５　物販ネットビジネスの経営課題と専門事業者選択要素

物販ネットビジネスにおける経営課題と、物販ネット事業者が専門事業者を選択する場合の要素について、それら経営課題や選択要素の重要度合いを『５段階評価尺度』で調査した。

以下では、因子分析及び平均スコアにより分析した結果について述べる。

5.1 分析対象事項と調査項目・内容

5.1.1 分析対象事項*

分析の対象事項は、①物販ネットビジネスにおける経営課題、また物販ネット事業者が専門事業者を選択する場合の要素として、②ショッピングモール選択要素、③配送事業者選択要素、④決済手段選択要素の４項目である。

5.1.2 調査項目の概要

分析対象事項に関する調査項目の概要を説明する。各調査項目及びその説明は表５－１のとおりである。

5.1.2.1 物販ネットビジネスの経営課題

物販ネット事業者の経営課題の重要度合いを調査するものである。物販ネットビジネスの各機能を代表する課題となる項目、運営費用負担や情報ｾｷｭﾘﾃｨなどに関する課題項目として１３項目を設けた。

5.1.2.2 ショッピングモール選択要素

物販ネット事業者がショッピングモールを選択する場合の選択要素に関する重要度合いを調査するものである。ショッピングモールにおける出店・集客状況、出店費用や出店手続、代行機能や支援機能に関する要素として１１項目設けた。

なお、回答はショッピングモールへの出店者及び出店計画者に限っている。そのため、回答者数は１７９である。

5.1.2.3 配送事業者選択要素

物販ネット事業者が配送事業者を選択する場合の選択要素の重要度合いを調査するものである。注文顧客の受取りの利便性も考慮し、配送料金、集荷から配達及び事故対応の仕組みやサービス水準、情報システムや代行機能に関する項目として１５項目を設けた。

なお、回答は物販ネット事業者が自ら配送事業者を選択している場合に限っているため、回

---

* 前述 3.2.2.2 調査内容の物販ネットビジネスの経営課題及び専門事業者選択要素を参照。

答数は２３７である。

5.1.2.4 決済手段選択要素

物販ネット事業者が決済手段を選択する場合の選択要素の重要度合いを調査するものである。注文顧客の代金支払いの利便性も考慮し、決済手数料、社会への普及状況、現金化日数や決済関係事務の省力化に関する要素として８項目を設けた。

なお、決済手段には、郵便振替・銀行振込・代金引換のような「アナログ決済」と、ネット上で決済できるクレジットカード・デビットカード・プリペードカードのような「電子決済」があるので、それらに共通する内容とするように配慮した。

5.1.3 回答方法（５段階評価尺度）

各調査項目について、図５－１の『５段階評価尺度』で重要度合いを調査している。

図５－１　「重要度合い」に関する５段階評価尺度の回答形式

	1 **重要でない**	2 **やや重要である**	3 **重要である**	4 **かなり重要である**	5 **非常に重要である**
	（○はそれぞれ１つずつ）				
・・・・・・	1	2	3	4	5

表５－１　経営課題と専門事業者選択要素の調査項目と説明

【経営課題項目と説明】

経営課題項目	説　　明
①御社ショップへのアクセス数	来店の状況、受注・販売に結びつくか否かの観点。期待数より少なければ重要の度合いが高まる。
②御社ショップでの受注件数	受注・販売状況の観点。期待数・採算ﾗｲﾝより少なければ重要度合いは高まる。
③類似・競合するショップの存在	市場環境・競争環境の観点。類似・競合ショップの影響が大きければ重要度合いは高まる。
④効果的な広告・販売促進の施策	販売促進施策の費用対効果の観点。効果が低ければ重要度合いは高まる。
⑤顧客管理業務（注文客・見込み客など）	顧客情報管理の作業面と販売促進の基礎資料の観点。顧客情報管理の負担が多ければ重要度合いは高まる。
⑥商品の在庫管理作業	在庫管理の作業面の観点。アイテム数が多い、店舗とネットの統一管理など負担が多ければ重要度合いは高まる。
⑦受注商品の梱包・出荷作業	商品のピッキング・梱包・出荷の作業負担の観点。 出荷作業負担が多ければ重要度合いは高まる。
⑧入金確認・決済関係の作業	代金の入金確認・支払い督促など作業負担の観点。入金確認の作業負担が多ければ重要度合いは高まる。
⑨返品関係の作業	返品に伴う作業負担（再送、代金相殺）の観点。 返品が多く作業負担が多ければ重要度合いは高まる。
⑩顧客からの問合せ・クレーム対応	作業負担の観点。販売に直結する観点にもなる。 商品や手続に関する問合せ・クレーム対応の作業負担が多ければ重要度合いは高まる。
⑪運営費用（出店料・広告料など）の負担	費用対効果の観点。出店料はショップの出店・維持という事業運営基盤との観点にもなる。 運営費用負担が多ければ重要度合いは高まる。
⑫専門の人材確保(ｼｽﾃﾑ開発、ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝなど)	事業経営基盤の観点。専門人材の不足し確保が難しい場合は、重要度合いは高まる。
⑬個人情報保護や情報セキュリティの対策	市場環境の観点。対策の実施度合いが低ければ、重要度合いは高まる。

【ショッピングモール選択要素と説明】

選択要素	説　　明
①アクセス数が多いこと	ショッピングモールの集客能力で、出店者にとっては自己ショップへの来店者の基礎となる。
②出店数が多いこと	ショッピングモールの規模で、知名度ともなる。
③類似・競合ショップが少ないこと	出店先のモール内の競合環境で、自己のショップの来客・受注が阻害されない要因となる。
④ショップの出店基準を設けていること	モール環境要因で、基準を満たしていないショップを排除（不良・悪質なショップ出店は減少）する基準となる。
⑤出店手続きが容易なこと	出店手続の負担で、モール出店に伴う手続の事務負担が軽減され、容易な出店が可能となる。
⑥出店諸経費が安いこと	出店・維持の費用負担で、出店の初期投資や維持運営費の費用負担が軽減される。
⑦経営指導・セミナーをしてくれること	経営を支援するものであり、付加価値的サービスを享受できる。
⑧物流代行機能があること	出店以外の機能で、出店と併せて物流機能の代行サービスも利用できる。
⑨決済代行機能があること	出店以外の機能で、出店と併せて決済機能の代行サービスも利用できる。
⑩共同販促事業をやってくれること	個々単独ではなく、モール総体としての販売促進支援事業があり、モール独特の事業である。
⑪営業・利用勧奨されたこと	モール運営者からの営業活動・利用勧奨の効果を示す。

【配送事業者選択要素と説明】

選択要素	説　　明
①随時集荷・多頻度集荷を行うこと	荷主（ショップ）側の都合に応じて、集荷時間・回数が多頻度である。一般に大口荷主において実施される。
②定時集荷（毎日１回）を行うこと	荷主側の都合に応じて、集荷時間が定時である。一般に出荷作業工程が定型化できる。
③宛名ラベル作成ソフトなどを提供してくれること	宛名ラベル作成の作業省力化となる。ただし、配送事業者は特定される。
④宛名ラベルを作成（宛名書き）してくれること	宛名ラベル作成の作業負担が無くなる。ただし、代行手数料が必要になるものと考えられる。
⑤システムに接続して集荷指示できること	荷主と配送事業者のシステム接続で集荷（場所、時間、荷物数等のデータ）指示ができる。 一般にシステム投資やシステム間の相互接続性を要する反面、作業の省力化になる。
⑥配送以外に物流・決済機能も有していること	配送の利用と併せて物流機能や決済機能の代行サービスも利用できる。
⑦配送料金や手数料（代引手数料など）が安いこと	料金・手数料の負担軽減となる。トータル金額（商品代金＋各種料金）を安くできる。
⑧配達時間帯指定の区分が細かいこと	仕組みとして配達時間帯の区分が細分化していること。顧客側も指定できる選択肢が増える。
⑨指定された時間帯に確実に配達すること	実態として指定された時間帯に配達される確実性で、顧客は指定した時間帯に受け取れる。
⑩留置きサービスがあること（顧客が、特定の場所（宅配営業所や郵便局など）に留置いて受け取れるサービス）	顧客は配送事業者の施設に取りに行く手間がある反面、受け取れる時間の選択幅が広まる（一般に施設営業時間は配達時間より長い）。
⑪配達日数が安定していること（本州は翌日配達など）	配達日数がコンスタントで安定していること。配達できる期日が予測・確定できる。
⑫事故（誤配・遅配や破損）に迅速に対応すること	事故によるショップのイメージダウン、固定客離れの最小化。事故のクレーム対応の作業省力化にもなる。
⑬荷物追跡のチェックポイント数が多いこと（例えば、３地点より５地点チェック）	仕組みとして荷物の所在情報が細分化されていること。所在照会した場合、より配送状況に応じた情報が得られる。
⑭運送事業者のサイトに自社広告ロゴを置けること	運送事業者が物販ネットビジネスに協力的で、荷主とては広告・販売促進施策として活用できる。
⑮顧客から要望が多い配送事業者であること	顧客側に都合がよいなどの理由で、指名・要望される頻度が多いこと。配送事業者のサービス品質の指標ともなる。

【決済手段選択要素と説明】

選択要素	説　　明
①世間一般に普及していること	物販ネットの決済手段に限らず、各種の決済手段として消費者に普及し利用されている。
②ネット決済で利用件数が増えていること	ネットビジネスの分野で決済手段として利用件数が増えている。
③顧客の都合でいつでも利用可能なこと	利用時間の制約が少なく、顧客が都合の良い時にいつでも利用できる。
④顧客からの要望が多いこと	顧客側に都合がよいなどの理由で、指名・要望される頻度が多いこと。決済手段別の利用傾向の指標ともなる。
⑤現金化までの日数が短いこと	ショップ側の運転資金の資金繰りの自由度が増加する。
⑥手数料が安いこと	手数料の負担が軽減される。トータル金額（商品代金＋各種料金）を安くできる。
⑦（御社側の）決済関係事務を省力化できること	売上計上や入金確認などショップ側の作業負担が軽減される。
⑧代金を確実に回収できること	販売代金の取り漏れがない決済手段であること。

5.2 分析の方法

5.2.1 カテゴリー別の分析

前述（1.4）のとおり、物販ネット事業者の属性による特徴を分析するため、表５－２の観点からカテゴリー別の特徴を分析する。（カテゴリー別の状況は 4.1 参照）

表５－２　カテゴリーの区別と観点

カテゴリー	観　　点
開始状況別（実施者／計画者）	既に物販ネット事業を行っている実施者と、これから事業開始予定の計画者で、経営課題や専門事業者の選択要素の重要度合いの特性を把握・比較する。
実施形態別（兼業者／ネット専業者／個人サイドビジネス）	既存事業（物販ネット事業以外に行っている事業）の有無など実施形態による経営課題や専門事業者の選択要素の重要度合いの特性を把握・比較する。
受注件数ランク別 （１か月当たりの受注件数による５つのランク）	受注件数は当該物販ネット事業者の事業規模や業務量・作業量と関係し、それによる経営課題や専門事業者の選択要素の重要度合いの特性を把握・比較する。

5.2.2 平均スコアによる分析

各項目の重要度合いの程度を比較しやすくするため、図５－２のように５段階評価尺度にスコアを付け、図５－３の方法で物販ネット事業者全体及び各カテゴリー別にスコアの平均値（以下「平均スコア」という）を算出した（表５－３－①～④参照）。回答者全体の平均スコアを「全体平均スコア」と呼ぶこととする。

分析の方法としては、①平均スコアによる比較、②「全体平均スコア」と各カテゴリーの平均スコアとの格差（以下「全体との格差」という。）による比較、という２つの方法により分析する。

図５－２　スコア：「重要度合い」に関する５段階評価尺度の場合

	1 重要でない	2 やや重要である	3 重要である	4 かなり重要である	5 非常に重要である
スコア	0	1	2	3	4

図５－３　平均スコアの算出方法

$$\text{平均スコア} = \frac{\Sigma\,(\text{スコア}) \times (\text{評価段階の回答者数})}{(\text{回答者総数}) - (\text{無回答者数等}^{(注)})}$$

(注) 7.2 将来市場規模・環境要素での「平均スコア」の算出では、無回答者数と「わからない」の回答者数の和としている。

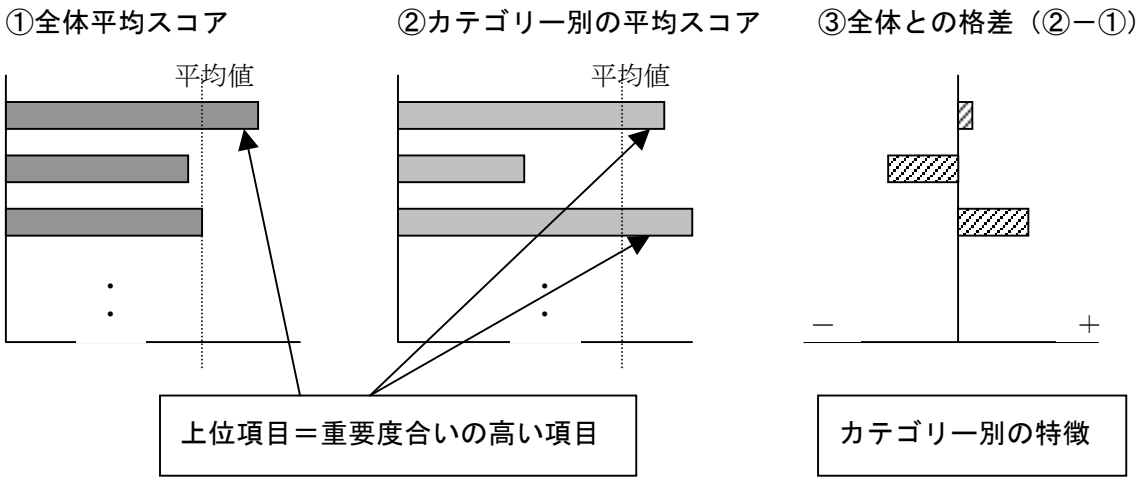
5.2.2.1 平均スコアと『上位項目』による分析

まず、①平均スコアによる比較では、複数の課題や選択要素の相互間における重要度合いの強弱を比較できる。つまり、平均スコアが大きければ、全体あるいはカテゴリーにおいて、その項目が重要度合いが高いといえる。重要度合いの高いものとしては、分析対象事項ごとに、全体及びカテゴリー別に平均スコアの平均値を算出（表５－３－①～④参照）し、それを上回る項目を『上位項目』として、重要度合いの高い項目と考えた。（図５－４参照）

5.2.2.2 『全体との格差』による分析

②全体との格差による比較は、全体平均スコアをサンプルの基準と考え、各カテゴリー別における全体との格差を比較するものである。全体との格差が大きい項目は、そのカテゴリーの特徴と考えられる。（図５－４参照）

図５－４　平均スコアと『上位項目』及び『全体との格差』の事例



5.2.3 多変量解析による分析

5.2.3.1 因子分析

評価尺度は数量データとして扱えるので、多変量解析が可能である。多変量解析のうち『因子分析』により分析する。

因子分析は、変数の相互の関係を調べ、新しい概念のファクターを導く手法である。つまり、幾つかあった変数を“新しい概念のファクター”で表わすことができる。また、このファクターを“モノサシ”として、変数やサンプルの類似性あるいはポジショニングを明らかにすることができる。

5.2.3.2 因子分析の実施方法

因子分析の実施方法は以下のとおりである。

〔計算ソフトウェア〕･･･ＳＰＳＳ　１０．０Ｊ

〔因子抽出方法〕･･････主因子法

〔因子軸の回転方法〕･･･Kaiser の正規化を伴うバリマックス法

表5－3－① 経営課題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御社ショップへのアクセス数	②御社ショップでの受注件数	⑩顧客からの問合せ・クレーム対応	⑬個人情報保護や情報セキュリティ対策	⑧入金確認・決済関係の作業	⑤顧客管理業務（注目客・見込み客）	④効果的な広告・販売促進の施策	⑪運営費用（出店料・広告料）の負担	⑨返品関係の作業	⑦受注商品の梱包・出荷作業	③類似・競合するショップの存在	⑥商品の在庫管理作業	⑫専門の人材確保	平均スコアの平均値
【**全体**】	3.23	3.20	3.07	2.82	2.78	2.72	2.70	2.33	2.25	2.23	2.02	2.00	1.76	2.55
【開始状況】														
実施者	3.23	3.23	3.02	2.76	2.71	2.68	2.64	2.28	2.20	2.20	1.94	1.95	1.67	2.50
計画者	3.25	2.93	3.43	3.32	3.39	3.04	3.21	2.75	2.71	2.43	2.71	2.50	2.54	2.94
無回答	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－

【全体との格差】

実施者	0.00	0.03	−0.04	−0.06	−0.07	−0.04	−0.06	−0.05	−0.05	−0.02	−0.08	−0.06	−0.09
計画者	0.02	−0.27	0.36	0.50	0.62	0.32	0.52	0.42	0.46	0.20	0.70	0.50	0.77
無回答	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－

【実施形態別】

【**全体**】	3.23	3.20	3.07	2.82	2.78	2.72	2.70	2.33	2.25	2.23	2.02	2.00	1.76	2.55
【実施形態】														
兼業者	3.19	3.17	3.04	2.80	2.70	2.72	2.64	2.25	2.17	2.19	1.89	1.96	1.72	2.50
ネット専業者	3.52	3.67	3.26	2.96	3.15	2.93	2.85	2.81	2.73	2.52	2.33	2.26	1.96	2.84
個人サイドビジネス	3.33	3.00	3.10	2.90	3.10	2.67	3.10	2.62	2.48	2.19	3.00	2.24	1.90	2.74
無回答	3.17	3.00	3.00	2.67	2.67	2.00	2.50	2.33	2.67	2.33	1.83	1.67	1.83	2.44

【全体との格差】

兼業者	−0.04	−0.03	−0.02	−0.02	−0.07	0.00	−0.05	−0.08	−0.09	−0.04	−0.13	−0.04	−0.04
ネット専業者	0.28	0.47	0.19	0.14	0.37	0.21	0.16	0.48	0.48	0.29	0.31	0.26	0.20
個人サイドビジネス	0.10	−0.20	0.03	0.08	0.32	−0.05	0.40	0.29	0.22	−0.04	0.98	0.23	0.14
無回答	−0.07	−0.20	−0.07	−0.15	−0.11	−0.72	−0.20	0.00	0.41	0.11	−0.19	−0.34	0.07

【受注件数ランク別】

【**全体**】	3.23	3.20	3.07	2.82	2.78	2.72	2.70	2.33	2.25	2.23	2.02	2.00	1.76	2.55
【受注件数／月】														
5件未満	3.26	2.89	2.91	2.51	2.74	2.69	2.73	2.48	2.23	1.91	1.93	1.91	1.53	2.44
5～20件未満	3.35	3.05	2.94	2.92	2.61	2.44	2.65	2.29	2.23	2.15	1.65	1.61	1.47	2.41
20～100件未満	3.17	3.30	3.09	2.77	2.84	2.82	2.76	2.21	2.26	2.41	1.92	2.13	1.65	2.56
100～1000件未満	3.11	3.44	3.13	2.95	2.92	2.80	2.53	2.43	2.37	2.40	2.42	2.26	2.11	2.68
1000件以上	3.21	3.21	3.50	3.00	2.57	3.21	2.93	2.36	2.07	2.07	2.38	2.50	2.57	2.74
無回答	3.64	3.27	3.36	2.91	2.91	2.55	3.00	2.27	2.09	1.91	2.36	1.64	2.18	2.62

【全体との格差】

5件未満	0.02	−0.31	−0.16	−0.31	−0.04	−0.03	0.04	0.15	−0.03	−0.32	−0.08	−0.09	−0.23
5～20件未満	0.12	−0.15	−0.13	0.10	−0.17	−0.28	−0.05	−0.04	−0.03	−0.08	−0.37	−0.39	−0.30
20～100件未満	−0.07	0.10	0.02	−0.05	0.06	0.11	0.06	−0.13	0.00	0.18	−0.09	0.12	−0.11
100～1000件未満	−0.12	0.23	0.06	0.13	0.14	0.09	−0.16	0.10	0.12	0.18	0.40	0.26	0.35
1000件以上	−0.02	0.01	0.43	0.18	−0.21	0.50	0.23	0.03	−0.18	−0.16	0.37	0.50	0.81
無回答	0.40	0.07	0.30	0.09	0.13	−0.17	0.30	−0.06	−0.16	−0.32	0.35	−0.37	0.42

表5－3－② ショッピングモール選択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アクセス数が多いこと	⑥出店諸経費が安いこと	④ショップの出店基準を設けていること	⑤出店手続きが容易なこと	⑩共同販促事業をやってくれること	②出店数が多いこと	③類似・競合ショップが少ないこと	⑨決済代行機能があること	⑦経営指導・セミナーをしてくれること	⑪営業・利用勧奨されたこと	⑧物流代行機能があること	平均スコアの平均値
【**全体**】	3.37	3.03	1.98	1.92	1.91	1.75	1.70	1.66	1.65	1.43	1.07	1.95
【開始状況】												
実施者	3.35	2.98	1.96	1.88	1.89	1.70	1.63	1.57	1.63	1.42	1.01	1.91
計画者	3.64	3.91	2.27	2.45	2.27	2.55	2.89	3.33	1.91	1.55	2.09	2.62
無回答	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－

【全体との格差】

実施者	−0.02	−0.06	−0.02	−0.04	−0.02	−0.05	−0.06	−0.09	−0.02	−0.01	−0.07
計画者	0.27	0.88	0.30	0.54	0.36	0.79	1.19	1.67	0.26	0.12	1.02
無回答	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－

【実施形態別】

【**全体**】	3.37	3.03	1.98	1.92	1.91	1.75	1.70	1.66	1.65	1.43	1.07	1.95
【実施形態】												
兼業者	3.36	3.00	1.97	1.95	1.90	1.71	1.66	1.59	1.66	1.50	1.01	1.94
ネット専業者	3.41	3.18	2.00	1.59	2.12	1.69	1.82	1.94	1.88	1.00	1.18	1.98
個人サイドビジネス	3.45	3.55	2.18	2.27	1.82	2.27	2.33	2.44	1.27	1.55	1.82	2.27
無回答	3.00	2.25	1.50	1.25	1.50	2.00	1.00	1.25	1.25	0.50	0.75	1.48

【全体との格差】

兼業者	0.00	−0.03	−0.01	0.03	−0.01	−0.04	−0.04	−0.07	0.01	0.07	−0.06
ネット専業者	0.05	0.14	0.02	−0.33	0.21	−0.06	0.13	0.28	0.23	−0.43	0.10
個人サイドビジネス	0.09	0.51	0.20	0.36	−0.09	0.52	0.64	0.79	−0.38	0.12	0.74
無回答	−0.37	−0.78	−0.48	−0.67	−0.41	0.25	−0.70	−0.41	−0.40	−0.93	−0.32

【受注件数ランク別】

【**全体**】	3.37	3.03	1.98	1.92	1.91	1.75	1.70	1.66	1.65	1.43	1.07	1.95
【受注件数／月】												
5件未満	3.19	3.36	1.81	2.55	2.05	1.81	2.14	1.86	1.30	1.81	1.55	2.13
5～20件未満	3.19	3.17	2.00	1.74	1.67	2.02	1.53	1.86	1.50	1.29	1.17	1.92
20～100件未満	3.42	2.89	2.05	1.88	2.29	1.57	1.68	1.95	1.78	1.63	1.32	2.04
100～1000件未満	3.49	3.00	1.98	1.89	1.70	1.73	1.70	1.18	1.91	1.17	0.63	1.85
1000件以上	3.50	2.56	2.00	1.22	1.44	1.00	1.33	0.44	1.00	0.88	0.22	1.42
無回答	3.75	3.25	1.50	2.75	2.00	3.00	2.00	2.50	1.50	2.25	1.25	2.34

【全体との格差】

5件未満	−0.18	0.33	−0.17	0.63	0.14	0.06	0.44	0.20	−0.35	0.38	0.48
5～20件未満	−0.18	0.13	0.02	−0.18	−0.24	0.27	−0.17	0.20	−0.15	−0.14	0.09
20～100件未満	0.05	−0.14	0.08	−0.04	0.38	−0.18	−0.02	0.29	0.13	0.20	0.25
100～1000件未満	0.12	−0.03	0.00	−0.02	−0.21	−0.02	0.01	−0.48	0.27	−0.26	−0.44
1000件以上	0.13	−0.48	0.02	−0.69	−0.47	−0.75	−0.36	−1.21	−0.65	−0.55	−0.85
無回答	0.38	0.22	−0.48	0.83	0.09	1.25	0.30	0.84	−0.15	0.82	0.18

表5－3－③　配送事業者選択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】

	⑦配送料金や手数料が安いこと	⑫事故に迅速に対応すること	⑪配達日数が安定していること	⑨指定された時間帯に確実に配達すること	⑧配達時間帯指定の区分が細かいこと	⑬荷物追跡のチェックポイント数が多いこと	②定時集荷（毎日1回）を行うこと	①随時集荷・多頻度集荷を行うこと	⑥配送以外に物流・決済機能も有していること	⑩留置きサービスがあること	⑮顧客からの要望が多い配送事業者であること	⑤システムに接続して集荷指示できること	③宛名ラベル作成ソフトなどを提供してくれること	④宛名ラベルを作成（宛名書き）してくれること	⑭運送事業者のサイトに自社広告ロゴを置ける	平均スコアの平均値
【**全体**】	3.59	3.57	3.48	3.44	2.81	2.67	2.38	2.32	2.22	2.22	2.21	1.48	1.32	1.13	1.08	2.39
【開始状況】 実施者	3.57	3.56	3.48	3.40	2.76	2.65	2.32	2.33	2.15	2.20	2.17	1.35	1.27	1.07	1.05	2.36
計画者	3.80	3.65	3.50	3.80	3.35	2.89	3.05	2.30	3.00	2.42	2.68	2.85	2.00	1.74	1.44	2.83
無回答	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－

【全体との格差】

実施者	−0.02	−0.01	0.00	−0.03	−0.05	−0.02	−0.06	0.00	−0.07	−0.02	−0.04	−0.13	−0.06	−0.05	−0.03
計画者	0.21	0.08	0.02	0.36	0.54	0.22	0.68	−0.02	0.78	0.20	0.48	1.37	0.68	0.61	0.36
無回答	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－

【実施形態別】

【**全体**】	3.59	3.57	3.48	3.44	2.81	2.67	2.38	2.32	2.22	2.22	2.21	1.48	1.32	1.13	1.08	2.39
【実施形態】 兼業者	3.57	3.56	3.50	3.47	2.79	2.69	2.41	2.28	2.21	2.20	2.18	1.40	1.30	1.14	1.09	2.39
ネット専業者	3.69	3.58	3.60	3.35	2.77	2.65	2.12	2.46	2.15	2.12	2.38	1.65	1.50	1.27	1.19	2.43
個人サイドビジネス	3.57	3.64	3.07	3.43	3.21	2.71	2.08	2.69	2.64	2.54	2.50	2.14	1.25	0.85	1.23	2.50
無回答	3.67	3.67	3.33	3.00	2.67	2.17	3.00	2.33	2.00	2.50	1.50	1.50	1.33	0.67	0.17	2.23

【全体との格差】

兼業者	−0.02	−0.01	0.02	0.03	−0.02	0.02	0.04	−0.05	−0.01	−0.02	−0.02	−0.07	−0.02	0.01	0.00
ネット専業者	0.11	0.01	0.12	−0.09	−0.04	−0.02	−0.26	0.14	−0.07	−0.10	0.18	0.18	0.18	0.14	0.11
個人サイドビジネス	−0.01	0.07	−0.41	−0.01	0.41	0.04	−0.29	0.37	0.42	0.32	0.29	0.66	−0.07	−0.28	0.15
無回答	0.08	0.10	−0.15	−0.44	−0.14	−0.51	0.62	0.01	−0.22	0.28	−0.71	0.02	0.01	−0.46	−0.92

【受注件数ランク別】

【**全体**】	3.59	3.57	3.48	3.44	2.81	2.67	2.38	2.32	2.22	2.22	2.21	1.48	1.32	1.13	1.08	2.39
【受注件数／月】 5件未満	3.54	3.59	3.54	3.49	2.85	2.62	1.90	2.28	2.32	2.45	1.88	1.20	1.10	1.13	1.08	2.33
5～20件未満	3.56	3.60	3.49	3.29	2.69	2.78	2.15	2.22	2.24	2.31	2.15	1.27	1.22	0.76	1.11	2.32
20～100件未満	3.61	3.55	3.36	3.37	2.72	2.47	2.34	2.43	2.28	1.98	2.19	1.36	1.48	1.34	1.03	2.37
100～1000件未満	3.56	3.54	3.57	3.62	3.00	2.82	2.98	2.45	2.10	2.04	2.42	1.67	1.31	1.10	1.00	2.48
1000件以上	3.75	3.75	3.67	3.67	3.00	2.92	2.25	2.08	1.67	2.75	2.58	2.58	1.33	1.17	1.17	2.56
無回答	3.75	3.38	3.38	3.25	2.63	2.63	3.00	2.00	2.75	2.63	2.50	2.38	2.00	2.00	1.75	2.67

【全体との格差】

5件未満	−0.05	0.02	0.05	0.05	0.05	−0.06	−0.48	−0.04	0.10	0.23	−0.33	−0.28	−0.22	0.00	−0.01
5～20件未満	−0.02	0.03	0.01	−0.15	−0.12	0.11	−0.23	−0.11	0.02	0.09	−0.06	−0.21	−0.11	−0.37	0.03
20～100件未満	0.02	−0.02	−0.12	−0.07	−0.09	−0.20	−0.03	0.11	0.06	−0.23	−0.02	−0.12	0.15	0.21	−0.05
100～1000件未満	−0.03	−0.03	0.09	0.18	0.19	0.15	0.60	0.12	−0.13	−0.18	0.22	0.19	−0.01	−0.03	−0.08
1000件以上	0.16	0.18	0.18	0.23	0.19	0.24	−0.13	−0.24	−0.55	0.53	0.38	1.10	0.01	0.04	0.08
無回答	0.16	−0.20	−0.11	−0.19	−0.18	−0.05	0.62	−0.32	0.53	0.41	0.29	0.90	0.68	0.87	0.67

表5－3－④ 決済手段選択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】

	⑧代金を確実に回収できること	⑥手数料が安いこと	①世間一般に普及していること	③顧客の都合でいつでも利用可能なこと	④顧客からの要望が多いこと	⑦(御社側の)決済関係事務を省力化できること	⑤現金化までの日数が短いこと	②ネット決済で利用件数が増えていること	平均スコアの平均値
【**全体**】	3.72	3.50	3.25	3.18	3.18	2.83	2.79	2.73	3.15
【開始状況】 実施者	3.72	3.49	3.24	3.17	3.19	2.81	2.77	2.72	3.14
計画者	3.71	3.54	3.29	3.29	3.14	3.07	2.93	2.79	3.22
無回答	－	－	－	－	－	－	－	－	－

【全体との格差】

実施者	0.00	0.00	0.00	−0.01	0.00	−0.03	−0.02	−0.01
計画者	0.00	0.04	0.04	0.11	−0.04	0.24	0.14	0.06
無回答	－	－	－	－	－	－	－	－

【実施形態別】

【**全体**】	3.72	3.50	3.25	3.18	3.18	2.83	2.79	2.73	3.15
【実施形態】 兼業者	3.69	3.47	3.24	3.17	3.18	2.82	2.75	2.73	3.13
ネット専業者	3.93	3.67	3.37	3.33	3.37	3.19	2.93	3.00	3.35
個人サイドビジネス	3.80	3.65	3.25	3.15	3.00	2.55	2.90	2.40	3.09
無回答	3.50	3.33	3.17	3.00	3.00	2.83	3.00	2.50	3.04

【全体との格差】

兼業者	−0.03	−0.03	−0.01	−0.01	0.00	−0.02	−0.03	0.00
ネット専業者	0.21	0.17	0.12	0.15	0.19	0.35	0.14	0.27
個人サイドビジネス	0.08	0.15	0.00	−0.03	−0.18	−0.28	0.11	−0.33
無回答	−0.22	−0.16	−0.08	−0.18	−0.18	0.00	0.21	−0.23

【受注件数ランク別】

【**全体**】	3.72	3.50	3.25	3.18	3.18	2.83	2.79	2.73	3.15
【受注件数／月】 5件未満	3.64	3.50	3.05	3.00	3.16	2.45	2.80	2.48	3.01
5～20件未満	3.85	3.55	3.38	3.48	3.37	2.80	2.75	2.90	3.26
20～100件未満	3.73	3.45	3.33	3.22	3.17	2.93	2.75	2.72	3.16
100～1000件未満	3.69	3.56	3.23	3.05	3.06	2.92	2.89	2.90	3.16
1000件以上	3.57	3.57	3.62	3.07	3.29	3.23	2.86	2.50	3.21
無回答	3.60	3.09	2.40	2.82	2.80	2.90	2.55	2.20	2.79

【全体との格差】

5件未満	−0.08	0.00	−0.20	−0.18	−0.02	−0.38	0.01	−0.25
5～20件未満	0.13	0.05	0.13	0.30	0.19	−0.03	−0.04	0.17
20～100件未満	0.01	−0.05	0.08	0.04	−0.01	0.10	−0.04	−0.01
100～1000件未満	−0.03	0.07	−0.02	−0.13	−0.12	0.09	0.10	0.17
1000件以上	−0.15	0.07	0.37	−0.11	0.10	0.40	0.07	−0.23
無回答	−0.12	−0.41	−0.85	−0.36	−0.38	0.07	−0.24	−0.53