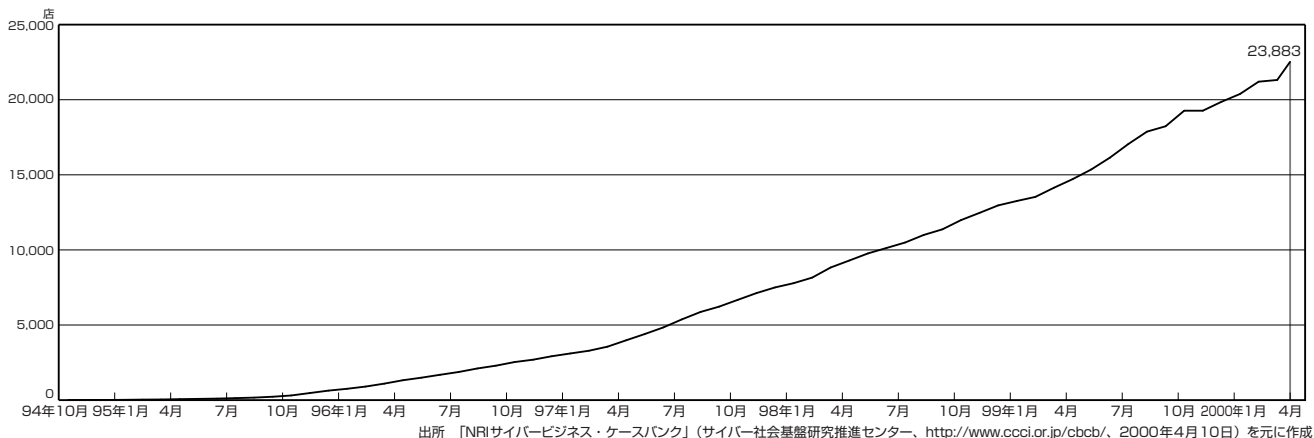


第1章 小売・仲介、代行

市場規模

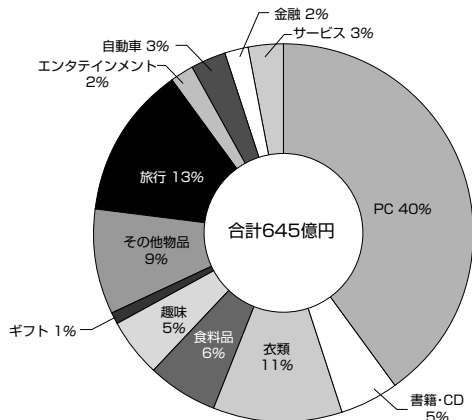
消費者向けの市場規模1年で5倍以上

資料2-1-1 オンライン店舗出店数推移

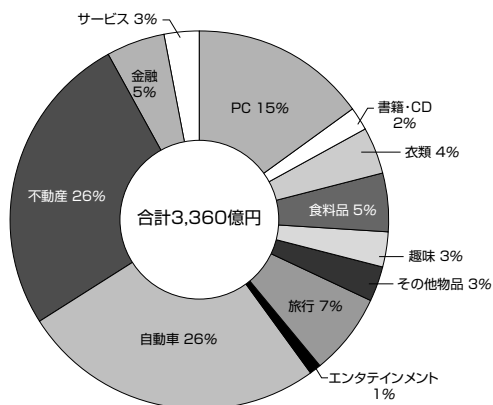


資料2-1-2 B to Cの市場規模(1998年、1999年)

■1998年



■1999年



出所 「日本の消費者向け(B to C)電子商取引市場」(電子商取引実証推進委員会・アンダーセンコンサルティング2000年1月) を元に作成

解説

仲介型ビジネス誕生

従来日本の市場は専門店やモール等の小売形態が主流であったが、1999年後半あたりからオークション、マッチングといった仲介型のビジネスモデルも続々誕生。市場は活況を呈している。1995年3月にはわずか41店であった店舗数は2000年4月には23000店を越え、この1年で8000店あまり増加している(資料2-1-1)。

ネット完結型の市場規模は1400億円

消費者向けの市場規模は1999年時点で3360億円。1998年時点の645億円対比5倍以上の伸びを示した(資料2-1-2)。ただしこの数字には、住宅、自動車等、ネットで見込み客を集め、それを販売に活用した実績も含まれている。いわば広義のECとしてのとらえ方だ。したがって、ネットで購買プロセスが完結する

「ネット完結型」の市場規模は1999年で1400億円程度である(資料2-1-3)。現状では、ネットを顧客紹介の場として活用する不動産、自動車、旅行等の市場が先行しており、ネット完結型の販売では、「PC及び関連製品」が510億円程度、次いで「食料品」(170億円)が先行している。

EC利用経験率6割弱

市場の拡大の背景には、消費者側の利用率の高まりが大きく関わっている。EC利用経験率は1995年時点ではわずか10%であったが、1999年11月時点では56%程度と6割弱にまで上昇している(資料2-1-4)。また最近インターネットユーザーに占める女性比率の上昇も著しく、特にここ1年は新規ユーザーの半数弱が女性である。消



[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