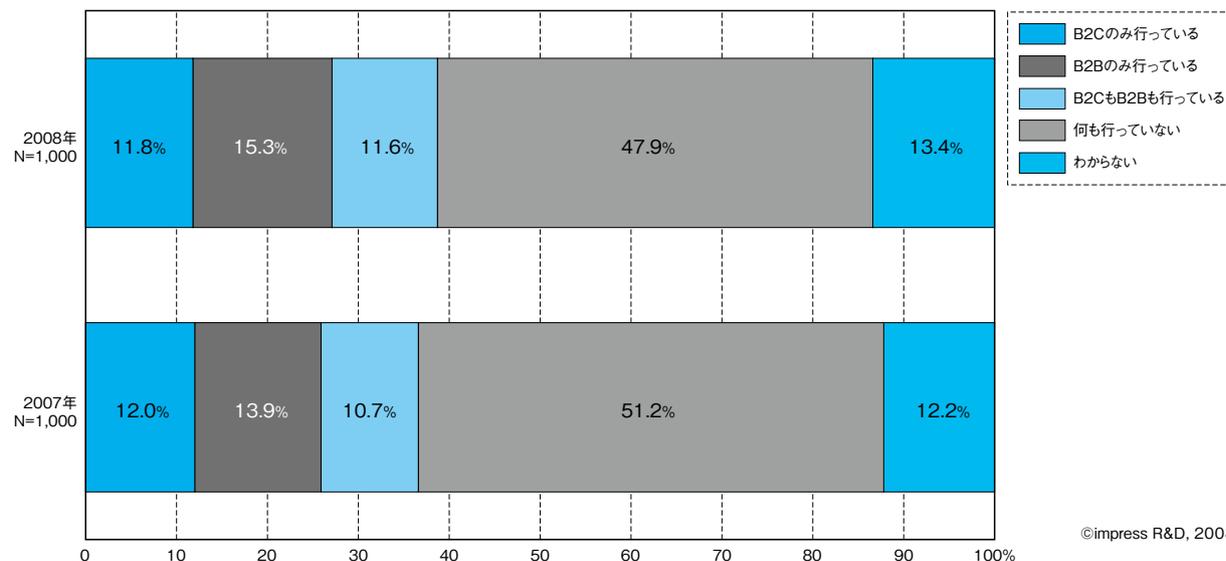


■ ECを行っている企業は38.7%

資料7-1-39 ECへの取り組み状況[2007年-2008年]



ECへの取り組み状況を見ると、「何も行っていない」と「わからない」を除いたなんらかのECを行っている比率は38.7%となり、昨年の36.6%に比べて微増している。ECの中では「B2Bのみ行っている」が15.3%となり、「B2Cのみ行っている」や「B2CもB2Bも行っている」比率に比べてやや高い。

■ 大企業ではB2Bを、小規模企業ではB2Cの取り組み比率が高い

資料7-1-40 ECへの取り組み状況[従業員規模別]

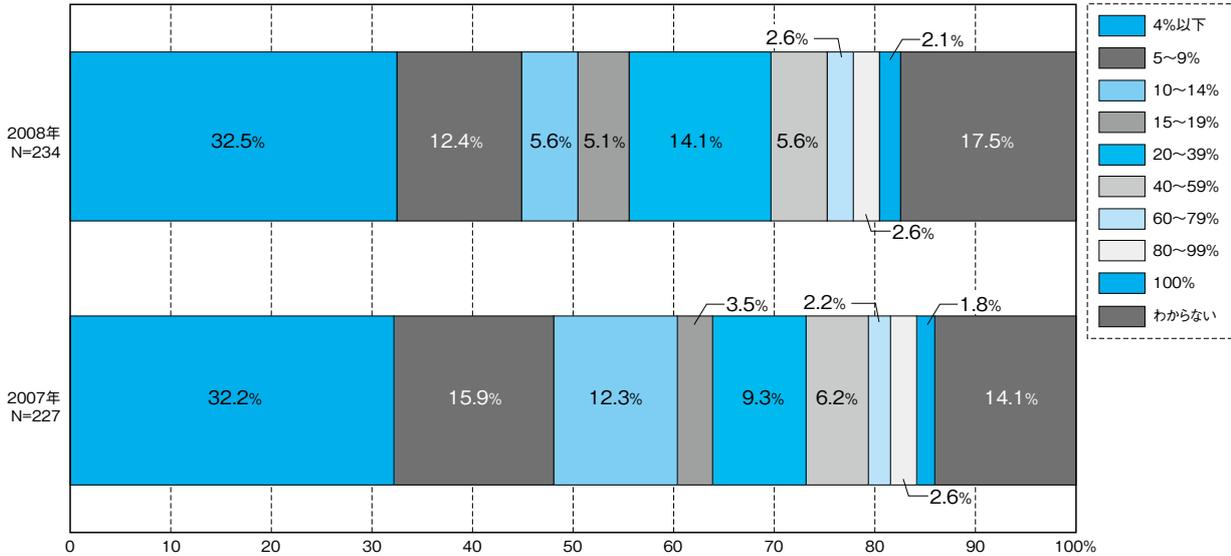


ECへの取り組み状況を従業員規模別にみると、300人以上の規模の企業での取り組み率が高く、中でも5,000人以上の企業では半数がなんらかのECに取り組んでいる。50~99人を境として、規模が小さな企業ではB2Cを行う比率が高く、反対に大企業ではB2Bを中心としている。

EC

■全体に占めるB2CのEC売り上げは半数が15%未満

資料7-1-41 全体の売上に占める一般消費者向け商取引(B2C)の比率[2007年-2008年]

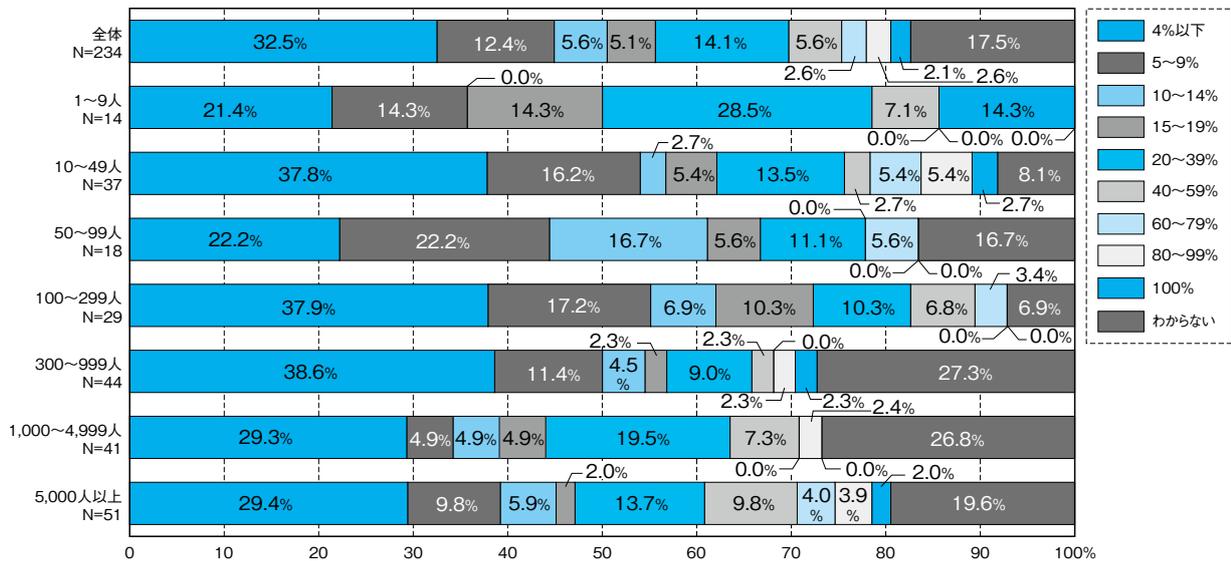


B2CのECを取り組んでいる企業を対象に、全体の売り上げに占めるECの比率を尋ねている。「4%以下」が32.5%で最も高く、15%未満で半数を占めており、全売り上げに対する比率は低い。 ©impress R&D, 2008

第7部
企業利用動向

■規模が小さな企業ではECの占める比率が高い

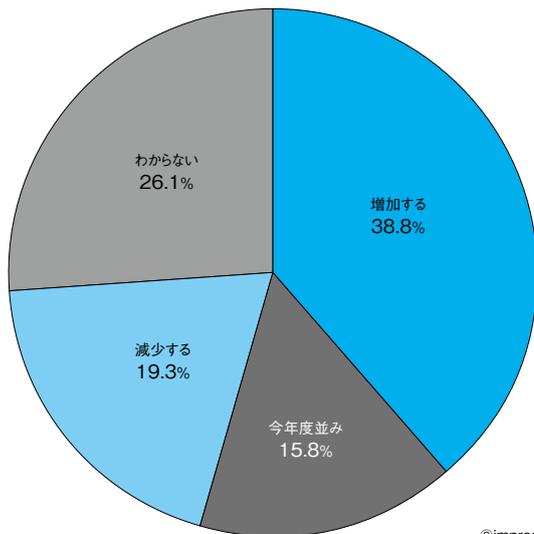
資料7-1-42 全体の売上に占める一般消費者向け商取引(B2C)の比率[従業員規模別]



全体の売り上げに占めるECの比率を従業員規模別にみると、規模が小さな企業ほどECによる売り上げが占める比率が高まる傾向にある。10人以上の企業では「4%以下」の比率が最も高いが、1~9人の企業では「20~39%」が最も高く「100%」も14.3%存在している。 ©impress R&D, 2008

■ B2CによるEC売り上げ見込みは「増加する」が38.8%

資料7-1-43 次年度のB2C売上増減見込み N=234

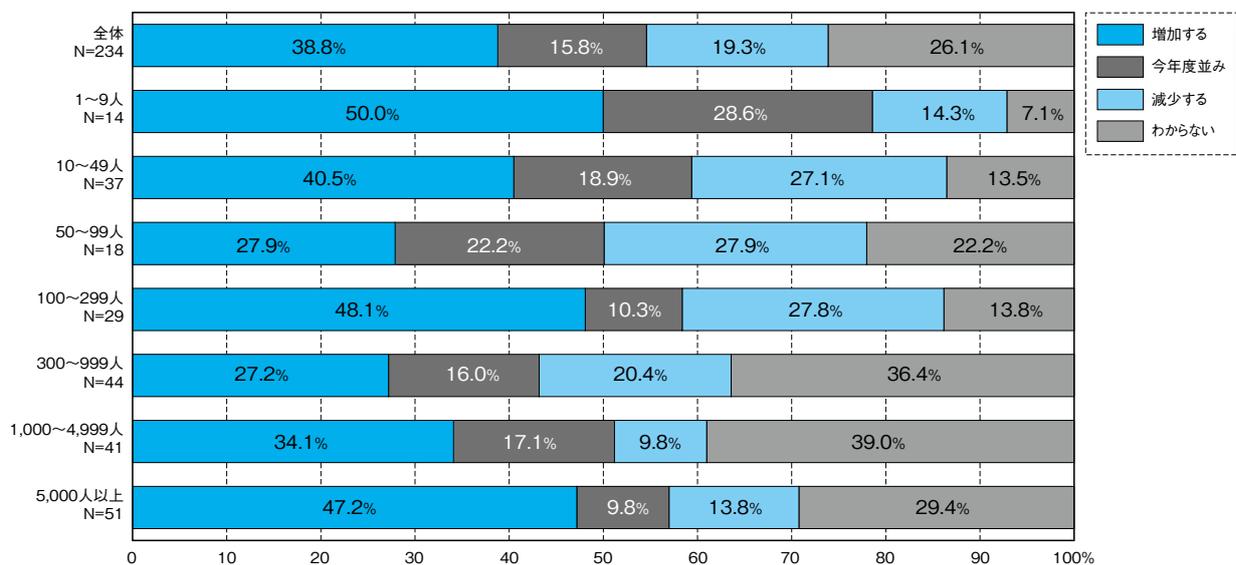


次年度のB2C売り上げ増減見込みをみると、今年度に対して「増加する」比率は38.8%となり、「減少する」の19.3%を大幅に上回っている。「今年度並み」と答えた企業は15.8%となっている。

©impress R&D, 2008

■ B2C売り上げは規模に関係なく高い増加見込み

資料7-1-44 次年度のB2C売上増減見込み[従業員規模別]



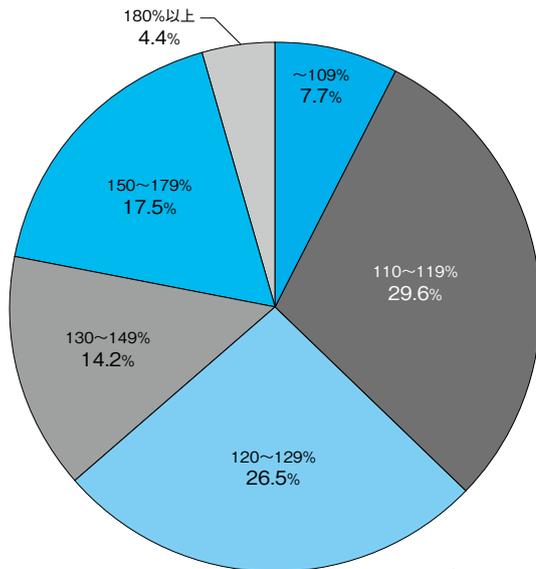
B2Cの売り上げ増減見込みを従業員規模別にみると、ほとんどの従業員規模の企業において「増加する」比率が最も高く、1~9人の企業では50.0%を占めている。一方、10~299人の企業においては「減少する」が4分の1強でやや高い。

©impress R&D, 2008

EC

■ 増加見込みの中では10～30%が6割を占める

資料7-1-45 次年度のB2C売上増加比率見込み N=91

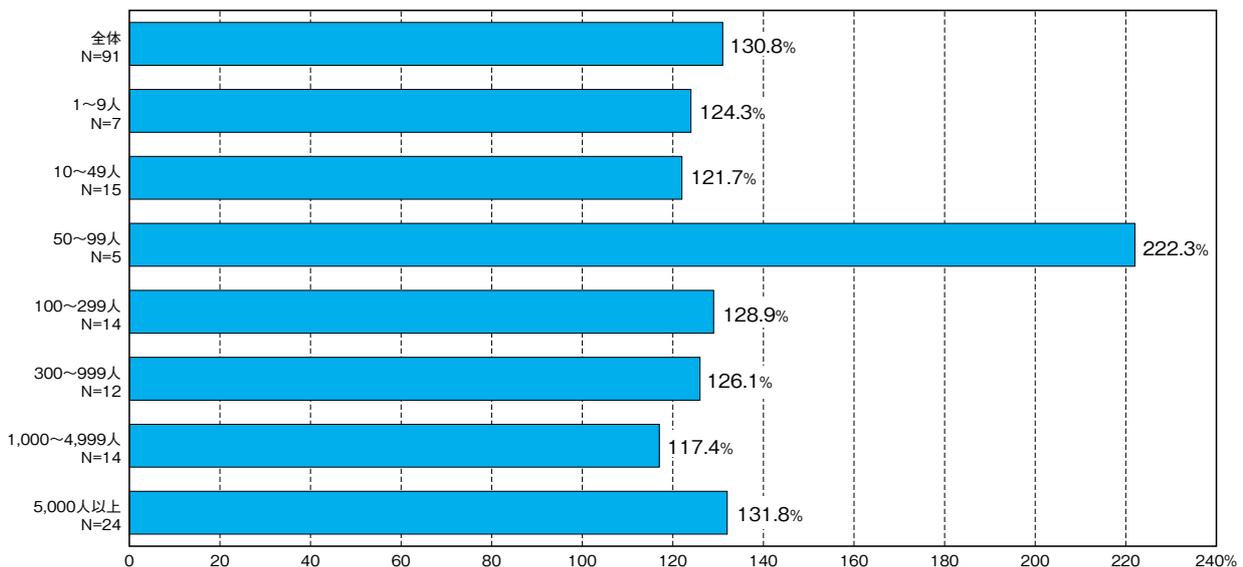


©impress R&D, 2008

次年度のB2C売り上げが増加すると回答した企業に対し、今年度に対する来年度の比率の見込みを尋ねている。「110～119%」が29.6%で最も高く、次いで「120%～129%」が26.5%と、およそ6割が10～30%の増加を見込んでいる。

■ 売り上げ増加比率に規模別の差異はみられない

資料7-1-46 次年度のB2C売上増加比率見込み(平均値) [従業員規模別]

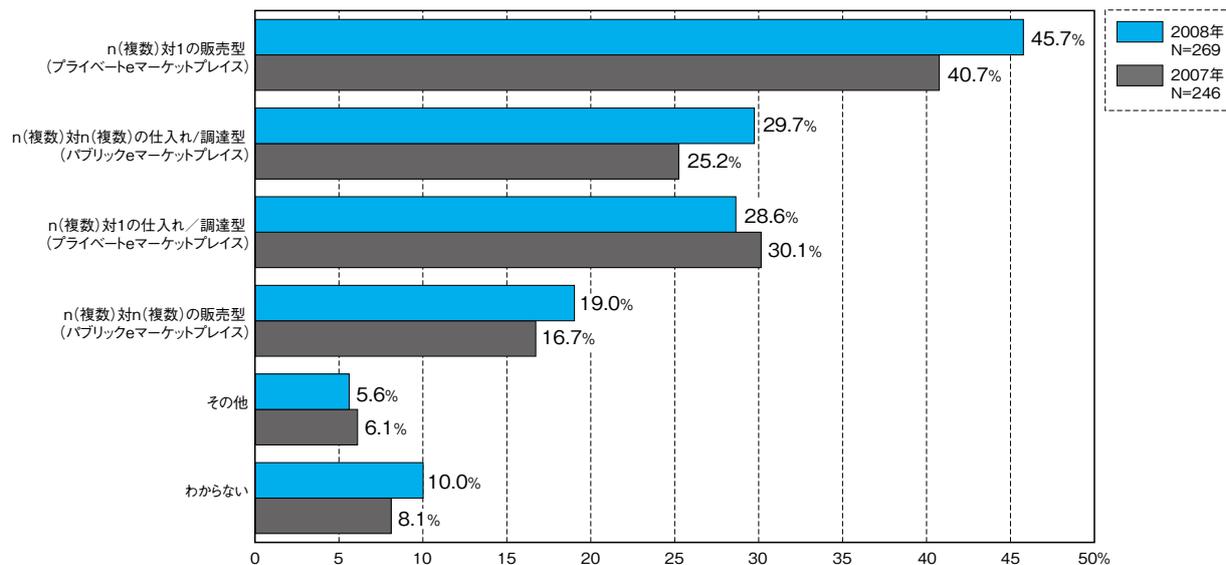


次年度のB2C売り上げ増加比率見込みを従業員規模別にみると、50～99人の企業で突出して高いが、サンプル数が少ないこともあり、規模別には大きな差異はないと言える。

©impress R&D, 2008

■ n対1のプライベートeマーケットプレイスが45.7%

資料7-1-47 取り組んでいる企業間商取引(B2B)の種類(複数回答) [2007年-2008年]

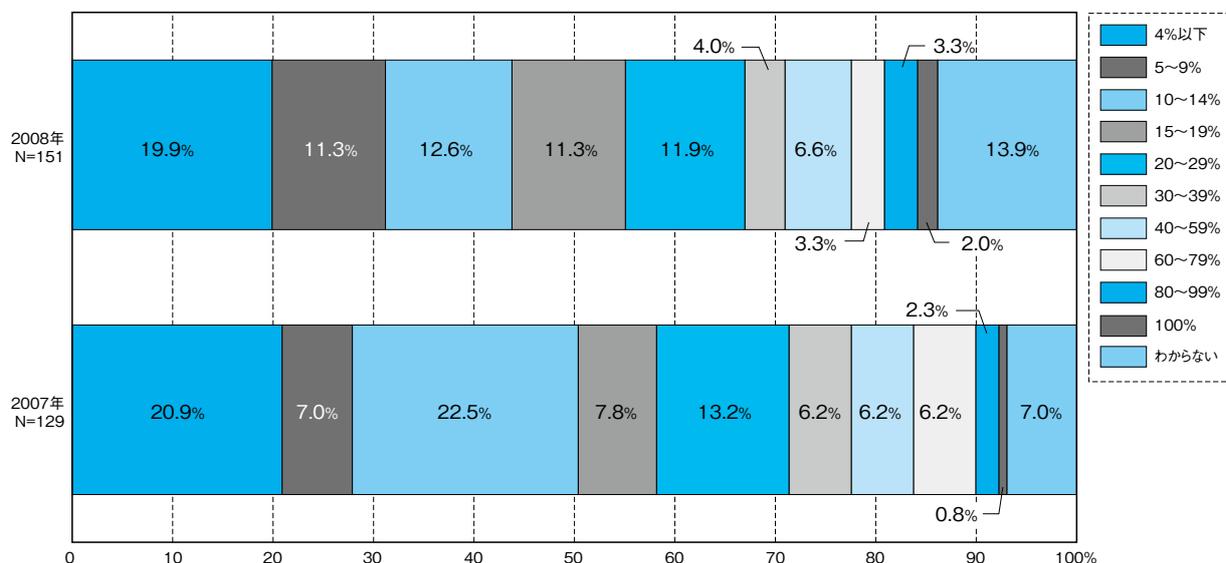


B2BのECに取り組んでいる企業を対象にその取り引きの種類を尋ねている。「n(複数)対1の販売型」が45.7%、「n(複数)対n(複数)の仕入れ/調達型」が29.7%、「n(複数)対1の仕入れ/調達型」が28.6%で続いている。昨年と比較すると、「n(複数)対1の仕入れ/調達型」がやや減少している。

©impress R&D, 2008

■ 全体に占めるB2BのEC売り上げは20%未満が半数以上

資料7-1-48 全体の売り上げに占めるB2Bの比率[2007年-2008年]



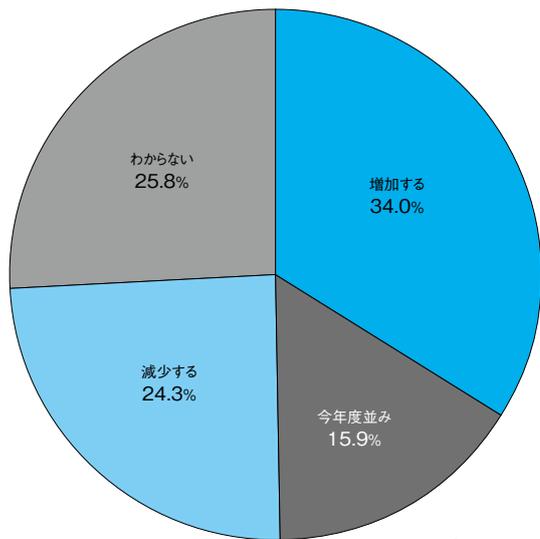
B2BのECに取り組んでいる企業を対象に、全体の売り上げに占めるB2BのEC比率を尋ねている。「4%以下」が19.9%で最も高く、次いで「10~14%」が12.6%である。B2Cと比較するとその売り上げに占める比率は高い。

©impress R&D, 2008

EC

■ B2BによるEC売り上げ見込みは「増加する」が34.0%

資料7-1-49 次年度のB2B売上増減見込み N = 151



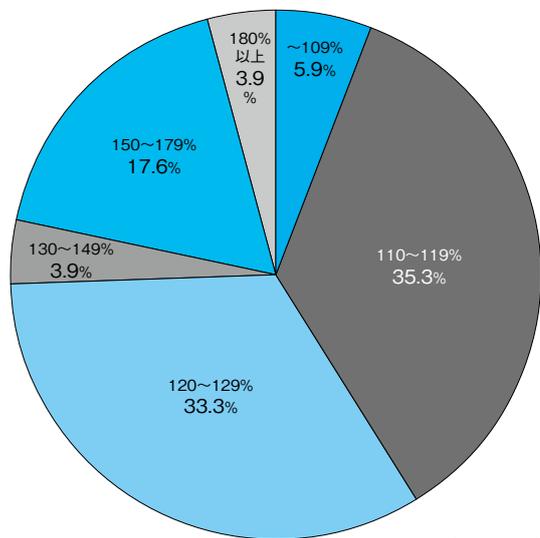
©impress R&D, 2008

次年度のB2BによるECの売り上げ増減見込みをみると、今年度に対して「増加する」比率は34.0%となり、「減少する」の24.3%を10ポイントほど上回っている。

第7部
企業利用動向

■ 増加見込みの中では10～30%が7割を占める

資料7-1-50 次年度のB2B売上増加比率見込み N = 51



©impress R&D, 2008

次年度のB2B売り上げが増加すると回答した企業に対し、今年度に対する次年度の比率の見込みを尋ねた。「110～119%」が35.3%で最も高く、次いで「120%～129%」が33.3%と、およそ7割が10～30%の増加を見込んでいる。



[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