

重要な注意事項

2010年2月25日

- ・ 本レポートは、投資の参考となる情報の提供を目的とし、証券の売買勧誘を目的としたものではありません。業績等は今後急激に変化する場合がございます。投資判断はお客様ご自身でお願いいたします。
- ・ 本レポートは信頼できると思われる資料を元に作成したのですが、その正確性、完全性を保証したものではありません。本レポートに記載された意見や予測は作成時での当社の見通しであり、今後予告なしに変更される場合があります。
- ・ 株式には株価の下落や発行者の信用状況の悪化などから、投資元本を割り込むことがあります。外国株式は為替の変動により損失が生じるおそれがあります。
- ・ 国内株式の売買取引には、最大手数料は 5000 万円超の約定代金に対して一律 229,005 円（税込み）が必要となります。（ただし約定代金に応じ手数料は変わります。手数料金額が 2,500 円に満たない場合は最小手数料として 2,625 円（税込み）となります。）保護預り口座管理料は 0 円です。
- ・ 本レポートは当社に著作権があり、事前の承諾なしに、本レポートの全部または一部を引用または複製、転送することを禁じます。

当社の概要

商号等	三木証券株式会社 金融商品取引業者
登録番号	関東財務局長（金商） 第 172 号
加入協会	日本証券業協会
本店所在地	〒103-0027 東京都中央区日本橋 1-20-9
資本金	5 億円
主な事業	金融商品取引業
設立年月	昭和 17 年 12 月



MIKI Monthly Topic

—消費者向けeコマース—

【eコマースとは】

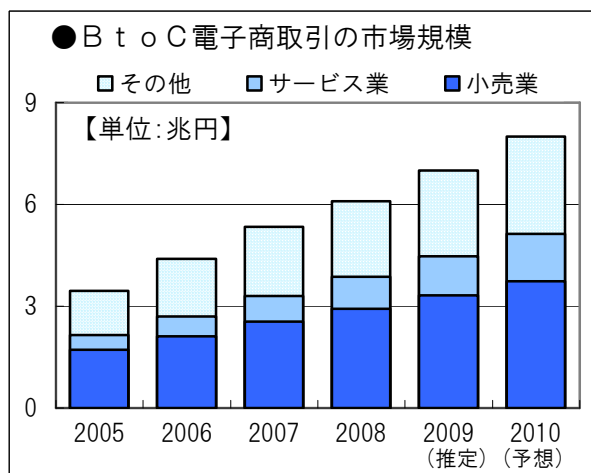
eコマースとは、インターネットなどのネットワークを通じて売買や契約、決済などを行う取引形態を指し、電子商取引とも呼ばれる。eコマースは、誰と誰が取引を行なうかにより、企業と企業の取引「B to B (Business to Business)」、企業と消費者の取引「B to C (Business to Consumer)」、消費者と消費者の取引「C to C (Consumer to Consumer)」の3つに分類される。3つの取引の代表例は下記の通りである。

- ・ B to B……ネットワークを通じてビジネス文書をやり取りする電子データ変換、銀行間の資金移動、ネットワークを通じて業務上のアプリケーションソフトをレンタルするアプリケーションサービスプロバイダ、ネットワークを利用した販促支援サービスなど。
- ・ B to C……インターネット通販、ネットスーパー、宿泊・旅行の予約、金融商品などの取引、音楽・映像・デジタルコンテンツの配信、オンラインゲームなど。
- ・ C to C……インターネットオークションなど。

【拡大する消費者向けeコマース市場（B to Cの市場）】

パソコンの世帯普及率が85%を越え、インターネットの利用率が90%に達したことにより、企業が消費者に直接アプローチできる消費者向けeコマース「B to C」のビジネスが急速に拡大している。経済産業省が発表している電子商取引実態調査によると、B to Cの電子商取引市場は2005年の3兆4575億円から2008年には約1.75倍の6兆890億円に拡大。その内訳を見ると、インターネット通販などを展開している小売業が同期間に1兆7107億円から2兆9330億円に成長しているほか、インターネットを通じて宿泊・旅行の予約などを提供しているサービス業が4494億円から9340億円に伸びている。

また、その他では、映像配信や音楽配信といったデジタルコンテンツの配信、オンラインゲーム、金融商品のオンライン取引などが順調に市場規模を拡大している。



出所：経済産業省の電子商取引実態調査を参照。2009年

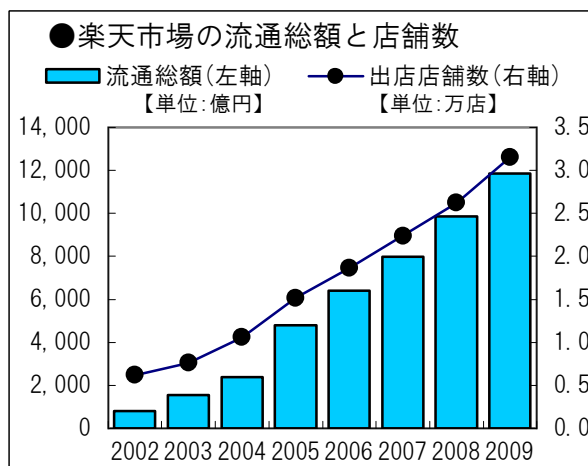
2010年は電子商取引実態調査をもとに当社推計。

今後についても、消費環境は厳しいものの、インターネットで商品やサービスなどを比較して、少しでも安く良いモノを買おうとする消費者が増えていくと見られるため、B to Cの電子商取引市場は拡大を続けると思われる。なお、2010年のB to Cの電子商取引市場は約8兆円規模に達すると予想される。

【順調に売上を伸ばす仮想商店街】

仮想商店街とは、運営業者がインターネット上で小売店などに場所を貸し出すことで形成される商店街のことで、食料品や衣料品、家電製品、自動車など、幅広い分野のジャンルのお店が集まっている。消費者にとって仮想商店街は、全国各地から出店しているお店を比べながら買い物をしたり、ご当地商品を現地にあるお店から直接購入できたりするほか、家の中で24時間いつでも買い物ができるなどの利便性がある。また、出店する企業側にとっても、全国の消費者を相手に商売ができることや、単独でインターネット上に出店するより集客しやすいなどの利点がある。

このようなことから仮想商店街の店舗数は増え利用者数も急増、仮想商店街の取扱高は2003年ごろから急速に拡大している。楽天が運営する国内最大の仮想商店街「楽天市場」では、流通総額（宿泊・旅行の予約を含む）が2002年の791億円から2009年には約15倍の1兆1861億円まで増加している。



出所：楽天の決算説明会資料に基づき作成。

◆仮想商店街を運営する主な企業

スタートトゥデイ (3092)	衣料品専門の仮想商店街「ZOZOTOWN (ゾゾタウン)」を運営。ユナイテッドアローズやビームス、ディーゼルジャパンなどのアパレル大手も同サイトを通じて商品を販売している。2010年3月期の商品取扱高（自社販売を含む）は370億円（前期比69%増）の見通し。
ヤフー (4689)	国内2位の仮想商店街「Yahoo!ショッピング」を運営。2009年3月期の取扱高（オークション、宿泊・旅行の予約、チケット販売を含む）は9467億円。楽天市場と重複出店しているお店も数多い。
楽天 (4755)	国内最大の仮想商店街「楽天市場」を運営。楽天市場の2009年の流通総額（宿泊・旅行の予約を含む）は1兆1861億円で、2009年末の店舗数は約3万1500店舗。ご当地商品を販売する地方の中小企業が出しているお店が多いのが特徴。ただ、近年はデパ地下などに店出している洋菓子のヒロタやマキシム・ド・パリといった有名店の店出も増えている。
クレディセゾン (8253)	2006年10月に仮想商店街「永久不滅.com」を立ち上げ参入。2010年3月期の商品取扱高は360億円（前期比180%増）の見通し。ユニクロや無印良品、ニトリなど大手を含め、約400のショップが参加している。

【百貨店はインターネット通販と店舗での対面販売の融合を目指す】

全国百貨店売上高は1991年の9兆7130億円をピークに2009年は6兆5842億円で減少。特に2009年は消費の低迷により落込みが激しく、約9割の店舗が赤字に陥ったとの試算もあるほどだ。このような厳しい環境の中で、百貨店はインターネット通販と店舗での対面販売を融合させ、新たな活路を見出そうとしている。また、百貨店の店舗で人気のある売り場を、1つのお店としてインターネット上に出店する試みも始まっている。

◆インターネット通販の利用を目指した百貨店の動き

三越伊勢丹HD (3099)	2009年9月、傘下の伊勢丹の新宿店で人気のあるメンズ館の商品を取り扱うお店をインターネット上に開設。
セブン&アイHD (3382)	2009年12月、傘下の百貨店のそごう・西武が、店舗で人気のある化粧品売場の品揃えを再現した化粧品専門店をインターネット上に開設。
丸井グループ (8252)	2006年度にインターネット通販に本格参入。インターネット通販でも店舗販売している商品をほぼ取り揃え、インターネットで注文した衣料品を店舗で試着したり、受け取ったりできる。2010年3月期に通販事業（カタログ通販を含む）の売上高は200億円を超える見通し。

【スーパーはネットスーパー事業を拡大】

ネットスーパーとは、インターネットで注文を受け、商品を近隣にある店舗などから即日自宅へ届けるサービスのことで、既に一部のスーパーではサービスを始めている。現在のネットスーパーの市場規模は推定280億円（食品のみの販売額）と小さいものの、働く主婦や重い荷物を持つのが難しい高齢者が増えていくことを背景に市場は拡大すると見られており、スーパー各社はネットスーパーへの取り組みを強化し始めている。また、市場の拡大を睨み、新規参入が増えているほか、異業種から参入するケースもでてきている。

◆ネットスーパーを手掛ける主な企業

セブン&アイHD (3382)	傘下の総合スーパー「イトーヨーカ堂」でネットスーパーを展開中。実施店を現在の120店舗から10店舗程度増やし、ネットスーパーの売上高を2011年2月期に250億円（前期比25%増）まで拡大する計画。
楽天 (4755)	2008年7月、ネットスーパーのポータルサイト「食卓.jp」を運営するネット・パートナーズを子会社化し、ネットスーパーに新規参入。「食卓.jp」には、マルエツや紀ノ国屋、東急ストアなどが加入している。
住友商事 (8053)	2008年12月にネットスーパーの事業会社を設立。店舗出荷型のネットスーパーを実施している傘下のスーパー「サミット」と協力し、2009年10月に配送センターから消費者に届けるセンター出荷型のネットスーパーのサービスを開始した。将来的に1000億円の売上を目指す。
イオン (8267)	傘下のスーパー「ジャスコ」などでネットスーパーを展開中。実施店を現在の2倍にあたる約120店舗に増やして、ネットスーパーの売上高を2011年2月期に約100億円（前期比約2倍）に引き上げる計画。

【旅行代理店はインターネットを通じた予約・販売を強化】

宿泊料金や旅行代金を比較しながら予約できるサイト（ヤフーの運営する「Yahoo!トラベル」や楽天の運営する「楽天トラベル」など）の普及により、インターネットを経由した宿泊・旅行の予約が増加。インターネットを通じた宿泊・旅行予約を支援するサイトを専業とする事業者も登場しており、従来型の旅行代理店は実際の店舗での販売不振に直面している。そのため、旅行代理店大手のJTBや、近畿日本ツーリスト（KNT）などは不採算店舗の閉鎖などを進め、インターネットを通じた販売に力を入れ始めている。

◆インターネットを経由した宿泊・旅行の予約に関連した主な企業

一休 (2450)	高級ホテル・旅館に特化した宿泊予約サイト「一休.com」を運営。2010年3月期の宿泊取扱高は313億円（前期比3.6%増）の見通し。インターネット予約の普及により、2003年比では約3.5倍の拡大となる。
近畿日本ツーリスト (9726)	全国260店舗のうち不採算店舗など約2割を年内に閉鎖する一方、インターネット販売部門を強化。インターネット販売部門の売上高を2009年12月期の約110億円から2012年12月期には400億円を目指す。

【拡大するデジタルコンテンツの配信市場】

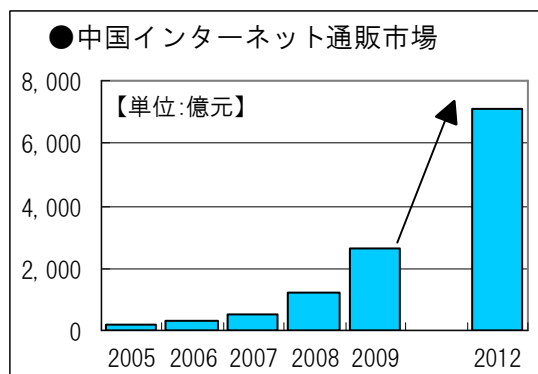
近年、インターネットを利用した音楽や映像の配信が普及してきているのに加え、インターネットでつながった不特定多数の人が参加できる有料のオンラインゲーム、インターネットを通じて携帯電話向けに提供される無料ゲーム（無料ゲームを一段と楽しむために有料のアイテムを提供）、目的地を入力すれば最適な道順を教えてくれる携帯電話向けの有料コンテンツなども登場。ここにきて、デジタルコンテンツの配信やオンラインゲームの市場は急速に成長してきている。

◆デジタルコンテンツの配信を手掛ける主な企業

DeNA (2432)	携帯電話向け無料ゲームなどを提供するサイト「モバゲータウン」を運営。携帯電話向けオークションなども手掛ける。2006年2月にサービスを始めた「モバゲータウン」は、無料でゲームを提供し、一層ゲームを楽しむためのアイテムを有料で販売する事業モデルで成長。「モバゲータウン」の2009年3月期の売上高は196億円で主力事業となった。
グリー (3632)	携帯電話向けに無料ゲームなどを提供する「GREE」を運営。テレビCMの積極展開などで会員数が急増、アイテム販売が伸びている。
ジョルダン (3710)	目的地までの経路を検索する携帯電話向けソフト「乗務案内」が主力。有料の「乗務案内NEXT」の会員数は2009年12月末で60万3000人。
ガンホー・オンライン・エンターテイメント (3765)	オンラインゲームの大手。同社が提供する主力の有料オンラインゲーム「ラグナロクオンライン」は登録会員数が300万人超と国内最大級。
カルチュア・コンビニエンス・クラブ (4756)	CD・DVDレンタルの「TSUTAYA」を全国展開。インターネットで予約し、自宅に届け、ポストに返却する宅配レンタル事業のほか、映画やTVドラマ、音楽などを有料配信する事業なども手掛けている。

【中国のインターネット通販市場拡大を狙った動きが本格化】

中国ではインターネット利用者数が 2009 年末に前年末比 28.9%増の 3 億 8400 万人に達し、インターネット通販の利用者数も 2008 年末の 8000 万人から更に増えていると見られる。中国の調査会社によると、同国のインターネット通販市場は 2005 年の 162 億元（約 2100 億円）から 2008 年に 1220 億元（約 1 兆 5800 億円）まで拡大。中国商務省は、2012 年には 7130 億元（9 億 2700 億円）に達すると予測している。このような背景から、中国市場の開拓に意欲を見せる小売りの間で、中国のインターネット通販への参入が拡大。また、インターネット通販で中国に進出する小売りを側面支援する動きも出てきている。



出所：各種資料に基づき当社作成。

◆中国のインターネット通販市場の開拓を目指す企業の動向

SB ベリトランス (3749)	インターネット通販の決済代行や収納代行サービスを手掛ける。2009 年 1 月に中国の消費者向けに日本企業の商品を販売する仮想商店街「佰宜杰 (バイジェイ) . com」を開設。「佰宜杰 . com」は現在、ヨドバシカメラなど約 20 社が参加し、会員数は 20 万人前後となっている。
楽天 (4755)	2010 年 1 月、中国の検索最大手の百度 (バイドウ) とインターネット通販事業の合弁会社 (楽天の出資比率は 51%) の設立で合意。2010 年後半をメドに中国の消費者向け仮想商店街の運営を開始する予定。
日本通運 (9062)	中国の電子商取引で 8 割のシェアを持つアリババグループや現地運送会社と協力し、2010 年 3 月から中国向けにインターネット通販を始めた企業を販売・配送・決済の面などで支援するサービスを始める予定。
ファーストリテイリング (9983)	2009 年 4 月、中国のアリババグループ傘下の仮想商店街「淘宝网 (タオパオ)」と提携し、ユニクロの衣料品のインターネット通販を開始。

【最後に】

今回のレポートでは仮想商店街やネットスーパーなどを取り上げたが、小売り大手のほとんどが独自のインターネット通販サイトを持っており、インターネット通販を手掛ける企業は枚挙にいとまがない。今回取り上げた企業以外にも、インターネット通販市場の拡大に伴って、カカクコム (2371) が運営する商品の価格を比較するサイト「価格 . com」の利用者数が順調に拡大したり、宅配大手のヤマトHD (9064) の宅急便個数がインターネット通販などによる宅配需要の増加で 2009 年 8 月から前年同月比でプラスに転じたりと、多方面でインターネット通販拡大の波及効果が生まれている。

25/February/2010

このレポートは投資の参考となる情報の提供を目的とし、証券の売買勧誘を目的としたものではありません。株式は値動きのある商品であるため、元本を保証するものではありません。投資判断はお客様ご自身でお願いします。