

大手総合 EC サイト利用事業者の状況調査

2021 年 12 月

公益財団法人 流通経済研究所

エグゼクティブ・サマリー

本研究の目的と調査概要

本研究は、Amazon.co.jp、楽天市場、Yahoo!ショッピングの3つの大手総合 EC サイトを利用する事業者（以下「EC 事業者」）を対象に、総合 EC サイトの利用状況、また EC 事業の成功に影響を与える要因を確認することを目的としている。

研究にあたって、流通経済研究所では 2021 年 9 月 7 日～9 月 24 日にインターネットで「EC 事業に関する調査」を行い 114 事業者の有効回答を得た。この 114 事業者の一部に、追加でオンラインでのヒアリング調査を行った。一連の調査では以下の点について聞いた。

- 利用する総合 EC サイト
- 事業者の規模（売上高、営業利益率、成長率、従業員数、資本金、等）
- EC サイトでの販売を開始した動機
- EC サイトが提供するサービスの利用状況
- EC サイトで商品を販売するときの満足点・不満点

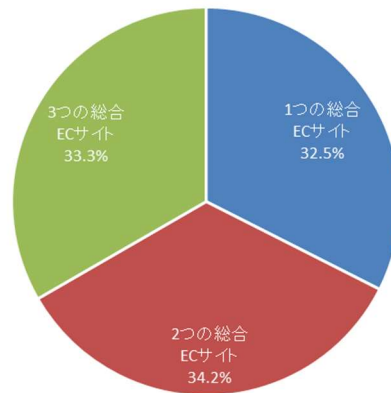
本調査は、すでに総合 EC サイトを利用している事業者を対象としたものであること、また有効回答 114 事業者は依頼メールを送信した 9 万事業者の 1%にも満たないことから、EC サイトを利用する事業者全体の傾向を反映したものでは必ずしもないことを考慮する必要がある。

概観

主要な総合 EC サイトで最も利用が多いのは Yahoo!ショッピングで 87.7%、次いで Amazon.co.jp の 62.3%、楽天市場の 50.9%であった。今回の調査は 3 つの総合 EC サイト（以下、3 大総合 EC サイト）のいずれかを利用する事業者を対象としているが、独自の EC サイトを持つ事業者が 47.4%あり、総合 EC サイトを利用する事業者の半数弱が独自の EC サイトを運営していることがわかる。

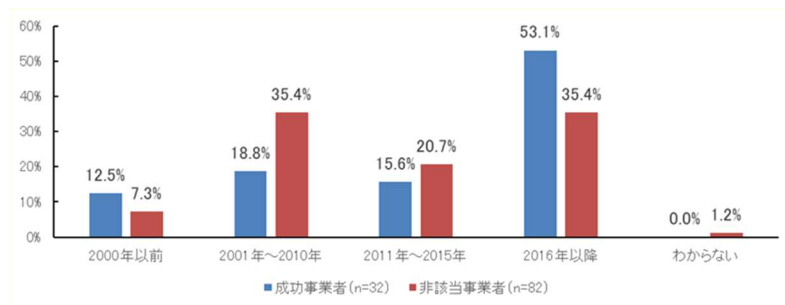
また、3 大総合 EC サイトのうち、1 つだけを利用する EC 事業者は 32.5%と 3 分の 1 で、2 つを利用する EC 事業者が 34.2%、3 つすべてを利用する EC 事業者が 33.3%と、複数の総合 EC サイトを並行して利用する事業者が多いことが確認できた。

図表：3大総合ECサイトの併用状況（n=114）



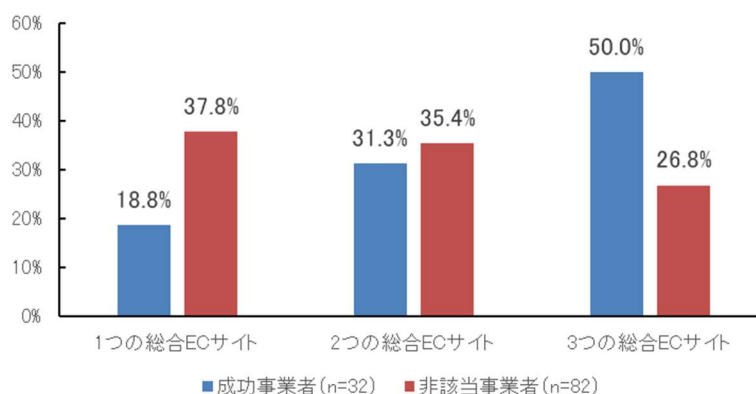
また、3年前からの売上高成長率が150%以上、かつ直近の営業利益率が5%以上のEC事業者32社を「成功事業者」と定義して、その成功の要因を分析した。まず、成功事業者の従業員数を比較すると、成功事業者と非該当事業者の分布は似ており、成功は事業者規模によるものではないと考えられる。業種を確認すると、卸売業の割合が21.9%と、非該当事業者に占める卸売業の割合8.5%よりも13.4%pt高く、卸売業が成功事業者に多く含まれていることが確認できた。またEC事業を開始した時期別に内訳をみると2016年以降が53.1%と高く、比較的最近EC事業を開始した事業者が多い。

図表：成功事業者のEC事業の開始時期



さらに、3大総合ECサイトの利用状況を比較すると、成功事業者のうちで1つだけを利用する割合は18.8%、2つを利用する割合は31.3%、3つすべてを利用する割合は50.0%になる。つまり成功事業者の半数は3つの総合ECサイトを併用していた。その一方で、非該当事業者は1つだけを利用する割合は37.8%、2つを利用する割合は35.4%、3つすべてを利用する割合は26.8%となり、成功事業者とは異なる傾向がみられる。

図表：成功事業者の3大総合ECサイト併用状況



また EC 事業を始めた動機と、その達成度をみると、動機として最も多くの事業者が選択したのは「幅広い集客のため」であり、回答率は 70.2%である。次いで「出店が容易だったため」が 44.7%、「自社の認知向上を図るため」が 31.6%と続く。他方、当初の動機の達成度合いについては、「出店が容易だったため」が 90.2%と最も高く、次いで「オペレーションの効率化のため」が 78.6%、「消費者とのコミュニケーションのため」が 66.7%と続く。開始動機として最も選択されていた「幅広い集客のため」は、達成度合いでは 4 番目であった。

図表：EC 事業の開始動機（上）とその達成度（下）の順位

ECを始めた動機(複数回答、n=114)	回答数	%	順位
幅広い集客のため	80	70.2	1
出店が容易だったため	51	44.7	2
自社の認知向上を図るため	36	31.6	3
自社ブランディングのため	30	26.3	4
消費者とコミュニケーションを図るため	18	15.8	5
オペレーションの効率化のため	14	12.3	6
販売データを分析するため	7	6.1	7
その他	12	10.5	8

ECを始めた動機の達成度(複数回答)	回答数	%	順位
出店が容易だったため(n=51)	46	90.2	1
オペレーションの効率化のため(n=14)	11	78.6	2
消費者とのコミュニケーションのため(n=18)	12	66.7	3
幅広い集客のため(n=80)	53	66.3	4
販売データを分析するため(n=7)	4	57.1	5
自店の認知向上を図るため(n=36)	19	52.8	6
自社ブランディングのため(n=30)	14	46.7	7
その他(n=12)	10	83.3	8

なお本調査では回答事業者の多くが、事業の先行きをポジティブに捉えていた。実店舗小売業では、多くの業態において大手企業の上位集中が進む中で、EC 事業では中小事業者にも成長機会が存在しているようである。また、今後の事業戦略については、出店する総合 EC サイトを増やして積極的に活用したいとの意向が見られた。これらの事業者に対する利便性を向上させてい

くことを、総合 EC サイトに対して期待したい。

- ※ 本研究はアマゾンジャパン合同会社の助成を得て実施された
- ※ 本研究は、山崎泰弘、高橋周平 の 2 名が担当した