

EC基礎講座(全11回)

第1回:ECマース業界を理解しよう!

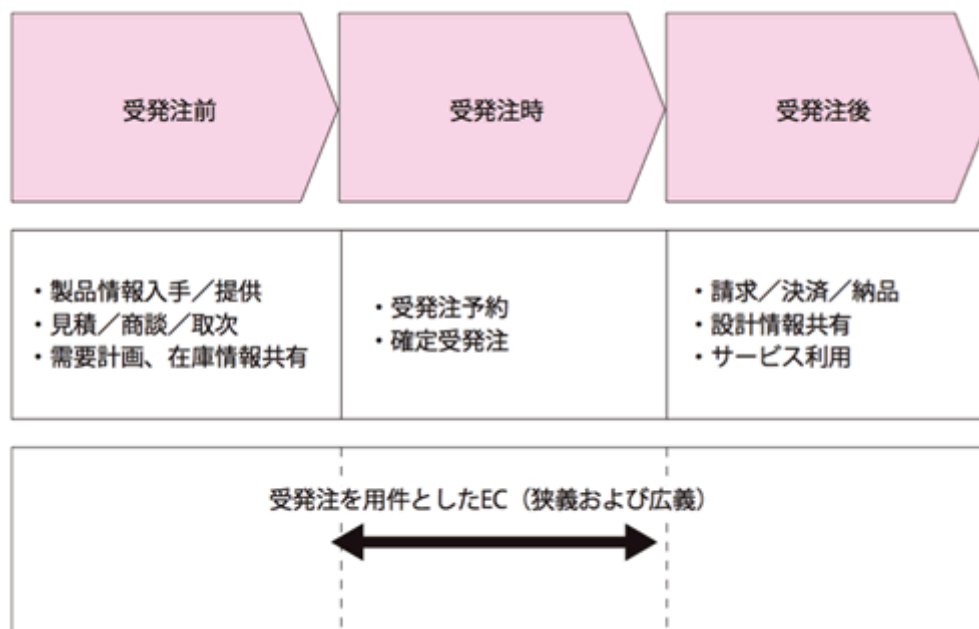
執筆:杉浦 治(一般財団法人 ネットショップ能力認定機構)

第1回は、「ECマース業界」ってどんな業界なんだろう?という疑問にお答えします。この業界が注目されている理由は、成長が頭打ちの日本経済において、右肩上がり伸びている珍しい業界だからです。

ECマースの定義

OECD(経済協力開発機構)は、ECマースを下記のように定義をしています。

『コンピュータを媒体としたネットワーク上で行われる「財・サービス」の販売または購入のこと』

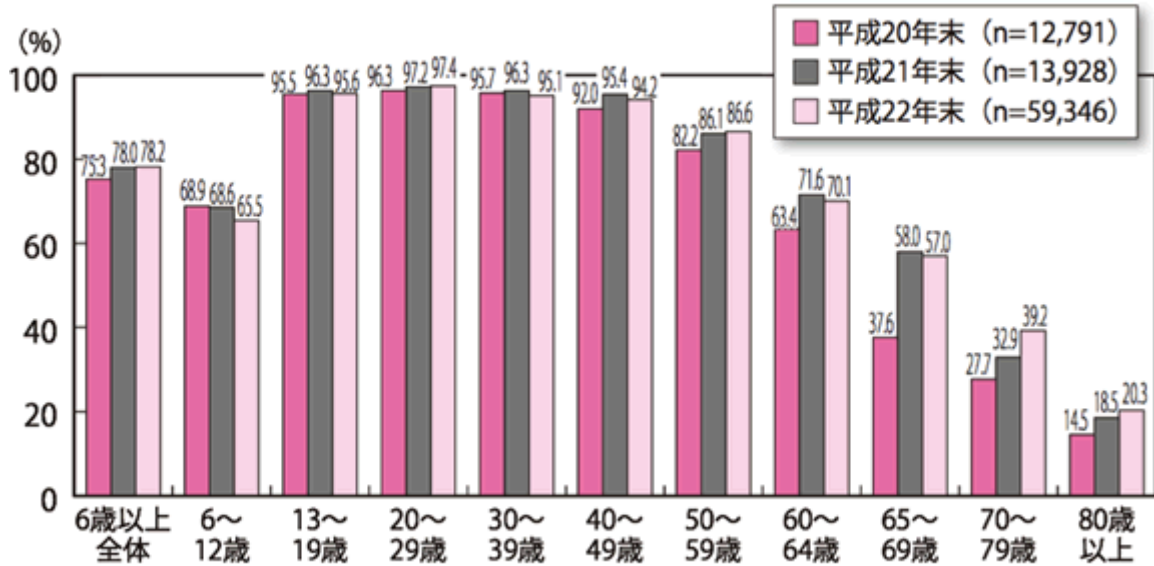


よって、「インターネットで情報収集したけど店頭で購入した」とか、「電話で購入申込をした」というのは、統計上ではECマースに含まれません。ECマースのうち、消費者向けの取引が通称「ネットショップ」です。

ECマースが伸びている背景

さて、いまや国内ほとんどの生活者がインターネットユーザーです。

年齢階級別インターネット利用率の推移（個人）

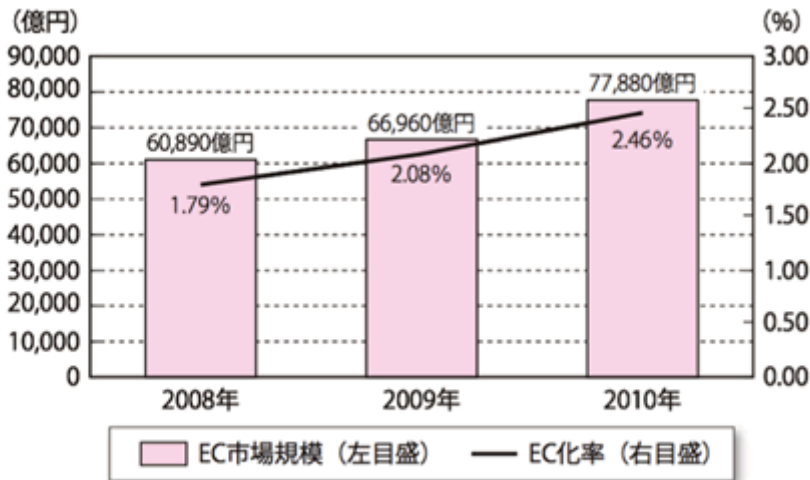


出典：「平成22年通信利用動向調査の結果」（総務省）

上のグラフでも分かるように、60～64才で70%、65～69才で57%がインターネットユーザーですので、20年後には80～84才で70%というように、年々すべての年代でネットユーザーが増えることが分かります。

Eコマースの市場規模

このようなことを背景に、国全体の消費が伸びない日本においても、消費者向けEコマース（ネットショップ）は右肩上がりで伸びているのです。日本のEコマース市場は、2010年で7.8兆円となっており、2015年には12兆円程度になると予想されています。



出典：「平成22年度我が国情報経済社会における基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書」（経済産業省）

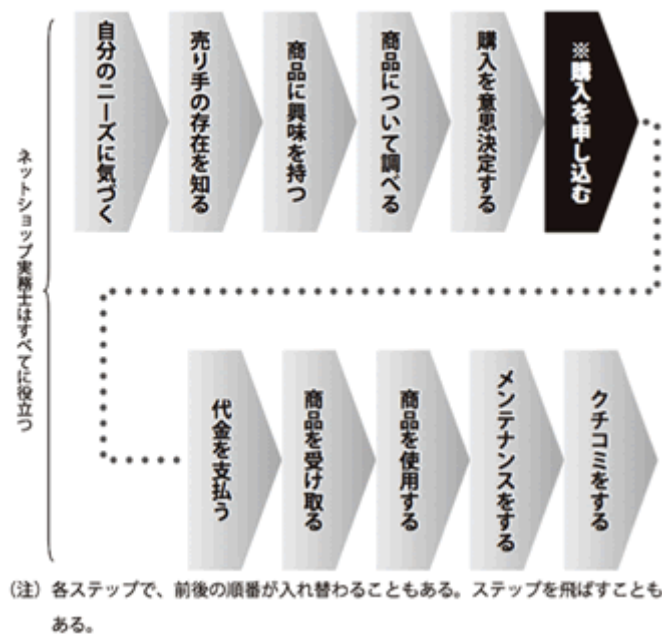
消費者向けEコマース市場の規模は、いまや百貨店業界よりも大きく、コンビニエンスストアと同規模に達しています。それだけ、この業界で働いている就労者は多く、また市場の伸びとともに就労者が増えることが予想できます。



ちなみに、ここまでのお話は統計上のEコマース、すなわちネットで受発注をしている金額だけでした。一方で、ネットの評判をみて商品やレストランを選んだけれども、店に行ってから購入を申し出た、というケースが多いのも事実です。インターネットは、統計上のEコマース以外にも大きな影響を与えています。

インターネットが消費に与える影響範囲

下記の図は、消費者の購買プロセスをまとめたものです。現実的には、インターネットはこのすべてのプロセスに影響を与えています。これらを試算すると、インターネットは20兆円以上の消費に影響を与えているそうです。消費者向けEコマース(ネットショップ)の知識は、そのすべてに役立ちます。



Eコマースの今後

最後に今後のこととお話しします。もっとも重要なキーワードは「スマートフォン」と「ソーシャルメディア」です。Yahoo! JAPANが2012年4月に発表した資料によると、2008年9月～2012年3月の間に、スマートフォンでの検索数は300倍、Yahoo! ショッピングの閲覧数は4600倍になったとそうです。

インターネットメディアが消費者の心理に与える影響は大きいので、今後も動向をチェックする必要があります。Eコマースに影響を与えそうなニュースは、ネットショップ能力認定機構のホームページ内にある、「EC業界ニュース」をご覧ください。

杉浦 治(すぎうら・おさむ)

一般財団法人ネットショップ能力認定機構 理事



2002年デジタルハリウッド株式会社取締役就任。IT業界における経営スペシャリスト育成やEC事業者向け研修開発を行う。2010年4月「ネットショップ能力認定機構」設立。ネットショップ運営能力を測る「ネットショップ検定」を主催し、自ら講師として全国でセミナーを実施。