

第2章 小売・仲介

ネットスーパー

惣菜宅配含めて競争激しく
即日・翌日配送でシェア奪えるか

“ネットスーパー”という、とても新しい感じがするが、これまでも生鮮食品などを宅配する業態は存在した。違いは、商品紹介と受注手段にインターネットを用いるかどうかである。生鮮品宅配の代表的存在には生協があり、大地を守る会などの有機栽培野菜の宅配がある。これらは、近隣にスーパーがあろうとなかろうと“こだわり”のある層に支持されてきた。農林漁業金融公庫の「家庭における食生活に関する調査」を見ても、生協のシェアは35.1%と圧倒的だ。

こうした従来型の宅配より“ネットスーパー”が優れている点は、インターネットの即時性を生かした素早い配送だ。ネットスーパーと名乗っていても配送に1週間以上かかる企業もあるが、今回資料2-2-12で取り上げたのは、生鮮宅配の大御所、生協を除くと、ネットの即時性を生かし、受注当日～翌々日配送を実現している企業である。

だが、米国ではこうした精度の高い配送を実現するために、自社で高度な物流システムを構築した先行投資を回収できない例も出ている。“冷凍”“冷蔵”品を商品ラインナップに含むなら、なおさら物流経費はかさむ。腐るものだけに、在庫リスクも極めて高い。となると、コスト面ではやはり既存の物流拠点を持つ生協・

通販企業、そして既存店舗を活用できるスーパーが有利である。

さらに、同じ地域で競合しやすいことも問題だ。ネットスーパーは、素早い配送を行うだけに細かい拠点作りが必要になる。したがって、配送に1～2週間かけても問題がない過疎地や近辺にスーパーがない地域よりも、近隣にスーパーはあるが“購入に行く時間がない（またはお金より時間が貴重と考えている）”あるいは“有機・無農薬にこだわりがある”といった層がメインターゲットになる。そのため、資料2-2-12からもわかるように東京都心部での展開が中心となっている。

そして、客単価も課題だ。ネットスーパーの平均客単価は5千円～1万円前後である。腐るリスクのある生鮮食品が商品ラインナップの中心であるだけに、併売できる商品が多くなれば客単価を上げるのは難しい。前出の調査によれば食品宅配の利用頻度（ビザなどの調理品を含む）は週1回くらい（27.3%）～月1回くらい（24.3%）であり、このペースでこの客単価であれば、かなりの顧客数を獲得しなければ、採算ベースに乗せることは難しい。先行するおかいものねっとは、新たに雑誌をラインナップに取り入れるなどして、客単価の拡大を狙っている。

では、顧客獲得競争になったとき、何

が差別化要因になるのだろうか。消費者の要望で最も多いのは「栄養のバランスに配慮したもの」で68%。以下「不在でも冷凍・冷蔵食品の品質・鮮度を保てる配送」「素材に徹底的にこだわったもの」「到着時間を指定できること」「配達料金の引き下げや無料化」などとなっている（前出調査）。しかし、これらの要件はもはや満たして当然というところかもしれない。送料無料ならばインパクトがあるが、継続して行うことはコスト的に難しい。

今後の利用意向を見てみると、宅配利用を増やしたいと答えているのは、全体では「利用経験があり、増やしたい」は7.9%、「新たに利用したい」は13.0%に過ぎない（前出調査）。利用経験がある人は今まで同様利用するが、利用経験がない人のほとんどが今後とも利用するつもりはないとしているのだ。

とはいえ、終身雇用制が崩れた不況下で、今後ますます働く主婦が増えることが予測される。高齢化社会の到来と働く主婦の増加によって、こうした宅配のニーズが高まるのは間違いない。“ネットスーパー”の名前にとらわれず、幅広い受注手段を用意する、調理済み惣菜も視野に入れるなど、幅広い展開が必要になってくるのではないだろうか。

（稲垣有紀 フリーライター）

資料2-2-12 代表的なオンラインスーパーの特長

サービス名	eJUSCO.COM	ザ・スーパードットコム	The-seiyu.com	おかいものねっと	オンラインバル
URL	www.ejusco.com	www.the-super.com	www.the-seiyu.com	www.okaimono-net.com	www.pal-system.co.jp
運営会社名	イオンビスティ	ボロロッカ	西友	イーコンビニエンス	コープネクト
配送地域	全国	東京港区など5区	東京都6区・2市	東京都港区など6区	6月から関東5県など
配送特筆事項	1都7県は翌日配送 2時間刻みで時間指定可	即日配送 時間は3パターンで選択	即日配送 時間は4パターンで選択	即日配送 2時間刻みで時間指定可	1週間後配送
会員数	1万2,000人（2001年2月）	約1,000人	約1万人	約1万人	7,500人（2001年4月）
商品品目数	約4,500品目	約1,000品目	約3,000品目	約3,000品目	約1,000品目
送料	500～650円	300円（3,000円以上無料）	500円（5,000円以上無料）	500円（2,000円以上無料）	200円（個別配送の場合）
平均客単価	10,880円（2001年2月）	非公開	約5,000円	5,500円	約9,000円
特記事項	リアル店舗が少ない東京都心部の顧客が多い	個人の冷蔵庫をサイト上に持てる	iモード対応	FC展開を計画中	6月から会員数約42万人の6生協が参加

出所 稲垣有紀氏による資料を元に作成



[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的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