アンケート集計結果

製造業・卸売業・小売業

【製　造　業】

主要な取扱製品・商品分野[SA]

日用雑貨	加工食品	菓子	繊維製品	玩具	その他	無回答	合計
6 6.4	53 56.4	8 8.5	15 16.0	1 1.1	9 9.6	2 2.1	94 100.0

取扱アイテム数（ランク別）[SA]

99アイテム以下	100～249アイテム	250～999アイテム	1,000～4,999アイテム	5,000アイテム以上	無回答	合計
10 10.6	23 24.5	27 28.7	17 18.1	9 9.6	8 8.5	94 100

商品マスター登録割合（ランク別）[SA]

50%未満	50～70%未満	70～90%未満	90～100%未満	100%	無回答	合計
2 2.1	1 1.1	6 6.4	14 14.9	65 69.1	6 6.4	94 100.0

取扱アイテム数・商品マスター登録割合の増減傾向[SA]

	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
取扱アイテム数	1 1.1	19 20.2	14 14.9	48 51.1	10 10.6	2 2.1	94 100.0
商品マスター登録割合	1 1.1	16 17.0	29 30.9	33 35.1	9 9.6	6 6.4	94 100.0

注：最新年度売上高（ランク別）[SA]は、P.108 参照

売上高の増減傾向[SA]

かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
11 11.7	35 37.2	13 13.8	31 33.0	3 3.2	1 1.1	94 100.0

主な商圏[SA]

所在・隣接する都道府県	所在する地方(関東地方など)	東日本地域	西日本地域	ほぼ全国的	無回答	合計
12 12.8	3 3.2	12 12.8	－ －	43 45.7	24 25.5	94 100.0

情報システムの管理部門［MA］

情報システム部（部門）	総務部（部門）	営業部（部門）	生産部（部門）	その他	無回答	合計
42 44.7	32 34.0	24 25.5	23 24.5	6 6.4	3 3.2	94 –

情報システムの開発体制［SA］

主として自社開発	主として自社系列会社で開発	主として外部委託	その他	無回答	合計
28 29.8	4 4.3	54 57.4	5 5.3	3 3.2	94 100.0

仕入先・販売先企業数（ランク別）［SA］

	99社以下	100～199社	200～499社	500～999社	1,000社以上	無回答	合計
仕入先企業数	34 36.2	27 28.7	12 12.8	7 7.4	3 3.2	11 11.7	94 100.0
販売先企業数	25 26.6	22 23.4	17 18.1	10 10.6	7 7.4	13 13.8	94 100.0

仕入先・販売先企業数の増減傾向［SA］

	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
仕入先企業数	1 1.1	11 11.7	44 46.8	30 31.9	3 3.2	5 5.3	94 100.0
販売先企業数	2 2.1	19 20.2	34 36.2	32 34.0	2 2.1	5 5.3	94 100.0

主要仕入先・販売先（上位 10 社）の金額割合（ランク別）［SA］

	50%未満	50～70%未満	70～80%未満	80～90%未満	90～100%未満	100%	無回答	合計
仕入先	21 22.3	25 26.6	15 16.0	10 10.6	9 9.6	3 3.2	11 11.7	94 100.0
販売先	34 36.2	23 24.5	7 7.4	8 8.5	9 9.6	6 6.4	7 7.4	94 100.0

主要仕入先・販売先（上位 10 社）金額割合の増減傾向［SA］

	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
仕入先	1 1.1	16 17.0	49 52.1	21 22.3	－ －	7 7.4	94 100.0
販売先	7 7.4	19 20.2	37 39.4	26 27.7	2 2.1	3 3.2	94 100.0

仕入先に求める機能・要件の重要度［SA］

	全く重視していない	あまり重視していない	やや重視している	重視している	非常に重視している	無回答	合計
a長年に渡る取引関係を有していること	1 1.1	17 18.1	47 50.0	22 23.4	6 6.4	1 1.1	94 100.0
b品質（商品・原材料）の安定性	－ －	－ －	5 5.3	37 39.4	52 55.3	－ －	94 100.0
c供給（商品・原材料）の安定性	－ －	2 2.1	4 4.3	46 48.9	42 44.7	－ －	94 100.0
d取引条件が透明・明確なこと	－ －	1 1.1	23 24.5	44 46.8	26 27.7	－ －	94 100.0
e価格が安いこと	－ －	2 2.1	19 20.2	49 52.1	24 25.5	－ －	94 100.0
f品揃えが豊富なこと	3 3.2	23 24.5	40 42.6	25 26.6	3 3.2	－ －	94 100.0
g販売企画提案が優れていること	2 2.1	19 20.2	34 36.2	33 35.1	6 6.4	－ －	94 100.0
h販売支援（人的、資金的）があること	12 12.8	43 45.7	21 22.3	16 17.0	－ －	2 2.1	94 100.0
i在庫管理が適切なこと	2 2.1	1 1.1	27 28.7	42 44.7	22 23.4	－ －	94 100.0
j市場動向等の情報を提供してくれること	－ －	10 10.6	35 37.2	36 38.3	13 13.8	－ －	94 100.0
k情報システムに親和性があること	8 8.5	37 39.4	34 36.2	14 14.9	1 1.1	－ －	94 100.0
l(ｵﾝﾗｲﾝで)容易に取引を開始できること	14 14.9	48 51.1	21 22.3	9 9.6	2 2.1	－ －	94 100.0
m経営者の理念・人柄	3 3.2	19 20.2	39 41.5	22 23.4	11 11.7	－ －	94 100.0
n経営の安定性	－ －	3 3.2	26 27.7	52 55.3	13 13.8	－ －	94 100.0

販売先に求める機能・要件の重要度[SA]

	全く重視していない	あまり重視していない	やや重視している	重視している	非常に重視している	無回答	合計
a長年に渡る取引関係を有していること	3 3.2	14 14.9	30 31.9	32 34.0	13 13.8	2 2.1	94 100.0
b売上高（年商）が高いこと	－ －	15 16.0	23 24.5	41 43.6	13 13.8	2 2.1	94 100.0
c商圏が大きいこと	－ －	9 9.6	22 23.4	47 50.0	13 13.8	3 3.2	94 100.0
d取引条件次第で取引先を選択してくれること	－ －	23 24.5	45 47.9	20 21.3	1 1.1	5 5.3	94 100.0
e取引条件が透明・明確なこと	－ －	1 1.1	22 23.4	47 50.0	22 23.4	2 2.1	94 100.0
f年間販売計画（契約）の達成に努力すること	－ －	10 10.6	24 25.5	41 43.6	17 18.1	2 2.1	94 100.0
g独自の販売チャネルを持っていること	－ －	8 8.5	27 28.7	43 45.7	13 13.8	3 3.2	94 100.0
h販売額が増加傾向にあること	－ －	5 5.3	26 27.7	44 46.8	16 17.0	3 3.2	94 100.0
i物流機能が高いこと	2 2.1	9 9.6	41 43.6	26 27.7	14 14.9	2 2.1	94 100.0
j在庫管理が適切なこと	2 2.1	10 10.6	42 44.7	24 25.5	14 14.9	2 2.1	94 100.0
k市場動向や販売情報をフィードバックしてくれること	－ －	9 9.6	27 28.7	42 44.7	14 14.9	2 2.1	94 100.0
l情報システムに親和性があること	4 4.3	25 26.6	42 44.7	16 17.0	5 5.3	2 2.1	94 100.0
m（ｵﾝﾗｲﾝで）容易に取引を開始できること	7 7.4	35 37.2	34 36.2	13 13.8	3 3.2	2 2.1	94 100.0
n経営者の理念・人柄	1 1.1	10 10.6	34 36.2	35 37.2	12 12.8	2 2.1	94 100.0
o経営の安定性	－ －	1 1.1	11 11.7	36 38.3	44 46.8	2 2.1	94 100.0

仕入先・販売先とのオンライン取引形態の状況［MA］

	EDI	インターネットEDI	EOS	その他	全く行っていない	無回答	合計
仕入先	8 8.5	12 12.8	12 12.8	4 4.3	57 60.6	6 6.4	94 －
販売先	29 30.9	21 22.3	37 39.4	5 5.3	15 16.0	7 8.5	94 －

仕入先・販売先との間の VAN 利用形態[SA]

	全てのデータ	一部のデータ	未利用（利用予定あり）	未利用（利用予定なし）	無回答	合計
仕入先	−	17	12	62	3	94
	−	18.1	12.8	66.0	3.2	100.0
販売先	4	53	6	30	1	94
	4.3	56.4	6.4	31.9	1.1	100.0

仕入先・販売先に対する「オンライン取引」の条件化の状況［SA］

	必須の取引条件としている	基本的に取引条件としている	取引条件としてない	その他	無回答	合計
仕入先	−	5	88	−	1	94
	−	5.3	93.6	−	1.1	100.0
販売先	3	9	81	1	−	94
	3.2	9.6	86.2	1.1	−	100.0

オンライン仕入先・販売先企業数（ランク別）［SA］

	0社	1～9社	10～49社	50～99社	100社以上	無回答	合計
オンライン仕入先企業数	53	10	10	3	3	15	94
	56.4	10.6	10.6	3.2	3.2	16.0	100.0
オンライン販売先企業数	10	32	22	4	16	10	94
	10.6	34.0	23.4	4.3	17.0	10.6	100.0

オンライン仕入先・販売先企業数の増減傾向［SA］

	かなり減少している	やや減少している	変わらない	やや増加	かなり増加している	無回答	合計
オンライン仕入先企業数	−	−	56	8	−	30	94
	−	−	59.6	8.5	−	31.9	100.0
オンライン販売先企業数	−	−	38	39	3	14	94
	−	−	40.4	41.5	3.2	14.9	100.0

仕入件数に占めるオンライン件数割合（ランク別）［SA］

0%	～50%未満	50～100%未満	100%	無回答	合計
53 56.4	15 16.0	7 7.4	2 2.1	17 18.1	94 100.0

仕入件数に占めるオンライン件数割合の増減傾向［SA］

	かなり減少している	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加している	無回答	合計
仕入	－ －	1 1.1	52 55.3	10 10.6	－ －	31 33.0	94 100.0
販売	2 2.1	1 1.1	32 34.0	41 43.6	4 4.3	14 14.9	94 100.0

販売件数に占めるオンライン件数割合（ランク別）［SA］

0%	～25%未満	25～50%未満	50～75%未満	75～100%未満	100%	無回答	合計
14 14.9	33 35.1	9 9.6	15 16.0	7 7.4	5 5.3	11 11.7	94 100.0

仕入・販売での e - マーケットプレイス利用経験［SA］

	ない	ある	無回答	合計
仕入	88 93.6	1 1.1	5 5.3	94 100.0
販売	85 90.4	6 6.4	3 3.2	94 100.0

仕入・販売での今後 2～3 年の e - マーケットプレイス利用動向［SA］

	わからない	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
仕入	32 34.0	1 1.1	－ －	38 40.4	17 18.1	－ －	6 6.4	94 100.0
販売	33 35.1	1 1.1	－ －	35 37.2	20 21.3	1 1.1	4 4.3	94 100.0

主要仕入先（上位 10 社）とのオンライン仕様［SA］

	汎用的な標準（業界標準など）	仕入先側の（独自）仕様	自社側の（独自）仕様	その他	無回答	合計
プロトコル	20 21.3	5 5.3	8 8.5	10 10.6	51 54.3	94 100.0
フォーマット	13 13.8	10 10.6	13 13.8	10 10.6	48 51.1	94 100.0
データコード	10 10.6	9 9.6	16 17.0	9 9.6	50 53.2	94 100.0

主要販売先（上位 10 社）とのオンライン仕様［SA］

	汎用的な標準（業界標準など）	仕入先側の（独自）仕様	自社側の（独自）仕様	その他	無回答	合計
プロトコル	45 47.9	17 18.1	6 6.4	5 5.3	21 22.3	94 100.0
フォーマット	36 38.3	24 25.5	12 12.8	4 4.3	18 19.1	94 100.0
データコード	24 25.5	31 33.0	13 13.8	6 6.4	20 21.3	94 100.0

仕入先とのオンライン費用負担状況［SA］

	自社負担	仕入先負担	折半	その他	無回答	合計
ハードウェア費	21 22.3	9 9.6	4 4.3	11 11.7	49 52.1	94 100.0
ソフトウェア費	17 18.1	10 10.6	6 6.4	12 12.8	49 52.1	94 100.0
運用・通信費	19 20.2	10 10.6	5 5.3	11 11.7	49 52.1	94 100.0

販売先とのオンライン費用負担状況［SA］

	自社負担	販売先負担	折半	その他	無回答	合計
ハードウェア費	54 57.4	9 9.6	11 11.7	4 4.3	16 17.0	94 100.0
ソフトウェア費	50 53.2	12 12.8	11 11.7	5 5.3	16 17.0	94 100.0
運用・通信費	59 62.8	5 5.3	10 10.6	4 4.3	16 17.0	94 100.0

主要販売先への配送頻度・1 回当たり納品量の増減傾向［SA］

	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
主要販売先への配送頻度	3 3.2	9 9.6	25 26.6	46 48.9	10 10.6	1 1.1	94 100.0
1回当たり納品量	12 12.8	50 53.2	19 20.2	12 12.8	－ －	1 1.1	94 100.0

物流マネジメントの実施形態[SA]

	主に自社（子会社含む）で行っている	物流事業者の提案も取り込んで自社で行なっている	物流事業者と共同で行っている	3PLなどにアウトソーシングしている	その他	無回答	合計
現状	46 48.9	18 19.1	13 13.8	7 7.4	4 4.3	6 6.4	94 100.0
将来予定	19 20.2	12 12.8	20 21.3	23 24.5	3 3.2	17 18.1	94 100.0

主要な委託物流企業との取引通算年数[SA]

1年未満	1年以上～5年未満	5年以上～10年未満	10年以上～20年未満	20年以上	無回答	合計
3 3.2	14 14.9	26 27.7	25 26.6	17 18.1	9 9.6	94 100.0

主要な委託物流企業との物流情報交換形態[SA]

帳票書類を利用して交換している	情報システムを利用してバッチ処理で交換している	情報システムを利用してリアルタイムで交換している	無回答	合計
41 43.6	23 24.5	13 13.8	17 18.1	94 100.0

委託物流企業と主要販売先との物流データ交換形態[SA]

交換していない	バッチ処理で交換している	リアルタイムで交換している	その他	無回答	合計
60 63.8	14 14.9	11 11.7	1 1.1	8 8.5	94 100.0

主要な委託物流企業の業務・機能に対する満足度[SA]

	わからない	不満	やや不満	どちらともいえない	やや満足	満足	無回答	合計
a配送業務	4 4.3	1 1.1	17 18.1	20 21.3	34 36.2	15 16.0	3 3.2	94 100.0
b保管業務	18 19.1	2 2.1	6 6.4	24 25.5	28 29.8	12 12.8	4 4.3	94 100.0
c荷役業務	15 16.0	2 2.1	6 6.4	24 25.5	28 29.8	15 16.0	4 4.3	94 100.0
d包装業務	45 47.9	− −	3 3.2	24 25.5	12 12.8	4 4.3	6 6.4	94 100.0
e流通加工業務	44 46.8	1 1.1	3 3.2	22 23.4	14 14.9	3 3.2	7 7.4	94 100.0
f情報システム	28 29.8	5 5.3	13 13.8	25 26.6	13 13.8	6 6.4	4 4.3	94 100.0
g(自社に合った)ノウハウの蓄積	24 25.5	4 4.3	10 10.6	32 34.0	16 17.0	2 2.1	6 6.4	94 100.0
h物流システム提案	27 28.7	5 5.3	15 16.0	28 29.8	12 12.8	2 2.1	5 5.3	94 100.0
i(自社の)販売先との関係	21 22.3	3 3.2	5 5.3	27 28.7	26 27.7	7 7.4	5 5.3	94 100.0

販売先への輸配送形態［MA］

自社便(子会社含む)による配送	他社との共同配送	3PLによる配送	宅配便による配送	無回答	合計
35 37.2	40 42.6	30 31.9	57 60.6	3 3.2	94 −

輸配送に宅配便を利用する形態［MA］

遠隔地への納品	限定製品の納品	零細取引先への納品	納品先からの要請	緊急納品	その他	無回答	合計
20 35.1	14 24.6	14 24.6	18 31.6	37 64.9	5 8.8	4 7.0	57 –

今後の宅配便利用量の増減傾向［SA］

かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
2 3.5	9 15.8	26 45.6	20 35.1	2 3.5	– –	57 100.0

オンライン取引や情報システム化のメリット・効果［MA］

伝票・帳票類の削減（ペーパレス化）	在庫管理業務の効率化	在庫量の圧縮化	新たな企業との取引開始	リアルタイムな経営管理支援	市場・購買データの販売への活用	販売先の在庫状況に応じた製品出荷	取引条件（製品価格、納品頻度など）の平準化
59 62.8	41 43.6	32 34.0	12 12.8	27 28.7	25 26.6	30 31.9	15 16.0

社内の情報化・標準化の推進	受発注業務の効率化	納期の短縮化	価格に応じた（安価な）原料や部品の仕入れ	効率的な生産計画の作成・管理	取引先との連携強化	旧来の商慣行の変革	その他
45 47.9	73 77.7	27 28.7	10 10.6	34 36.2	34 36.2	15 16.0	1 1.1

無回答	合計
4 4.3	94 –

オンライン化促進の阻害要因［MA］

直接対面でやり取りしないと取引が成立しない	オンライン化を進めることで従来の商慣行や取引関係が崩れる	新製品や廃番商品が多い（製品マスター管理が煩雑）	定番品の比率が低い（製品マスター管理が煩雑）	オンライン取引に対応できないメーカーが多い	オンライン取引に対応できない卸売業が多い	オンライン取引に対応できない小売業が多い	取引条件などがオープンでない
29	10	24	21	36	30	25	16
30.9	10.6	25.5	22.3	38.3	31.9	26.6	17.0

取引先が販売情報や在庫情報を提供してくれない	経営トップがオンライン化のメリットを理解していない	フォーマットなどの仕様の標準間が普及していない	取引先との費用負担（ハード、ソフト、通信費等）が適性でない	オンライン取引で交換できるデータの種類が少ない	取引情報が競争相手などに漏れる恐れがある	インターネットなどの情報セキュリティに不安がある	その他
17	6	26	30	11	12	14	5
18.1	6.4	27.7	31.9	11.7	12.8	14.9	5.3

特に問題はない	無回答	合計
7	5	94
7.4	5.3	–

最新年度売上高（ランク別）[SA]

3,000百万円未満	3,000～5,000百万円未満	5,000～10,000百万円未満	10,000～100,000百万円未満	100,000百万円以上	無回答	合計
11	29	17	26	7	4	94
11.7	30.9	18.1	27.7	7.4	4.3	100.0

【卸　売　業】

主要な取扱製品・商品分野[SA]

日用雑貨	加工食品	菓子	繊維製品	玩具	その他	無回答	合計
14 9.0	69 44.5	14 9.0	27 17.4	3 1.9	25 16.1	3 1.9	155 100.0

取扱アイテム数（ランク別）[SA]

999アイテム以下	1,000～4,999アイテム	5,000～9,999アイテム	10,000～99,999アイテム	100,000アイテム以上	無回答	合計
22 14.2	37 23.9	33 21.3	42 27.1	13 8.4	8 5.2	155 100.0

商品マスター登録割合（ランク別）[SA]

50%未満	50～70%未満	70～90%未満	90～100%未満	100%	無回答	合計
5 3.2	4 2.6	4 2.6	23 14.8	113 72.9	6 3.9	155 100.0

取扱アイテム数の増減傾向[SA]

	かなり減少	やや減少	変らない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
取扱アイテム数	5 3.2	12 7.7	20 12.9	78 50.3	37 23.9	3 1.9	155 100.0
商品マスター登録割合	3 1.9	7 4.5	30 19.4	75 48.4	37 23.9	3 1.9	155 100.0

注：最新年度売上高（ランク別）[SA]は、P.119 参照

売上高の増減傾向[SA]

かなり減少	やや減少	変らない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
18 11.6	59 38.1	23 14.8	45 29.0	8 5.2	2 1.3	155 100.0

主な商圏[SA]

所在・隣接する都道府県	所在する地方(関東地方など)	東日本地域	西日本地域	ほぼ全国的	無回答	合計
66 42.6	19 12.3	5 3.2	－ －	48 31.0	17 11.0	155 100.0

情報システムの管理部門[MA]

情報システム部（部門）	総務部（部門）	営業部（部門）	商品部（部門）	その他	無回答	合計
95	48	25	26	11	−	155
61.3	31.0	16.1	16.8	7.1	−	−

情報システムの開発体制［SA］

主として自社開発	主として自社系列会社で開発	主として外部委託	その他	無回答	合計
71	17	61	6	−	155
45.8	11.0	39.4	3.9	−	100.0

仕入先企業数（ランク別）［SA］

99社以下	100～199社	200～499社	500～999社	1,000社以上	無回答	合計
41	26	46	21	12	9	155
26.5	16.8	29.7	13.5	7.7	5.8	100.0

仕入先・販売先企業数の増減傾向［SA］

	かなり減少	やや減少	変らない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
仕入先企業数	−	24	51	69	5	6	155
	−	15.5	32.9	44.5	3.2	3.9	100.0
販売先企業数	4	44	39	53	5	10	155
	2.6	28.4	25.2	34.2	3.2	6.5	100.0

販売先企業数（ランク別）［SA］

99社以下	100～499社	500～999社	1,000～2,499社	2,500～4,999社	5,000社以上	無回答	合計
16	31	30	35	19	7	17	155
10.3	20.0	19.4	22.6	12.3	4.5	11.0	100.0

主要仕入先・販売先（上位 10 社）の金額割合（ランク別）［SA］

	50%未満	50～70%未満	70～80%未満	80～90%未満	90～100%未満	100%	無回答	合計
仕入先の金額割合	39 25.2	33 21.3	29 18.7	20 12.9	14 9.0	6 3.9	14 9.0	155 100.0
販売先の金額割合	72 46.5	23 14.8	20 12.9	10 6.5	9 5.8	4 2.6	17 11.0	155 100.0

主要仕入先（上位 10 社）金額割合の増減傾向［SA］

	かなり減少	やや減少	変らない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
仕入先の金額割合	2 1.3	32 20.6	64 41.3	46 29.7	3 1.9	8 5.2	155 100.0
販売先の金額割合	－ －	32 20.6	58 37.4	47 30.3	4 2.6	14 9.0	155 100.0

仕入先に求める機能・要件の重要度［SA］

	全く重視していない	あまり重視していない	やや重視している	重視している	非常に重視している	無回答	合計
a長年に渡る取引関係を有していること	3 1.9	36 23.2	46 29.7	53 34.2	16 10.3	1 0.6	155 100.0
b品質（商品・原材料）の安定性	1 0.6	2 1.3	10 6.5	55 35.5	85 54.8	2 1.3	155 100.0
c供給（商品・原材料）の安定性	1 0.6	1 0.6	13 8.4	72 46.5	67 43.2	1 0.6	155 100.0
d取引条件が透明・明確なこと	2 1.3	2 1.3	24 15.5	83 53.5	43 27.7	1 0.6	155 100.0
e価格が安いこと	2 1.3	14 9.0	50 32.3	60 38.7	28 18.1	1 0.6	155 100.0
f品揃えが豊富なこと	3 1.9	29 18.7	52 33.5	53 34.2	17 11.0	1 0.6	155 100.0
g販売企画提案が優れていること	5 3.2	15 9.7	33 21.3	68 43.9	33 21.3	1 0.6	155 100.0
h販売支援（人的、資金的）があること	14 9.0	42 27.1	43 27.7	38 24.5	17 11.0	1 0.6	155 100.0
i在庫管理が適切なこと	2 1.3	7 4.5	28 18.1	78 50.3	39 25.2	1 0.6	155 100.0
j市場動向や販売情報を提供してくれること	5 3.2	14 9.0	39 25.2	69 44.5	27 17.4	1 0.6	155 100.0
k情報システムに親和性があること	5 3.2	40 25.8	57 36.8	41 26.5	10 6.5	2 1.3	155 100.0
l(ｵﾝﾗｲﾝで)容易に取引を開始できること	10 6.5	58 37.4	52 33.5	20 12.9	13 8.4	2 1.3	155 100.0
m経営者の理念・人柄	4 2.6	25 16.1	53 34.2	47 30.3	25 16.1	1 0.6	155 100.0
n経営の安定性	1 0.6	5 3.2	33 21.3	75 48.4	40 25.8	1 0.6	155 100.0

販売先に求める機能・要件の重要度[SA]

	全く重視していない	あまり重視していない	やや重視している	重視している	非常に重視している	無回答	合計
a長年に渡る取引関係を有していること	5 3.2	20 12.9	49 31.6	57 36.8	22 14.2	2 1.3	155 100.0
b売上高（年商）が高いこと	5 3.2	19 12.3	54 34.8	59 38.1	16 10.3	2 1.3	155 100.0
c商圏が大きいこと	6 3.9	35 22.6	43 27.7	53 34.2	14 9.0	4 2.6	155 100.0
d取引条件次第で取引先を選択してくれること	10 6.5	69 44.5	43 27.7	23 14.8	7 4.5	3 1.9	155 100.0
e取引条件が透明・明確なこと	1 0.6	3 1.9	36 23.2	79 51.0	34 21.9	2 1.3	155 100.0
f年間販売計画（契約）の達成に努力すること	4 2.6	20 12.9	50 32.3	56 36.1	22 14.2	3 1.9	155 100.0
g独自の販売チャネルを持っていること	2 1.3	13 8.4	40 25.8	68 43.9	29 18.7	3 1.9	155 100.0
h販売額が増加傾向にあること	1 0.6	6 3.9	44 28.4	78 50.3	24 15.5	2 1.3	155 100.0
i物流機能が高いこと	9 5.8	44 28.4	45 29.0	45 29.0	9 5.8	3 1.9	155 100.0
j在庫管理が適切なこと	5 3.2	16 10.3	51 32.9	64 41.3	17 11.0	2 1.3	155 100.0
k市場動向や販売情報をフィードバックしてくれること	3 1.9	24 15.5	57 36.8	53 34.2	16 10.3	2 1.3	155 100.0
l情報システムに親和性があること	6 3.9	35 22.6	71 45.8	35 22.6	6 3.9	2 1.3	155 100.0
m（ｵﾝﾗｲﾝで）容易に取引を開始できること	12 7.7	43 27.7	49 31.6	37 23.9	12 7.7	2 1.3	155 100.0
n経営者の理念・人柄	3 1.9	11 7.1	32 20.6	72 46.5	35 22.6	2 1.3	155 100.0
o経営の安定性	1 0.6	－ －	16 10.3	58 37.4	78 50.3	2 1.3	155 100.0

仕入先・販売先とのオンライン取引形態の状況[MA]

	EDI	インターネットEDI	EOS	その他	全く行っていない	無回答	合計
仕入先	49 31.6	23 14.8	72 46.5	12 7.7	35 22.6	9 5.8	155 －
販売先	61 39.4	28 18.1	110 71.0	10 6.5	17 11.0	6 3.9	155 －

仕入先・販売先との間の VAN 利用形態[SA]

	全てのデータ	一部のデータ	未利用（利用予定あり）	未利用（利用予定なし）	無回答	合計
仕入先	16 10.3	75 48.4	15 9.7	48 31.0	1 0.6	155 100.0
販売先	9 5.8	105 67.7	16 10.3	23 14.8	2 1.3	155 100.0

仕入先・販売先に対する「オンライン取引」の条件化の状況［SA］

	必須の取引条件としている	基本的に取引条件としている	取引条件としていない	その他	無回答	合計
仕入先	5 3.2	26 16.8	123 79.4	1 0.6	－ －	155 100.0
販売先	1 0.6	26 16.8	124 80.0	2 1.3	2 1.3	155 100.0

オンライン仕入先企業数（ランク別）［SA］

0社	1～9社	10～49社	50～99社	100～199社	200社以上	無回答	合計
31 20.0	39 25.2	35 22.6	9 5.8	9 5.8	11 7.1	21 13.5	155 100.0

オンライン仕入先企業数の増減傾向［SA］

	かなり減少	やや減少	変らない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
オンライン仕入先企業数	－ －	－ －	62 40.0	60 38.7	3 1.9	30 19.4	155 100.0
オンライン販売先企業数	－ －	1 0.6	36 23.2	86 55.5	7 4.5	25 16.1	155 100.0

オンライン販売先企業数（ランク別）［SA］

0社	1～9社	10～49社	50～99社	100社以上	無回答	合計
12 7.7	24 15.5	47 30.3	17 11.0	32 20.6	23 14.8	155 100.0

仕入・販売件数に占めるオンライン件数割合（ランク別）［SA］

	0%	～25%未満	25～50%未満	50～75%未満	75～100%未満	100%	無回答	合計
仕入	32 20.6	39 25.2	13 8.4	20 12.9	21 13.5	5 3.2	25 16.1	155 100.0
販売	14 9.0	45 29.0	18 11.6	25 16.1	26 16.8	3 1.9	24 15.5	155 100.0

仕入件数に占めるオンライン件数割合の増減傾向［SA］

	かなり減少	やや減少	変らない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
仕入	－ －	3 1.9	57 36.8	57 36.8	3 1.9	35 22.6	155 100.0
販売	－ －	2 1.3	31 20.0	91 58.7	4 2.6	27 17.4	155 100.0

仕入・販売での e - マーケットプレイス利用経験［SA］

	ない	ある	無回答	合計
仕入	146 94.2	5 3.2	4 2.6	155 100.0
販売	139 89.7	10 6.5	6 3.9	155 100.0

仕入・販売での今後 2～3 年の e - マーケットプレイス利用動向［SA］

	わからない	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
仕入	60 38.7	－ －	－ －	40 25.8	40 25.8	3 1.9	12 7.7	155 100.0
販売	59 38.1	－ －	－ －	32 20.6	43 27.7	8 5.2	13 8.4	155 100.0

主要仕入先（上位 10 社）とのオンライン仕様［SA］

	汎用的な標準（業界標準など）	仕入先側の（独自）仕様	自社側の（独自）仕様	その他	無回答	合計
プロトコル	77 49.7	28 18.1	13 8.4	9 5.8	28 18.1	155 100.0
フォーマット	69 44.5	33 21.3	19 12.3	9 5.8	25 16.1	155 100.0
データコード	66 42.6	28 18.1	27 17.4	7 4.5	27 17.4	155 100.0

主要販売先（上位 10 社）とのオンライン仕様［SA］

	汎用的な標準（業界標準など）	仕入先側の（独自）仕様	自社側の（独自）仕様	その他	無回答	合計
プロトコル	98 63.2	26 16.8	8 5.2	4 2.6	19 12.3	155 100.0
フォーマット	72 46.5	53 34.2	9 5.8	4 2.6	17 11.0	155 100.0
データコード	70 45.2	49 31.6	12 7.7	5 3.2	19 12.3	155 100.0

仕入先とのオンライン費用負担状況［SA］

	自社負担	仕入先負担	折半	その他	無回答	合計
ハードウェア費	85 54.8	20 12.9	11 7.1	9 5.8	30 19.4	155 100.0
ソフトウェア費	62 40.0	34 21.9	20 12.9	9 5.8	30 19.4	155 100.0
運用・通信費	50 32.3	37 23.9	23 14.8	14 9.0	31 20.0	155 100.0

販売先とのオンライン費用負担状況［SA］

	自社負担	販売先負担	折半	その他	無回答	合計
ハードウェア費	114 73.5	13 8.4	4 2.6	4 2.6	20 12.9	155 100.0
ソフトウェア費	115 74.2	10 6.5	7 4.5	3 1.9	20 12.9	155 100.0
運用・通信費	116 74.8	9 5.8	6 3.9	4 2.6	20 12.9	155 100.0

主要販売先への配送頻度・1 回当たり納品量の増減傾向［SA］

	かなり減少	やや減少	変らない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
主要販売先への配送頻度	2 1.3	14 9.0	51 32.9	79 51.0	7 4.5	2 1.3	155 100.0
1回当たり納品量	11 7.1	88 56.8	33 21.3	19 12.3	1 0.6	3 1.9	155 100.0

物流マネジメントの実施形態[SA]

	主に自社(子会社含む)で行っている	物流事業者の提案も取り込んで自社で行っている	物流事業者と共同で行っている	3PLなどにアウトソーシングしている	その他	無回答	合計
現状	90 58.1	21 13.5	27 17.4	6 3.9	4 2.6	7 4.5	155 100.0
将来予定	42 27.1	35 22.6	30 19.4	21 13.5	5 3.2	22 14.2	155 100.0

主要な委託物流企業との取引通算年数[SA]

1年未満	1年以上～5年未満	5年以上～10年未満	10年以上～20年未満	20年以上	無回答	合計
7 4.5	47 30.3	24 15.5	28 18.1	18 11.6	31 20.0	155 100.0

主要な委託物流企業との物流情報交換形態[SA]

帳票書類を利用して交換している	情報システムを利用してバッチ処理で交換している	情報システムを利用してリアルタイムで交換している	無回答	合計
63 40.6	32 20.6	21 13.5	39 25.2	155 100.0

委託物流企業と主要販売先との物流データ交換形態[SA]

交換していない	バッチ処理で交換している	リアルタイムで交換している	その他	無回答	合計
92 59.4	28 18.1	10 6.5	2 1.3	23 14.8	155 100.0

主要な委託物流企業の業務・機能に対する満足度[SA]

	わからない	不満	やや不満	どちらともいえない	やや満足	満足	無回答	合計
a配送業務	25 16.1	4 2.6	16 10.3	40 25.8	51 32.9	10 6.5	9 5.8	155 100.0
b保管業務	62 40.0	2 1.3	14 9.0	25 16.1	26 16.8	12 7.7	14 9.0	155 100.0
c荷役業務	52 33.5	2 1.3	12 7.7	32 20.6	33 21.3	11 7.1	13 8.4	155 100.0
d包装業務	82 52.9	1 0.6	5 3.2	23 14.8	16 10.3	9 5.8	19 12.3	155 100.0
e流通加工業務	84 54.2	2 1.3	4 2.6	20 12.9	21 13.5	5 3.2	19 12.3	155 100.0
f情報システム	69 44.5	4 2.6	14 9.0	28 18.1	19 12.3	5 3.2	16 10.3	155 100.0
g(自社に合った)ノウハウの蓄積	58 37.4	5 3.2	13 8.4	37 23.9	22 14.2	4 2.6	16 10.3	155 100.0
h物流システム提案	59 38.1	10 6.5	23 14.8	32 20.6	14 9.0	2 1.3	15 9.7	155 100.0
i(自社の)販売先との関係	54 34.8	2 1.3	8 5.2	44 28.4	25 16.1	7 4.5	15 9.7	155 100.0

販売先への輸配送形態[MA]

自社便（子会社含む）による配送	他社との共同配送	3PLによる配送	宅配便による配送	無回答	合計
97 62.6	63 40.6	59 38.1	67 43.2	2 1.3	155 －

輸配送に宅配便を利用する形態[MA]

遠隔地への納品	限定製品の納品	零細取引先への納品	納品先からの要請	緊急納品	その他	無回答	合計
41 61.2	12 17.9	16 23.9	19 28.4	39 58.2	5 7.5	2 3.0	67 －

今後の宅配便利用量の増減傾向［SA］

かなり減少	やや減少	変らない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
2 3.0	6 9.0	30 44.8	25 37.3	3 4.5	1 1.5	67 100.0

オンライン取引や情報システム化のメリット・効果[MA]

伝票・帳票類の削減（ペーパレス化）	在庫管理業務の効率化	在庫量の圧縮化	新たな企業との取引開始	リアルタイムな経営管理支援	市場・購買データの販売への活用	販売先の在庫状況に応じた出荷	取引条件(価格、納品頻度など)の平準化
109 70.3	93 60.0	62 40.0	26 16.8	49 31.6	43 27.7	36 23.2	22 14.2

社内の情報化・標準化の推進	受発注業務の効率化	納期の短縮化	価格に応じた（安価な）仕入れ	効率的な生産計画の作成・管理	取引先との連携強化	旧来の商慣行の変革	その他
82 52.9	131 84.5	50 32.3	6 3.9	25 16.1	69 44.5	31 20.0	3 1.9

無回答	合計
5 3.2	155 －

オンライン化促進の阻害要因[MA]

直接対面でやりとりしないと取引が成立しない	オンライン化が進むと従来の商慣行や取引関係が崩れる	新商品や廃番商品が多い（商品マスター管理が煩雑）	定番品の比率が低い（商品マスター管理が煩雑）	オンライン取引に対応できないメーカーが多い	オンライン取引に対応できない卸売業が多い	オンライン取引に対応できない小売業が多い	取引条件などがオープンでない
30 19.4	14 9.0	60 38.7	31 20.0	72 46.5	24 15.5	84 54.2	28 18.1

取引先が販売情報や在庫情報を提供してくれない	経営トップがオンライン化のメリットを理解していない	フォーマットなどの仕様の標準化が普及していない	取引先との費用負担（ハード、ソフト、通信費等）が適正でない	オンライン取引で交換できるデータの種類が少ない	取引情報が競争相手などに漏れる恐れがある	インターネットなどの情報セキュリティに不安がある	その他
18 11.6	7 4.5	52 33.5	53 34.2	19 12.3	18 11.6	27 17.4	4 2.6

とくに問題はない	無回答	合計
7 4.5	5 3.2	155 －

最新年度売上高（ランク別）[SA]

4,999百万円以下	5,000～9,999百万円	10,000～49,999百万円	50,000～99,999百万円	100,000百万円以上	無回答	合計
33 21.3	50 32.3	49 31.6	9 5.8	11 7.1	3 1.9	155 100.0

【小　売　業】

主要な業態[SA]

総合スーパー	食品スーパー	衣料品スーパー	ホームセンター	ドラッグストア	コンビニエンスストア	ディスカウントストア	専門店
8 6.5	56 45.5	4 3.3	2 1.6	2 1.6	11 8.9	1 0.8	25 20.3

一般小売店	その他	無回答	合計
－ －	4 3.3	10 8.1	123 100.0

取扱アイテム数（ランク別）[SA]

999アイテム以下	1,000から4,999アイテム	5,000～9,999アイテム	10,000～49,999アイテム	50,000～99,999アイテム	100,000アイテム以上	無回答	合計
12 9.8	15 12.2	27 22.0	37 30.1	11 8.9	8 6.5	13 10.6	123 100.0

商品マスター登録割合（ランク別）[SA]

50%未満	50～70%未満	70～90%未満	90～100%未満	100%	無回答	合計
4 3.3	3 2.4	21 17.1	33 26.8	50 40.7	12 9.8	123 100.0

取扱アイテム数・商品マスター登録割合の増減傾向[SA]

	かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
取扱アイテム数	1 0.8	20 16.3	24 19.5	65 52.8	9 7.3	4 3.3	123 100.0
商品マスター登録割合	－ －	10 8.1	33 26.8	64 52.0	12 9.8	4 3.3	123 100.0

売上高の増減傾向[SA]

かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
19 15.4	33 26.8	17 13.8	44 35.8	9 7.3	1 0.8	123 100.0

注：最新年度売上高（ランク別）[SA]は P.125 参照

主な商圏[SA]

所在・隣接する都道府県	所在する地方（関東地方）	東日本地域	西日本地域	ほぼ全国的	無回答	合計
72	21	1	―	24	5	123
58.5	17.1	0.8	―	19.5	4.1	100.0

情報システムの管理部門[MA]

情報システム部（部門）	総務部（部門）	営業部（部門）	商品部（部門）	その他	無回答	合計
59	41	20	19	12	1	123
48.0	33.3	16.3	15.4	9.8	0.8	-

情報システム開発体制[SA]

主として自社開発	主として自社系列会社で開発	主として外部委託	その他	無回答	合計
26	8	87	2	-	123
21.1	6.5	70.7	1.6	-	100.0

仕入先企業数（ランク別）[SA]

99社以下	100～199社	200～499社	500～999社	1,000社以上	無回答	合計
23	38	45	7	5	5	123
18.7	30.9	36.6	5.7	4.1	4.1	100.0

仕入先企業数の増減傾向[SA]

かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
4	24	46	41	5	3	123
3.3	19.5	37.4	33.3	4.1	2.4	100.0

主要仕入先（上位 10 社）の金額割合（ランク別）[SA]

50%未満	50～70%未満	70～80%未満	80～90%未満	90～100%未満	100%	無回答	合計
51	28	15	12	5	4	8	123
41.5	22.8	12.2	9.8	4.1	3.3	6.5	100.0

主要仕入先（上位 10 社）金額割合の増減傾向[SA]

かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
1 0.8	33 26.8	38 30.9	41 33.3	4 3.3	6 4.9	123 100.0

仕入先に求める機能・要件の重要度［SA］

	全く重視していない	あまり重視していない	やや重視している	重視している	非常に重視している	無回答	合計
a長年に渡る取引関係を有していること	5 4.1	40 32.5	48 39.0	20 16.3	6 4.9	4 3.3	123 100.0
b品質（商品・原材料）の安定性	－ －	1 0.8	8 6.5	59 48.0	53 43.1	2 1.6	123 100.0
c供給（商品・原材料）の安定性	－ －	－ －	5 4.1	61 49.6	55 44.7	2 1.6	123 100.0
d取引条件が透明・明確なこと	－ －	3 2.4	27 22.0	51 41.5	39 31.7	3 2.4	123 100.0
e価格が安いこと	2 1.6	8 6.5	22 17.9	56 45.5	32 26.0	3 2.4	123 100.0
f品揃えが豊富なこと	1 0.8	16 13.0	24 19.5	57 46.3	22 17.9	3 2.4	123 100.0
g販売企画提案が優れていること	2 1.6	8 6.5	35 28.5	49 39.8	26 21.1	3 2.4	123 100.0
h販売支援（人的、資金的）があること	11 8.9	39 31.7	35 28.5	25 20.3	9 7.3	4 3.3	123 100.0
i在庫管理が適切なこと	1 0.8	4 3.3	16 13.0	53 43.1	45 36.6	4 3.3	123 100.0
j市場動向や販売情報を提供してくれること	－ －	9 7.3	32 26.0	52 42.3	26 21.1	4 3.3	123 100.0
k情報システムに親和性があること	3 2.4	37 30.1	35 28.5	33 26.8	12 9.8	3 2.4	123 100.0
l(ｵﾝﾗｲﾝで)容易に取引を開始できること	8 6.5	38 30.9	34 27.6	29 23.6	11 8.9	3 2.4	123 100.0
m経営者の理念・人柄	1 0.8	20 16.3	42 34.1	43 35.0	14 11.4	3 2.4	123 100.0
n経営の安定性	－ －	7 5.7	30 24.4	55 44.7	29 23.6	2 1.6	123 100.0

仕入先とのオンライン取引形態の状況[MA]

EDI	インターネットEDI	EOS	その他	全く行っていない	無回答	合計
21 17.1	8 6.5	82 66.7	5 4.1	18 14.6	8 6.5	123 －

仕入先との間の VAN 利用形態[SA]

全てのデータ	一部のデータ	未利用（利用予定あり）	未利用（利用予定なし）	無回答	合計
12	51	14	46	−	123
9.8	41.5	11.4	37.4	−	100.0

仕入先に対する「オンライン取引」条件化の状況[SA]

必須の取引条件としている	基本的に取引条件としている	取引条件としていない	その他	無回答	合計
7	45	70	1	−	123
5.7	36.6	56.9	0.8	−	100.0

オンライン仕入先企業数（ランク別）[SA]

0社	1～9社	10～49社	50～99社	100～199社	200社以上	無回答	合計
14	14	36	15	17	16	11	123
11.4	11.4	29.3	12.2	13.8	13.0	8.9	100.0

オンライン仕入先企業数の増減傾向[SA]

かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
−	2	52	50	3	16	123
−	1.6	42.3	40.7	2.4	13.0	100.0

仕入件数に占めるオンライン件数割合（ランク別）[SA]

0%	～50%未満	50～75%未満	75～90%未満	90～100%未満	100%	無回答	合計
11	25	25	11	26	3	22	123
8.9	20.3	20.3	8.9	21.1	2.4	17.9	100.0

仕入件数に占めるオンライン件数割合の増減傾向[SA]

かなり減少	やや減少	変わらない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
−	1	49	49	3	21	123
−	0.8	39.8	39.8	2.4	17.1	100.0

仕入での e - マーケットプレイス利用経験[SA]

ない	ある	無回答	合計
115 93.5	3 2.4	5 4.1	123 100.0

仕入での今後 2～3 年の e - マーケットプレイス利用動向[SA]

わからない	かなり減少	やや減少	変らない	やや増加	かなり増加	無回答	合計
57 46.3	－ －	3 2.4	22 17.9	20 16.3	5 4.1	16 13.0	123 100.0

主要仕入先（上位 10 社）とのオンライン取引仕様[SA]

	汎用的な標準（業界標準など）	仕入先側の（独自）仕様	自社側の（独自）仕様	その他	無回答	合計
プロトコル	65 52.8	10 8.1	19 15.4	5 4.1	24 19.5	123 100.0
フォーマット	60 48.8	15 12.2	25 20.3	4 3.3	19 15.4	123 100.0
データコード	55 44.7	12 9.8	31 25.2	2 1.6	23 18.7	123 100.0

仕入先とのオンライン取引費用負担状況[SA]

	自社負担	仕入先負担	折半	その他	無回答	合計
ハードウェア費	62 50.4	23 18.7	16 13.0	1 0.8	21 17.1	123 100.0
ソフトウェア費	62 50.4	23 18.7	15 12.2	2 1.6	21 17.1	123 100.0
運用・通信費	29 23.6	39 31.7	33 26.8	2 1.6	20 16.3	123 100.0

オンライン取引や情報システム化のメリット・効果[MA]

伝票・帳票類の削減（ペーパレス化）	在庫管理業務の効率化	在庫量の圧縮化	新たな企業との取引開始	リアルタイムな経営管理支援	市場・購買データの販売への活用	販売先の在庫状況に応じた出荷	取引条件(価格、納品頻度など)の平準化
79 64.2	48 39.0	35 28.5	6 4.9	21 17.1	17 13.8	10 8.1	25 20.3

社内の情報化・標準化の推進	受発注業務の効率化	納期の短縮化	価格に応じた（安価な）仕入れ	効率的な生産計画の作成・管理	取引先との連携強化	旧来の商慣行の変革	その他
40 32.5	101 82.1	48 39.0	14 11.4	8 6.5	32 26.0	6 4.9	1 0.8

無回答	合計
7 5.7	123 －

オンライン化促進の阻害要因[MA]

対面でやりとりしないと取引が成立しない	オンライン化が進むと従来の商慣行や取引関係が崩れる	新商品や廃番商品が多い（商品マスター管理が煩雑）	定番品の比率が低い（商品マスター管理が煩雑）	オンライン取引に対応できないメーカーが多い	オンライン取引に対応できない卸売業が多い	オンライン取引に対応できない小売業が多い	取引条件などがオープンでない
20 16.3	1 0.8	46 37.4	23 18.7	32 26.0	40 32.5	8 6.5	5 4.1

取引先が販売情報や在庫情報を提供してくれない	経営トップがオンライン化のメリットを理解していない	フォーマットなどの仕様の標準化が普及していない	取引先との費用負担（ハード、ソフト、通信費等）が適正でない	オンライン取引で交換できるデータの種類が少ない	取引情報が競争相手などに漏れる恐れがある	インターネットなどの情報セキュリティに不安がある	その他
6 4.9	2 1.6	30 24.4	17 13.8	19 15.4	5 4.1	20 16.3	1 0.8

とくに問題はない	無回答	合計
17 13.8	7 5.7	123 －

最新年度売上高（ランク別）［SA］

2,500百万円未満	2,500～5,000百万円未満	5,000～10,000百万円未満	10,000～100,000百万円未満	100,000百万円以上	無回答	合計
30 24.4	23 18.7	24 19.5	39 31.7	6 4.9	1 0.8	123 100.0