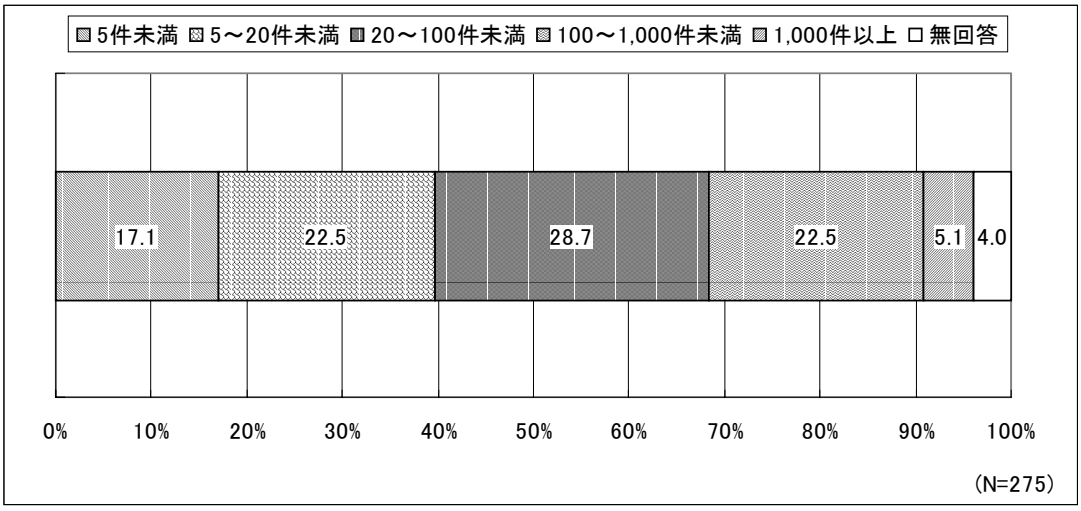


4.1.3 受注件数ランク別

１か月当たりの受注件数をランク別に示したのが図４－５である。「２０～１００件未満」のランクが２８．７％で最も多い。

「５件未満」が１７．１％、「５～２０件未満」が２２．５％である。仮に１か月の営業日数を２０日とすると、１日に受注が１件以下という物販ネット事業者が約４割を占めることになる。一方、受注件数の多い方では、「１００～１０００件未満」が２２．５％、「１０００件以上」が５．１％となっている。

図４－５　１か月当たりの受注件数ランク別の状況



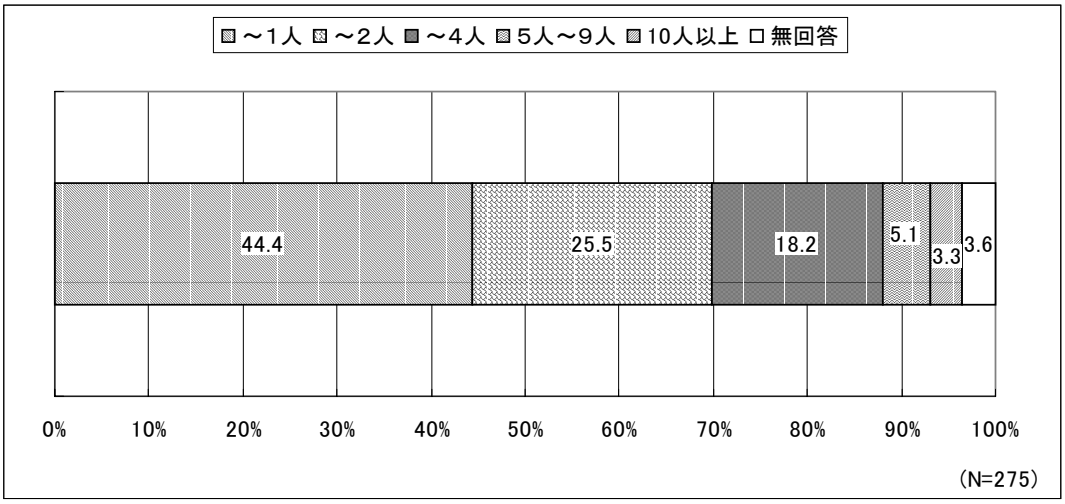
4.2 物販ネット事業者の事業概況

4.2.1 従業員とアルバイト数

アンケート調査では、物販ネットビジネスに関わっている「従業員数」と「アルバイト数」をそれぞれ調査している。従業員数とアルバイト数の和（いずれか「無回答」の場合は「ゼロ」という扱いになる）をランク別に集計したのが、図４－６である。

「従業員＋アルバイト」の人数が２人までの割合が約７割（６９．９％）を占める。物販ネットビジネスに関わっている従業員等が少人数の事業者が多いことが分かる。

図４－６　物販ネットビジネスに関わっている「従業員数＋アルバイト数」の状況(SA)

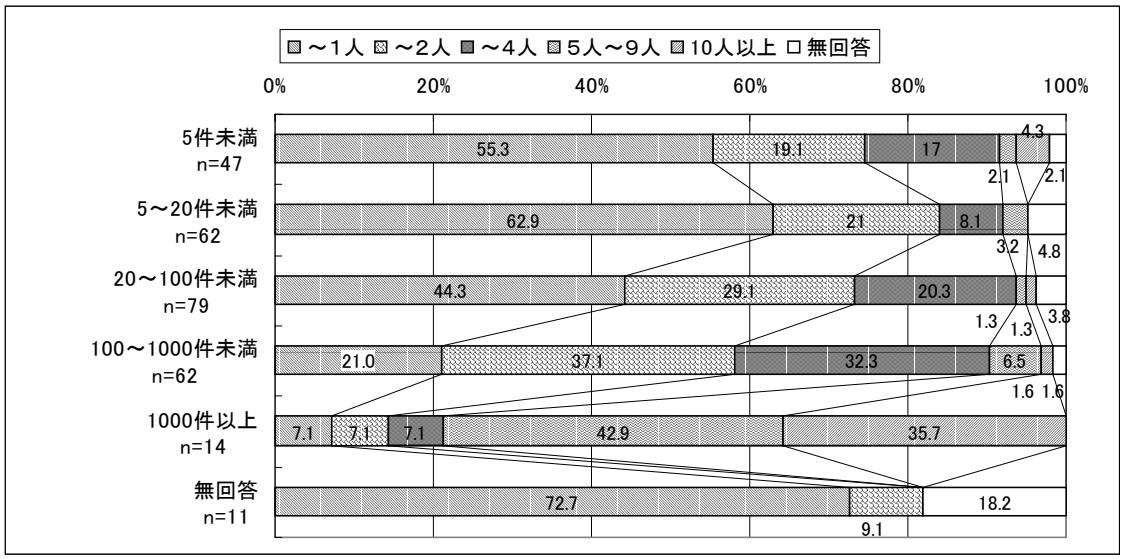


4.2.1.1 受注件数ランク別の従業員数とアルバイト数

「従業員数＋アルバイト数」を受注件数ランク別に示したのが、図４－７である。

受注件数が多いランクほど、「従業員数＋アルバイト数」が多い割合が高くなる傾向がある。受注件数に従って業務量も多くなるため、従業員等の数も多くなる傾向が見受けられる。

図４－７　「従業員数＋アルバイト数」ランク別の状況【受注件数ランク別】

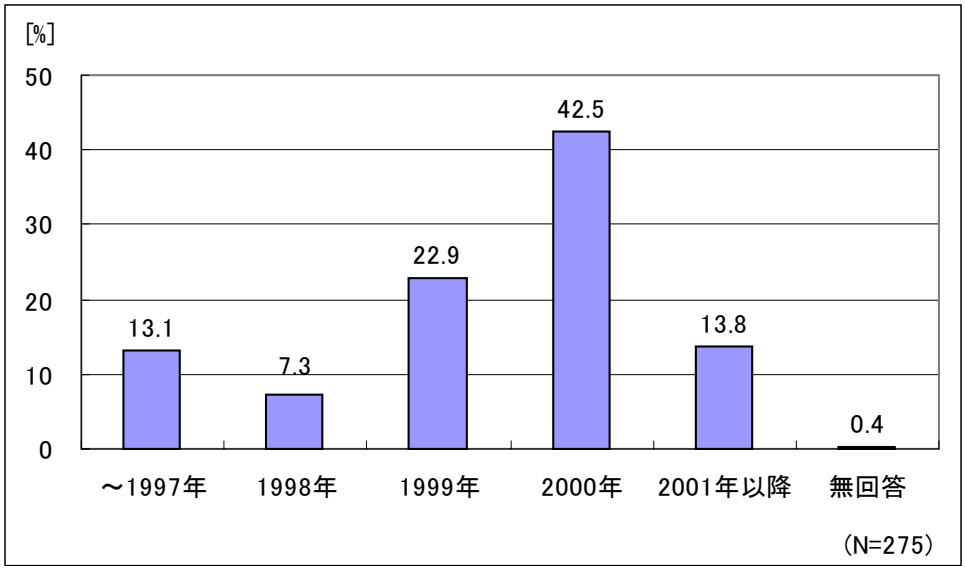


4.2.2 物販ネットビジネスの開始時期

物販ネットビジネスを始めた時期を暦年別に示したのが図４－８である。

「１９９７年以前」に開始している割合が１３．１％である。「１９９８年」が７．３％、「１９９９年」が２２．９％、「２０００年」が最も多く４２．５％となっている。また、「２００１年以降」（これには、調査時点までに開始した実施者と、今後開始する計画者の両方が含まれる）が１３．８％となっている。最近１～２年に開始した物販ネット事業者の割合が高い。

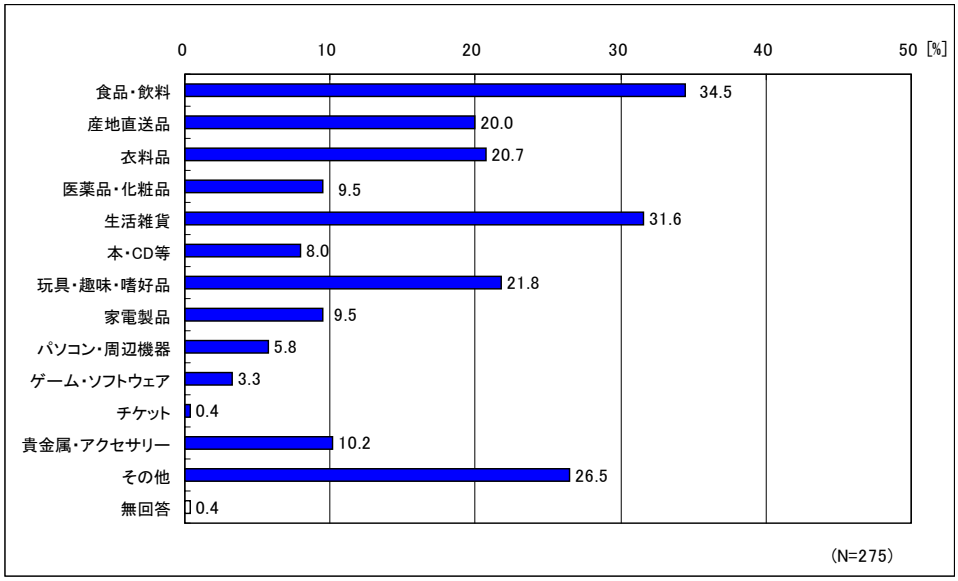
図４－８　物販ネットビジネスの開始時期(SA)



4.2.3 取扱商品種類

物販ネットビジネスで取り扱っている商品種類（複数回答可）を示したのが図４－９である。

図４－９　取扱商品種類(MA)



回答割合の多い商品種類は、「食品・飲料」（３４．５％)、「生活雑貨」（３１．６％)、「玩具・趣味・嗜好品」（２１．８％)、「衣料品」（２０．７％)、「産地直送品」（２０．０％）である。一方、「パソコン・周辺機器」(5.3%)や「本・ＣＤ等」(8.0%)を取り扱っている事業者の割合は低い。

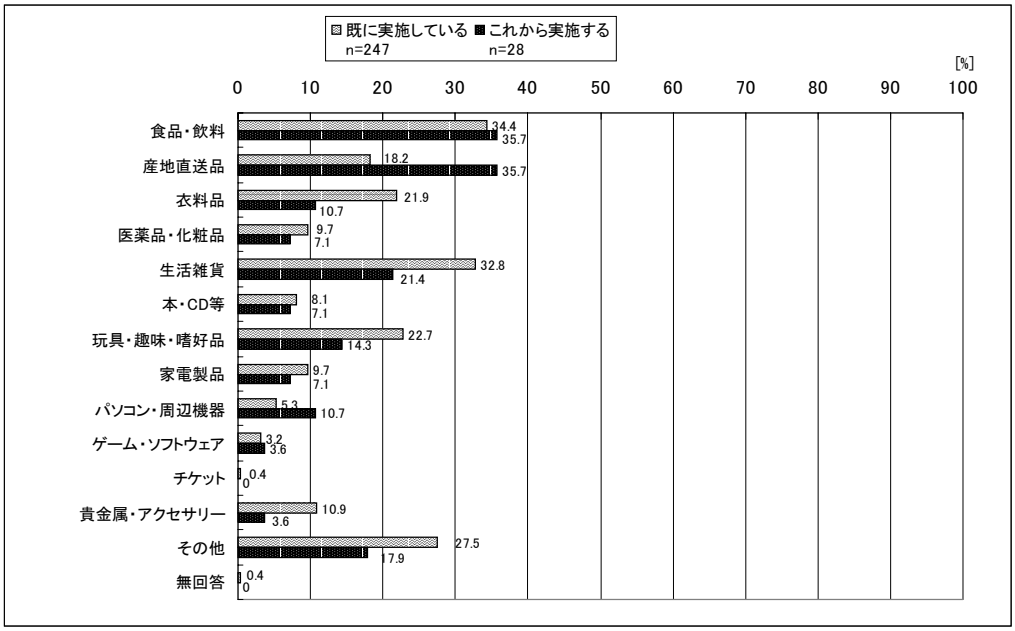
また、「その他」が２６．５％と多い。回答者の意識としては、調査票の選択肢のような包括的な商品種類というより、それよりは限られた商品種類あるいは特殊な商品（いわゆる「レア物」）を扱っているという意識があるように思われる。

4.2.3.1 開始状況別の取扱商品種類

図４－１０は、開始状況別の取扱商品種類を示したものである。

特徴点としては、これから実施する計画者が「産地直送品」(35.7%)の割合が高い。

図４－１０　取扱商品種類(MA)【開始状況別】



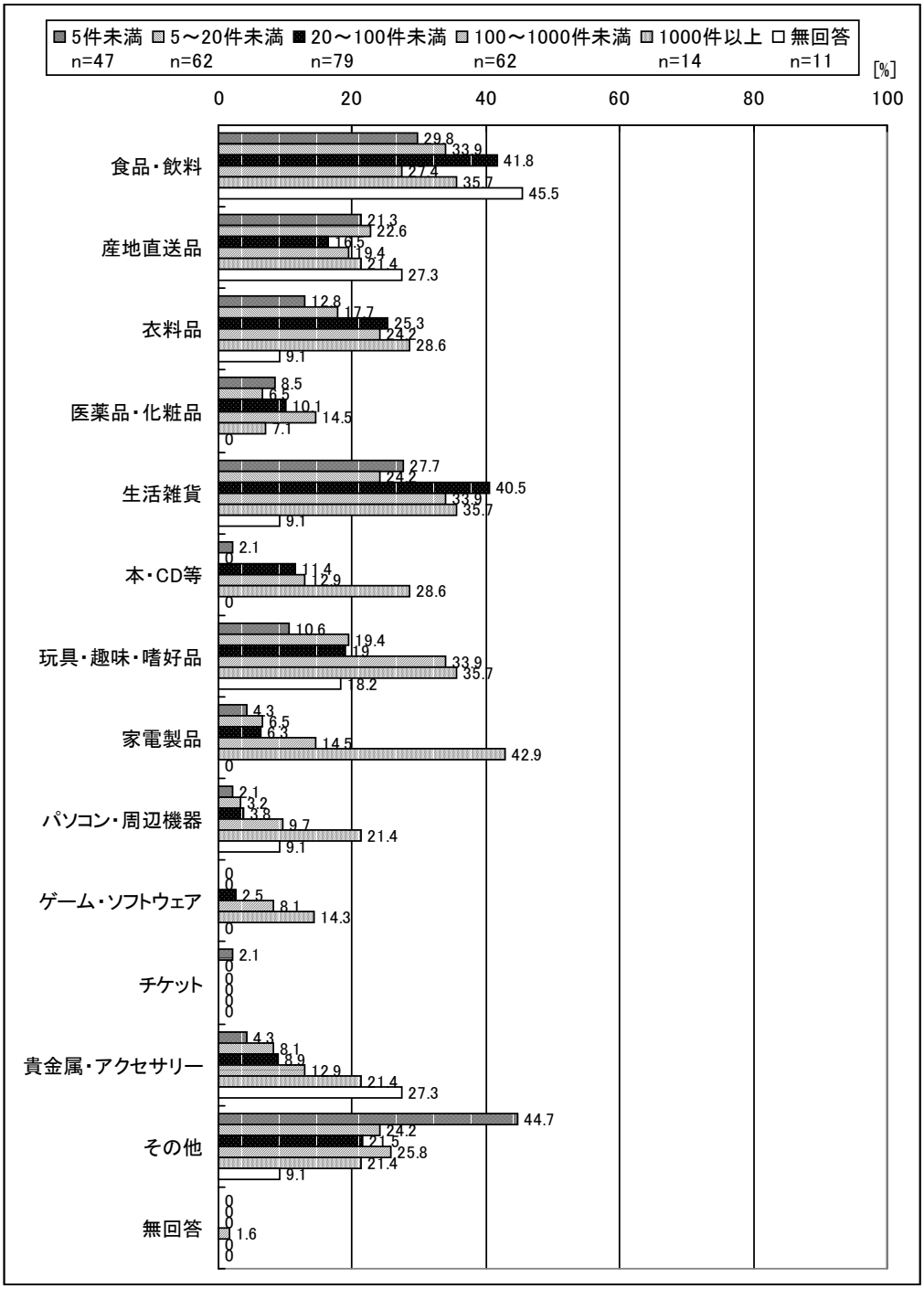
4.2.3.2 受注件数ランク別の取扱商品種類

図４－１１は、受注件数ランク別の取扱商品種類の状況を示したものである。

「食料品」「産地直送品」「生活雑貨」では、受注件数ランク別での違いは少ない。「衣料品」「本・ＣＤ等」「玩具･趣味・嗜好品」「家電製品」「パソコン・周辺機器」「貴金属・アクセサリー」は、受注件数が多いランクの割合が高くなる傾向がある。取扱商品種類は複数回答可であるから、受注件数の多いランクは、それらの商品種類の組み合わせで取り扱っているものと考えられる。

一方、「その他」は、受注件数の少ないランクの割合が高くなる傾向がある。

図４－１１　取扱商品種類(MA)【受注件数ランク別】

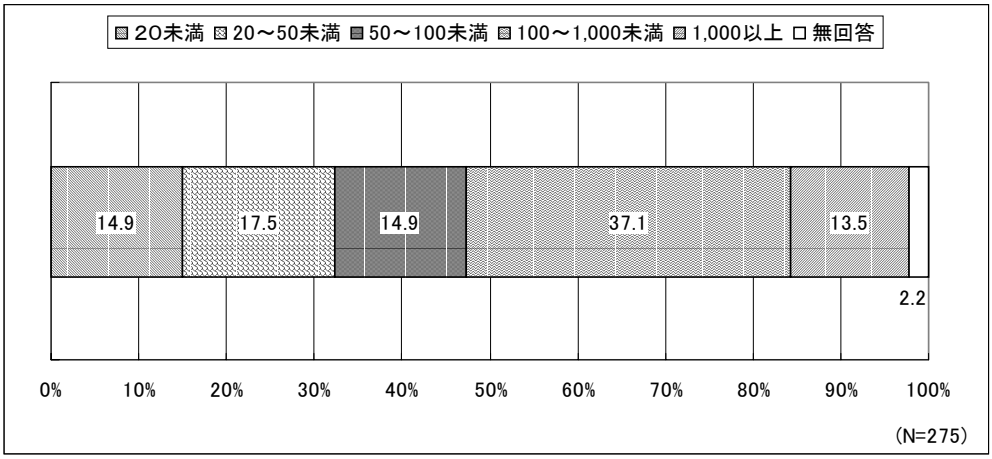


4.2.4 注文可能なアイテム数

図４－１２は、インターネットで注文可能なアイテム数（サイズ違い・色違いも別数）をランク別に示したものである。

１００アイテム未満の３つのランクで５割弱(47.3%)となる。「１００～１０００アイテム」が３７．１%、「１０００以上」が１３．５%である。

図４－１２　注文可能なアイテム数(SA)

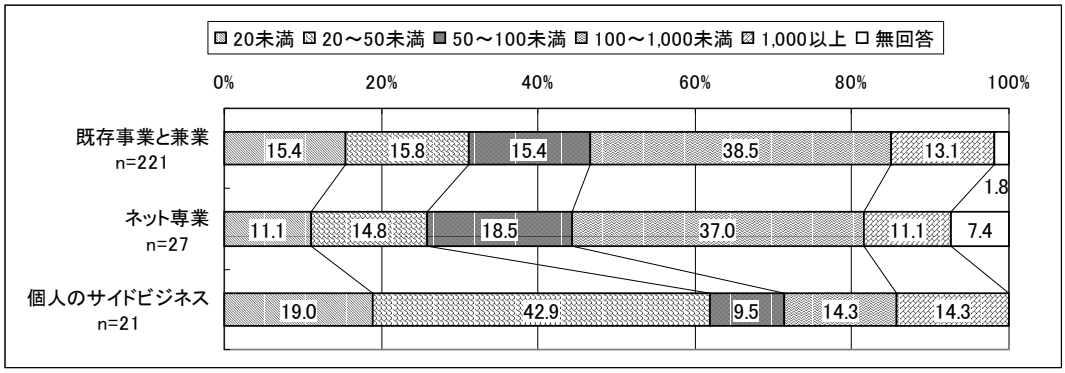


4.2.4.1 実施形態別の注文可能アイテム数

図４－１３は、実施形態別に注文可能なアイテム数を示したものである。

特徴点としては、個人サイドビジネスでは、「２０件未満」「２０～５０件未満」の２ランクで約６割(61.9%)を占める。個人サイドビジネスは、注文可能なアイテム数が少ないショップ数が多い。

図４－１３　注文可能アイテム数(SA)【実施形態別】

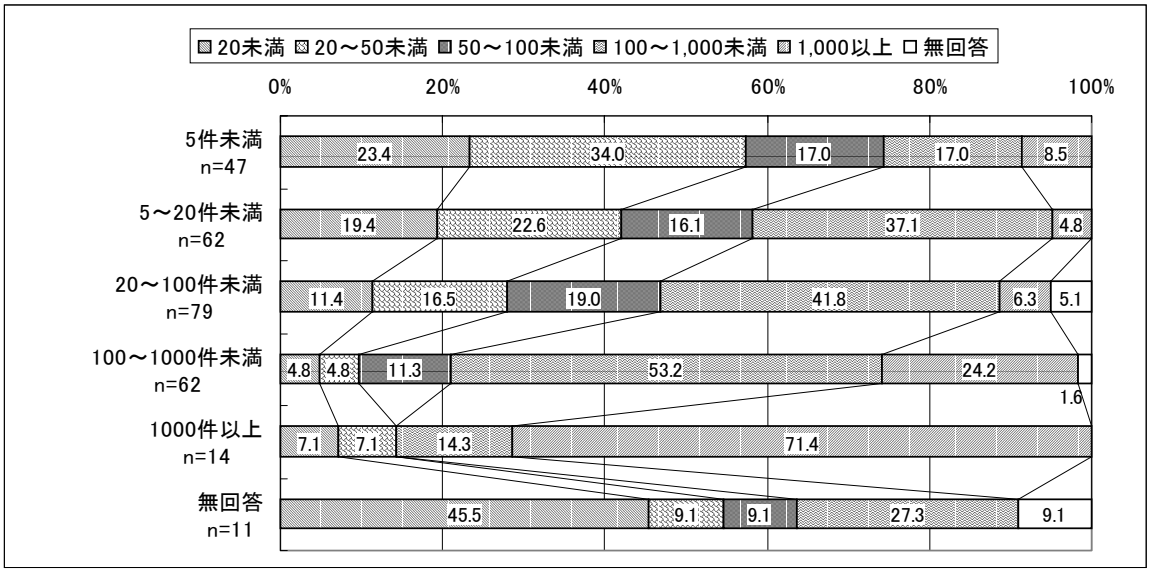


4.2.4.2 受注件数ランク別の注文可能アイテム数

図４－１４は、受注件数ランク別に注文可能アイテム数を示したものである。

特徴点は、受注件数が多いランクになるに従って、注文可能アイテム数が多いという傾向が見受けられる。

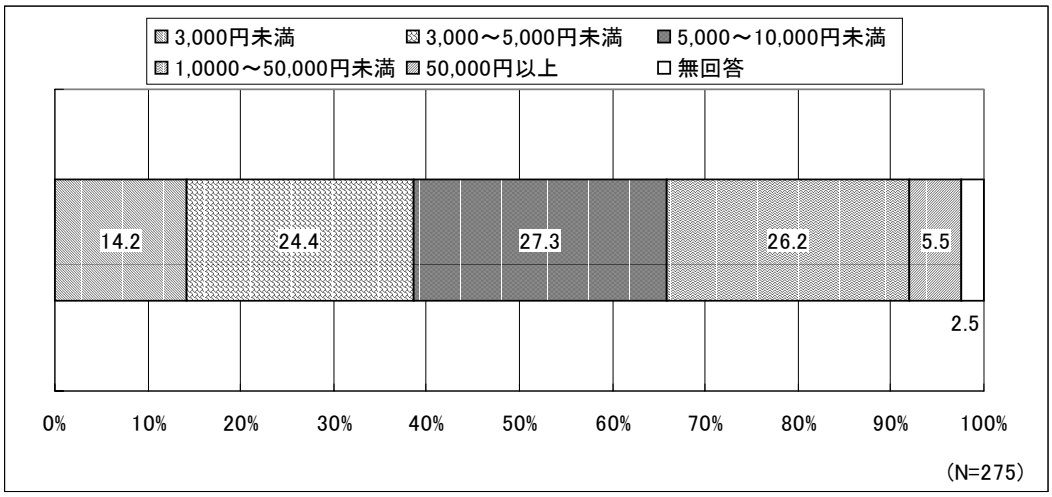
図４－１４　注文可能アイテム数【受注件数ランク別】



4.2.5　１件当たりの平均受注額

図４－１５は、インターネットでの受注１件当たりの平均受注額をランク別に示したものである。

図４－１５　１件当たりの平均受注額(SA)

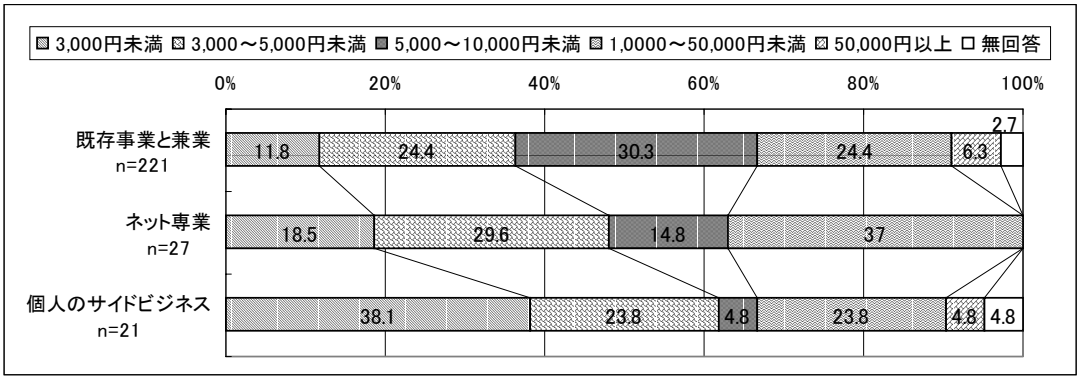


4.2.5.1 実施形態別の平均受注額

図４－１６は、実施形態別に平均受注額を示したものである。

特徴点としては、個人サイドビジネスは、「３，０００円未満」が３８．１％と高く、兼業者や専業者に比べて平均受注額が小額のショップが多いと考えられる。

図４－１６　１件当たりの平均受注額(SA)【実施形態別】

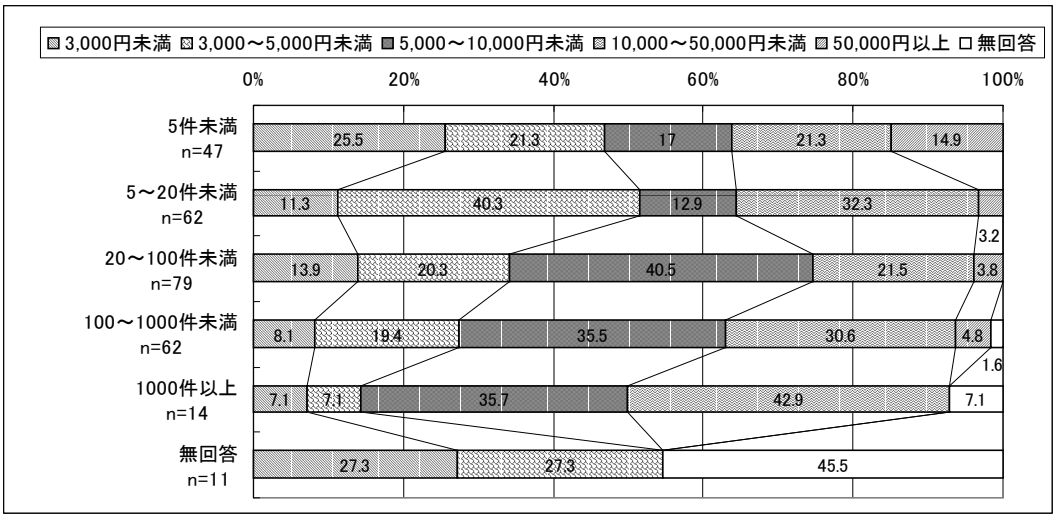


4.2.5.2 受注件数ランク別の平均受注額

図４－１７は、受注件数ランク別に平均受注額を示したものである。

特徴点は、受注件数が多いランクになるに従って、「５，０００～１０，０００円未満」「１０，０００～５０，０００円未満」という平均受注額が高いランクの割合が増加する傾向が見受けられる。

図４－１７　１件当たりの平均受注額(SA)【受注件数ランク別】

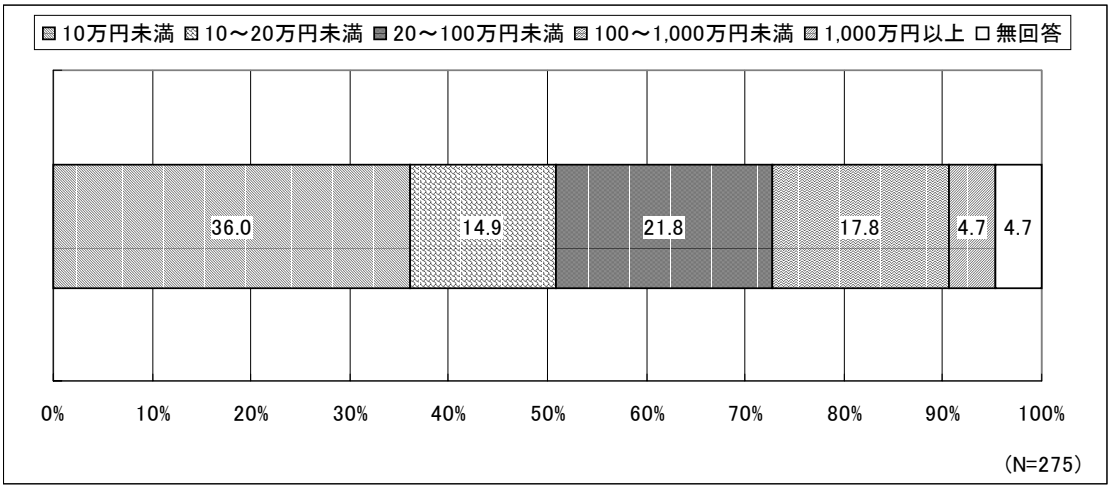


4.2.5.3 １か月当たりの受注金額

図４－１８は、各回答ごとに、「１ヶ月当たりの受注件数」と「１件当たりの平均受注額」を掛け合わせた金額（いわば、物販ネットビジネスの「月商」に近似する額になる）をランク別に集計したものである。

「１０万円未満」(36.0%)と「１０～２０万円未満」(14.9%)で約半数を占め、現時点では受注金額が少ない事業者が多いと考えられる。一方では、「２０～１００万円未満」が２１．８％、「１００～１０００万円未満」が１７．８％、「１０００万円以上」は４．７％であった。

図４－１８　「１か月当たりの受注件数」×「１件当たりの平均受注額」のランク別

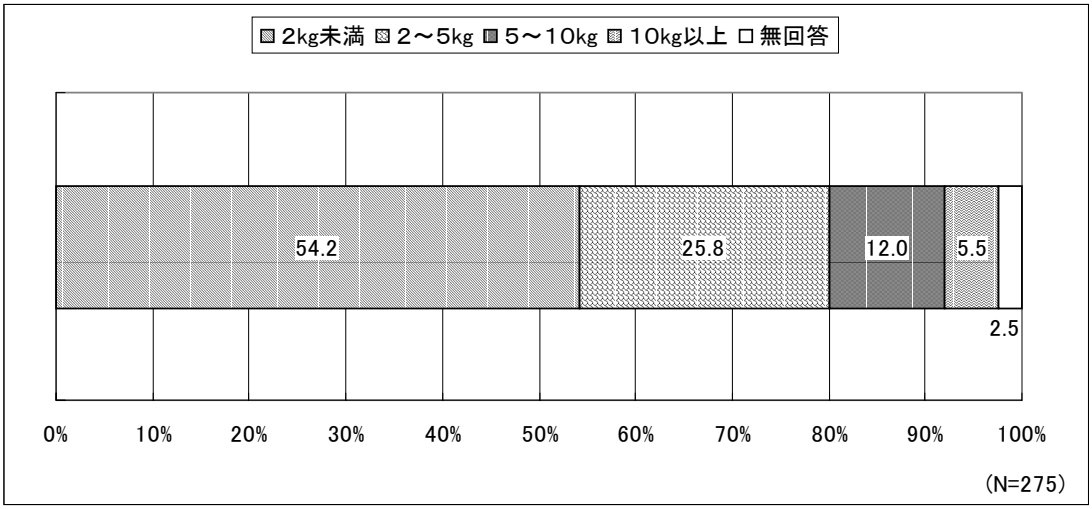


4.2.6 発送荷物の平均重量

図４－１９は、顧客に発送する荷物１個当たりの平均重量を示したものである。

荷物１個当たりの平均重量は、「２kg 未満」が５４．２％と半数以上を占める。以下、「２～５kg」が２５．８％、「５～１０kg」が１２．０％、「１０kg以上」が５．５％となっている。物販ネットビジネスでは、比較的軽量な荷物を発送する事業者が多いといえよう。

図４－１９　荷物１個当たりの平均重量(SA)

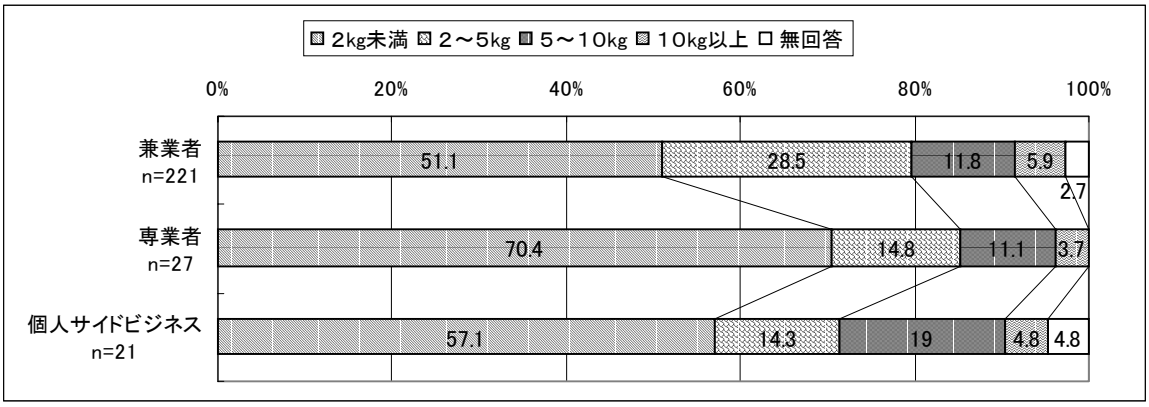


4.2.6.1 実施形態別の荷物平均重量

図４－２０は、実施形態別に荷物の平均重量を示したものである。

特徴点としては、専業者では「２kg 未満」が７０．４％と高い。個人サイドビジネスは全体と比較しても、それほど大差はなく、軽量な荷物を発送する事業者が多いとはいえない。

図４－２０　荷物の１個当たりの平均重量(SA)【実施形態別】



4.2.6.2 受注件数ランク別の荷物平均重量

図４－２１は、受注件数ランク別に荷物平均重量の回答割合を示したものである。

大きな特徴は見受けられないが、受注件数が多いランクでは、荷物の平均重量が重い割合が若干高くなる傾向があるように見受けられる。

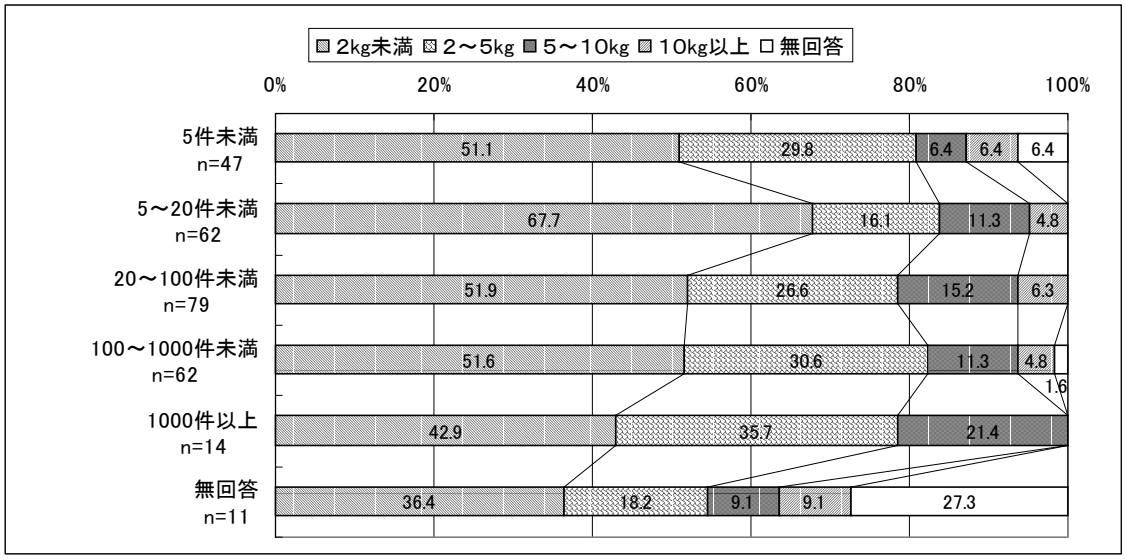



図４－２１　荷物１個当たりの平均重量(SA)【受注件数ランク別】