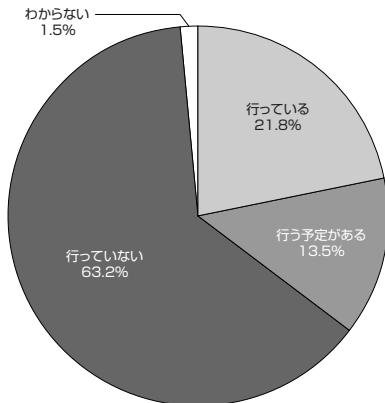
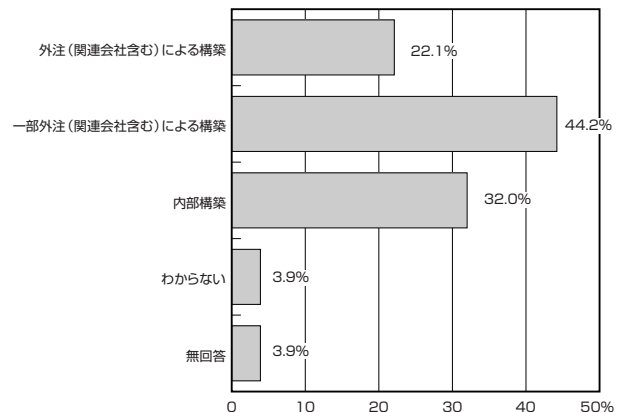


資料1-4-40 一般消費者向け商取引 (B2C) の取り組み有無 N=1,662



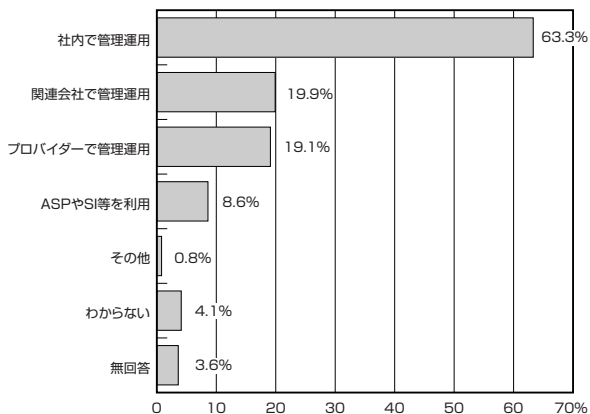
インターネット白書2001 ©インプレス, Access Media International,2001

資料1-4-41 一般消費者向け商取引 (B2C) の構築形態 N=362



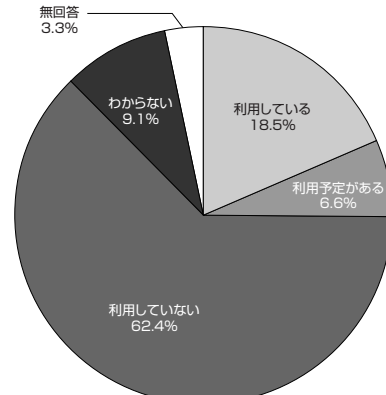
インターネット白書2001 ©インプレス, Access Media International,2001

資料1-4-42 一般消費者向け商取引 (B2C) の管理運用先 N=362



インターネット白書2001 ©インプレス, Access Media International,2001

資料1-4-43 一般消費者向け商取引 (B2C) 運用のためのインターネットデータセンター (iDC) 利用有無 N=362



インターネット白書2001 ©インプレス, Access Media International,2001

解説

今回の調査で回答企業のうちB2Cを行っているのは21.8%に上り、昨年の14.7%から増加している。予定を含めると全体の3割以上がすでに取り組んでいることになり、昨年からのB2Cへの取り組みは加速しているといえるだろう。

B2Cの構築形態の主流は「一部外注 (関連会社を含む) による構築」で、イントラネットと異なり、外部の協力の必要性が高いことがうかがえる。

構築同様、B2Cの管理運用先についても聞いているが、こちらは大半が「社内で管理運用」を行っている。従業員規模

別でみると、「関連会社で管理運用」しているのは1000人～4999人規模や1万人規模で多くなっている。また、「ASP (アプリケーション・サービス・プロバイダー) やSI等を利用している」比率が相対的に高いのは0人～9人や10人～49人規模の企業である。

B2CやB2Bでは質の高い回線やシステムの安全稼働が求められるが、今年はB2C運用のためのインターネットデータセンター (iDC) の利用有無についても聞いている。

B2C構築企業のiDC利用率は18.5%

と、先にみたイントラネットのための利用率の2倍以上となっている。従業員規模別の特徴は、10人～49人と50人～99人規模において「利用予定がある」比率が高い点で、今後この規模の企業がB2CにおけるiDC利用に注目していることがわかる。

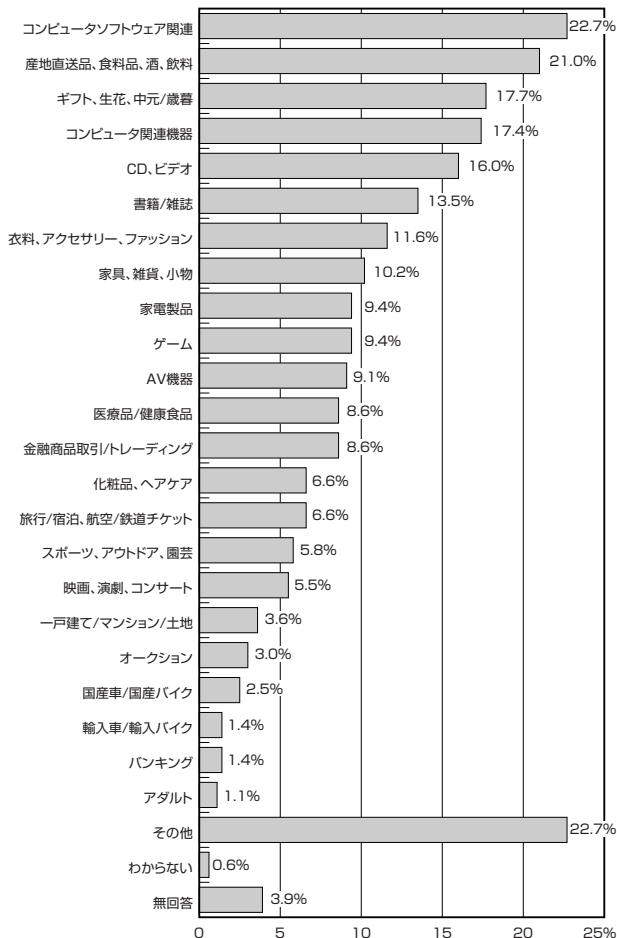
(矢野さよみ アクセスメディアインターナショナル株式会社)

第4章 企業

ECへの取り組み

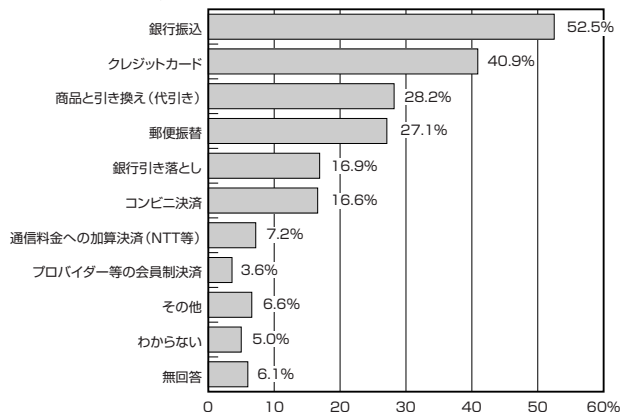
提供サービスの幅は拡大の傾向

資料 1-4-44 一般消費者向け商取引 (B2C) で販売、予約受付している製品・サービスの分野 N=362



インターネット白書2001 ©インプレス、Access Media International,2001

資料 1-4-45 一般消費者向け商取引 (B2C) の料金回収のための決済方法 N=362



インターネット白書2001 ©インプレス、Access Media International,2001

解説

B2Cサイトで販売されている製品/サービスは、先にみたようにインターネット個人利用者の購入製品/サービス分野の傾向とは変わってきている。大きく異なるのは個人利用者の実際の購入で1位に挙げられた「旅行/宿泊、航空/鉄道チケット」や2位に挙げられた「書籍/雑誌」が低い点である。これらの分野は大手の独占が強く後発が参入しにくいのは当然だが、実際にB2Cでは消費者の欲求に供給側が追いついていないのも確かである。ただ、昨年と比べると、遅ればせながら個人利用者の購入傾向を後追いする形で、

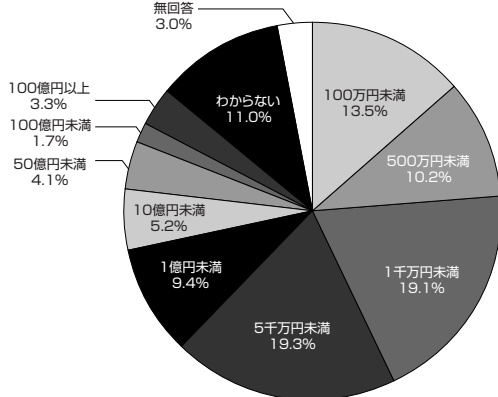
コンピュータ関連製品が減少する傾向がみられる。また、全体的に各分野の数値も少しずつ上がっており、B2Cによる製品/サービスの幅は広がっている。

B2Cの料金回収のための決済方法は昨年から比べると変化が大きい。1位の「銀行振込」は変わらないが、2位の「クレジットカード」は昨年の32.1%が今年40.9%に増加している。また、昨年7.3%だった「コンビニ決済」も今年16.6%となっており、インターネット個人利用者の決済状況に傾向が近づいている。さらに、今年追加した「通信料金への加算

決済 (NTT等)」という選択肢はインターネット個人利用者の実際の利用率よりも高くなっており、企業側の課金回収のリスクはなるべく自社で負いたくないという姿勢がうかがえる。従業員規模別での特徴は、50人未満の小企業で多くの決済手段が採用されており、平均1企業当たり2.11種類に対して、0人～9人規模では2.95、10人～49人規模では2.41採用されている点である。

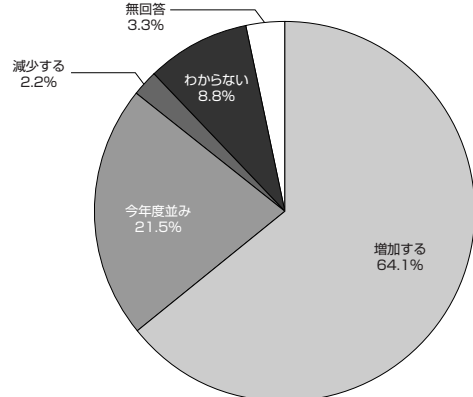
昨年に引き続き、ECでの現在の売上金額を聞いた。「100万円未満」や「500万円未満」が中心であった昨年に比べると、

資料1-4-46 一般消費者向け商取引 (B2C) の2000年度1年間の売上 N=362



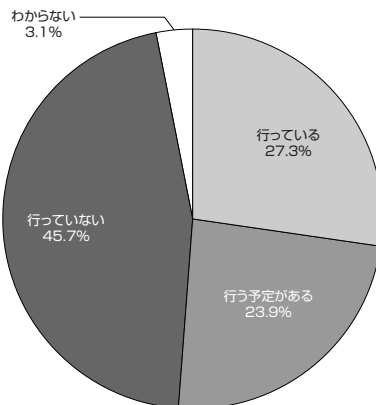
インターネット白書2001 ©インプレス, Access Media International,2001

資料1-4-47 一般消費者向け商取引 (B2C) 2001年度の売上増減予測 N=362



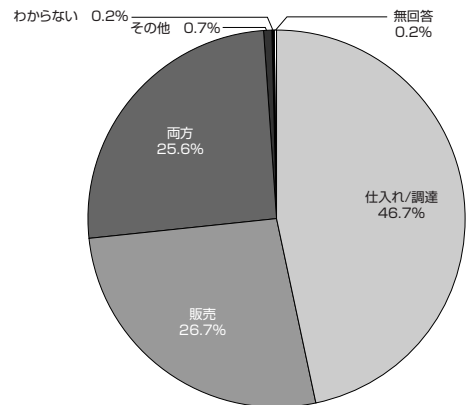
インターネット白書2001 ©インプレス, Access Media International,2001

資料1-4-48 企業間取引 (B2B) の取り組み有無 N=1,662



インターネット白書2001 ©インプレス, Access Media International,2001

資料1-4-49 取り組んでいる企業間取引 (B2B) の種類 N=454



インターネット白書2001 ©インプレス, Access Media International,2001

解説

今年では全体的に売上は大きく伸びている。昨年では1億円以上の売上があるのはB2Cを行っている企業全体の約6%に過ぎなかったが、今年1億円以上の売上があるのは13.8%に上る。これは昨年非常に楽観的だった売上予測と符号する。今後の売上予測に関しても悲観的ではなく「減少する」という回答は2.2%に過ぎない。昨年の楽観予測に比べると「今年度並み」という回答が増えているが、従業員規模別では、特に100人未満の規模で「増加する」という回答が多く挙げられている。

B2Bへの取り組みをすでに行っている

企業はB2Cより高く、27.3%に上る。昨年の12.5%から倍増しており、企業のECへの取り組みとしては昨年から今年にかけてB2Bが活発化したことがこのデータからわかる。また、「行う予定がある」を含むとインターネット利用企業の半数以上がB2Bに取り組んでいることになる。B2C同様従業員規模別でみると、5000人以上の規模での取り組みがやや多いがそれ以下の規模では差が小さい。

すでにB2Bを行っている企業に対して取り組んでいるB2Bの種類を大きく3つに分けて聞いたのが資料1-4-49の円グラ

フである。最も多いのは「仕入れ/調達」に関するB2Bで、いわゆる合見積もりやeマーケットプレイスといった種類である。当然、ここにはオープンなものから従来の取引先との電子化まで幅広く含まれる。「販売」についても26.7%みられるが、これも対象先は「仕入れ/調達」同様である。また、「両方」という回答も25.6%あり、これにはおそらく「仕入れ/調達」から「販売」までを統合したB2Bが含まれていると考えられる。

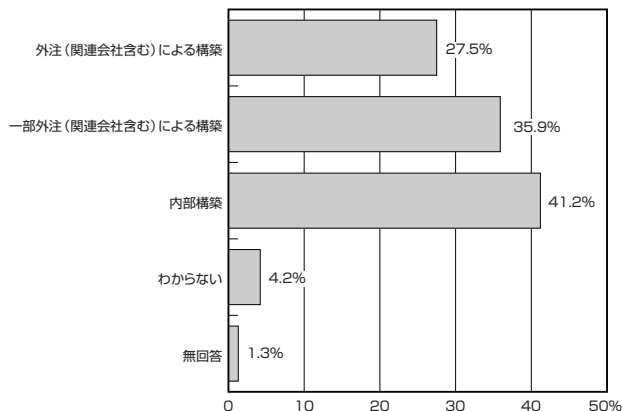
(矢野さよみ アクセスメディアインターナショナル株式会社)

第4章 企業

ECへの取り組み

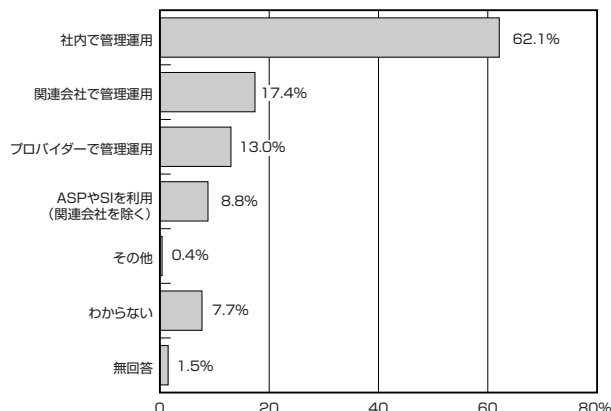
内部構築が主流のB2B運用

資料1-4-50 企業間取引(B2B)の構築形態 N=454



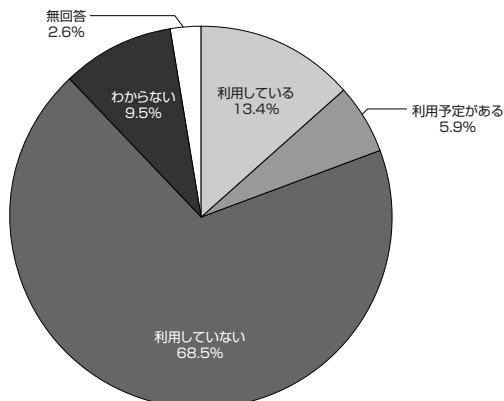
インターネット白書2001 ©インプレス, Access Media International,2001

資料1-4-51 企業間取引(B2B)の管理運用先 N=454



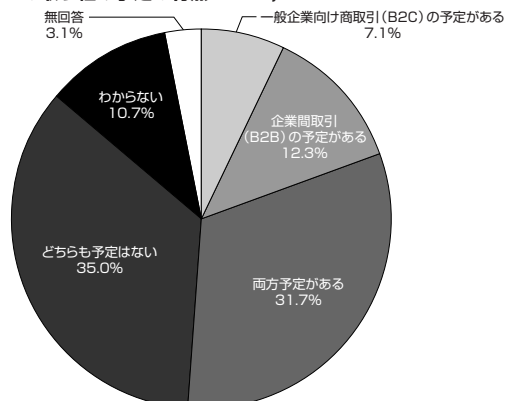
インターネット白書2001 ©インプレス, Access Media International,2001

資料1-4-52 企業間取引(B2B)運用のためのインターネットデータセンター(iDC)利用有無 N=454



インターネット白書2001 ©インプレス, Access Media International,2001

資料1-4-53 今後、一般消費者向け商取引(B2C)や企業間取引(B2B)の取り組み予定の有無 N=1,321



インターネット白書2001 ©インプレス, Access Media International,2001

解説

今年はB2C同様、B2Bについても構築形態、運用管理先、iDCの利用有無を聞いている(資料1-40-50~53)。

B2Bの構築形態はB2Cと異なり、「内部構築」が主流である。B2Bはこれまでの企業取引先や得意先との商取引の延長線上にある場合が多い。そのため、むしろそれまでの商習慣や独自のシステムを電子化し、B2B化の際に、うまく継承することが優先するためであると推測できる。

B2Bの管理運用先はB2Cと同様、「社内で管理運用」する場合が多い。B2Cと

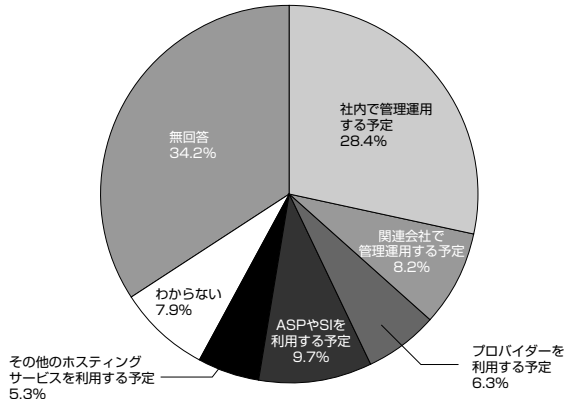
比較すると、外部に任せない比率がやや高い。

B2B運用のためにiDCを利用しているのは13.4%と、先にみたB2Cに比べるとやや低い。iDCはまさに外部にあるため、任せない傾向がさらに強く出ている。その懸念がアウトソーシングするメリットと相殺されていると思われる。

現在B2CやB2Bを全く行っていない、あるいはどちらかしか行っていない企業に今後の取り組み予定を聞いたのが資料1-4-53である。「どちらも予定はない」が35.0%である一方、「両方予定がある」も

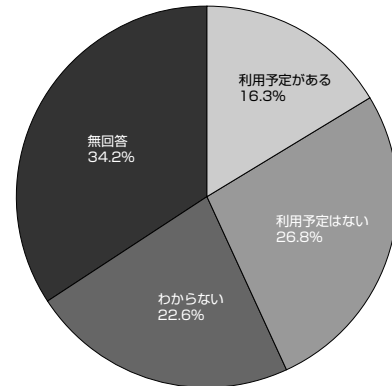
31.7%あり、半数以上は今後何らかのEC活動に取り組む予定であることがわかる。

資料1-4-54 一般消費者向け商取引 (B2C) の管理運用先予定 N=380



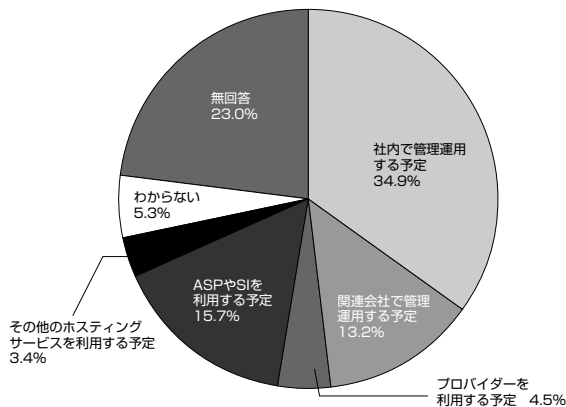
インターネット白書2001 ©インプレス, Access Media International,2001

資料1-4-55 一般消費者向け商取引 (B2C) 運用のためのインターネットデータセンター (iDC) の利用予定 N=380



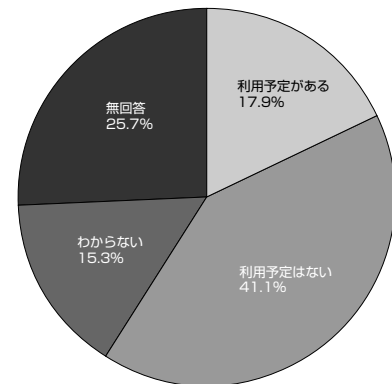
インターネット白書2001 ©インプレス, Access Media International,2001

資料1-4-56 企業間取引 (B2B) の管理運用先予定 N=470



インターネット白書2001 ©インプレス, Access Media International,2001

資料1-4-57 企業間取引 (B2B) 運用のためのインターネットデータセンター (iDC) 利用予定 N=470



インターネット白書2001 ©インプレス, Access Media International,2001

解説

資料1-4-54～57は現在B2CやB2Bを全く行っていない、あるいはどちらかしか行っていない企業の今後の取り組み予定として具体的な管理運用先やiDCの利用予定を聞いている。予定のことなので全体に無回答が多い点に留意されたい。

B2Cの管理運用先予定は現状と比較すると「ASPやSIを利用する予定」が高い傾向がある。

また、運用のためのiDC利用予定については「無回答」や「わからない」が多く、「利用予定がある」(16.3%)は、現状の利用率(18.5%)を下回っている。

これは、具体的にそこまでの予定はないという意味で、利用意向がないわけではない。iDCを利用するメリット、デメリットに対して、まだ判断がつかない段階にあると考えられる。

B2Bについても同様に現状と比較してみると、管理運用先予定については、B2C同様「ASPやSIを利用する予定」が高い傾向がみられる。数値的にはB2Cの「ASPやSIを利用する予定」を上回っており、今後取り組む企業にとってはB2Bに関するASP、SIの注目度が高いことがうかがえる。

B2B運用のためのiDC利用予定については「利用予定がある」比率はB2Cと似ており、17.9%を占める。現在すでにB2Bに取り組んでいる企業(13.4%)との比較では高くなっており、全般にB2Cに比べてB2Bに対する取り組み予定のほうやや積極的に見受けられる。

(矢野さよみ アクセスマディアインターナショナル株式会社)



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp