

# e-commerceの現状と展望

2000年12月21日

早稲田大学  
国際情報通信研究センター  
前川 徹

## 主な内容

インターネットの現状

電子商取引の市場規模

Disintermediation(中間業者排除)

Infomediaries(情報仲介業)

チケットのネット販売

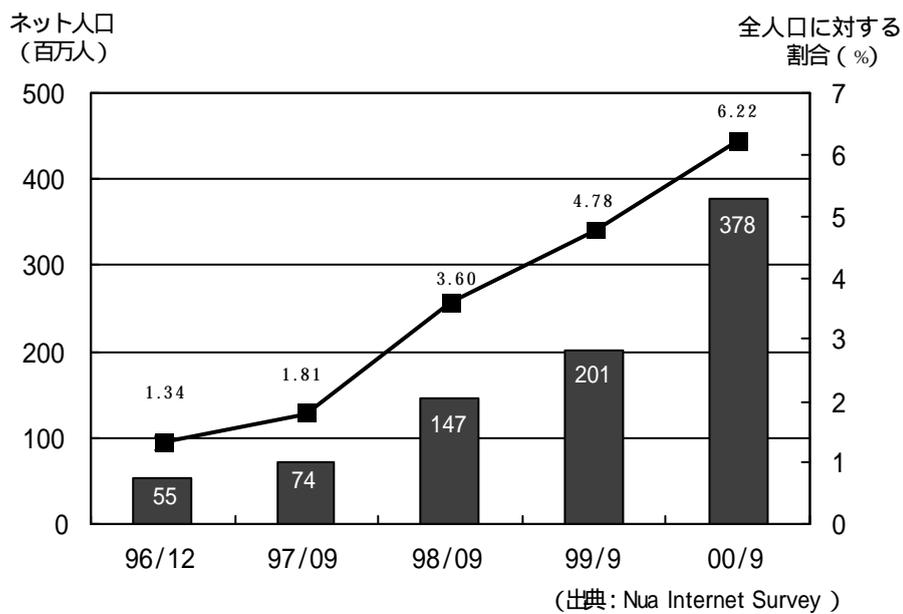
情報提供サービスとインターネット広告

オンラインバンキングとEBPP

インターネットの未来

# インターネットの現状

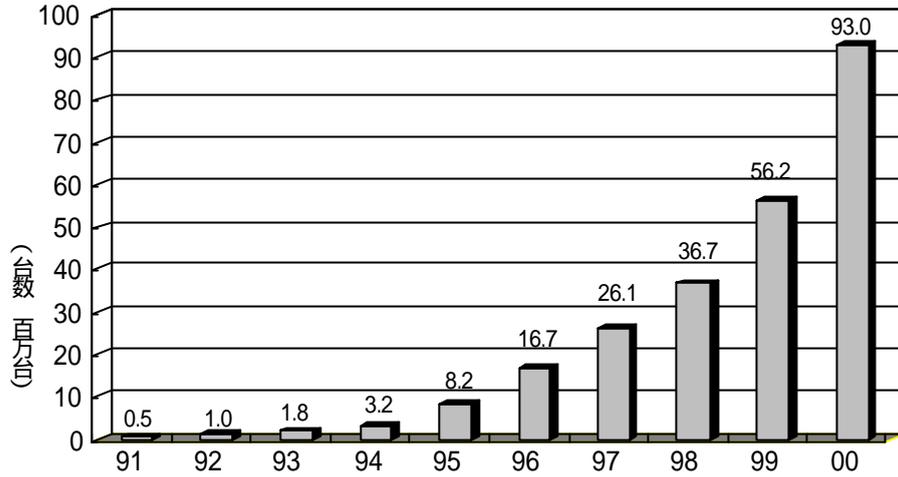
## 世界のインターネット人口の推移



## インターネット接続ホスト数の推移

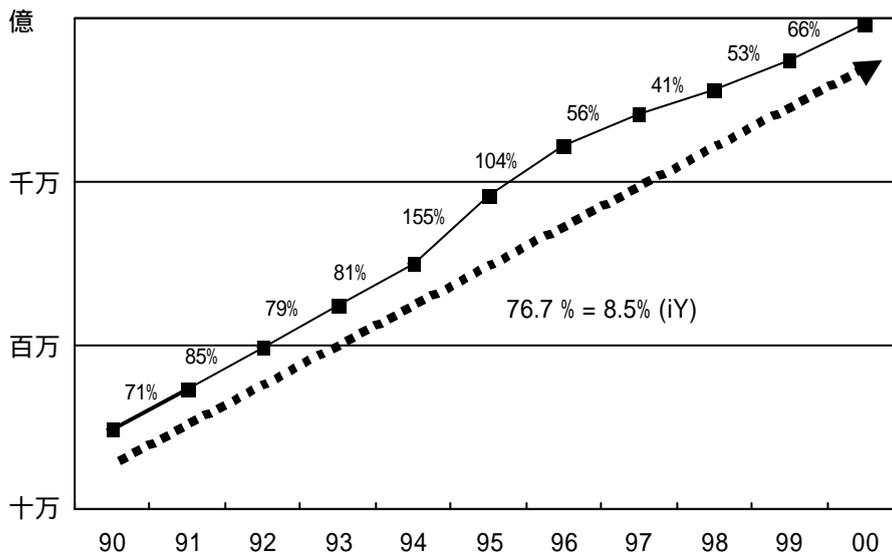
接続ホストコンピュータ数は9305万台（2000年7月時点）

利用者は3億人を超えて4億人に向けて増加中



(出典: ネットワーク・ウィザース社 <http://www.nw.com>)

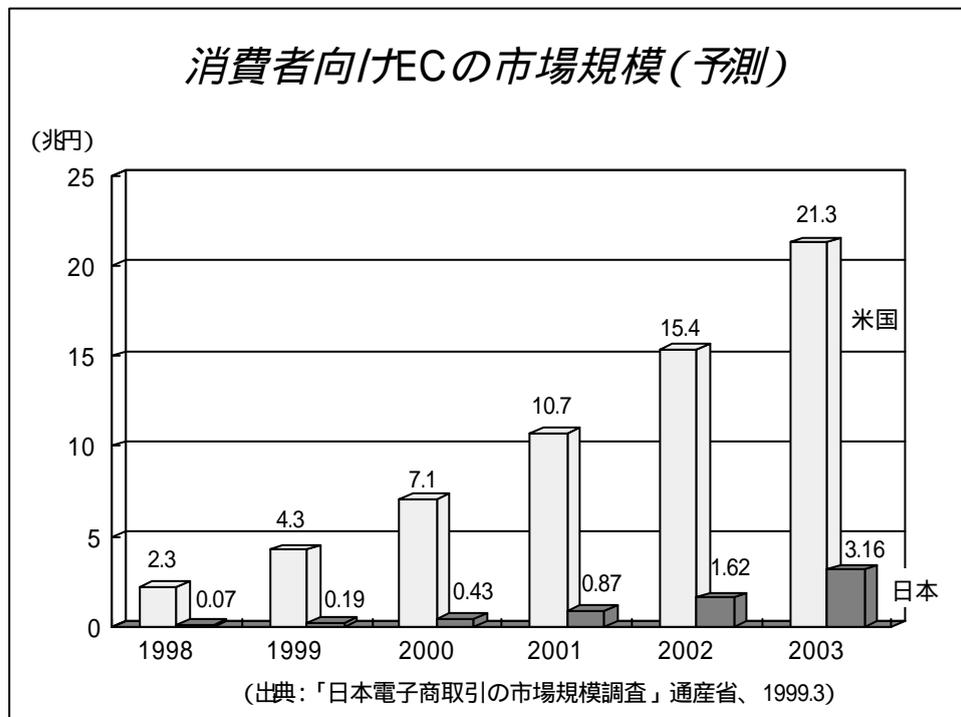
## インターネット接続ホスト数の推移 (続き)



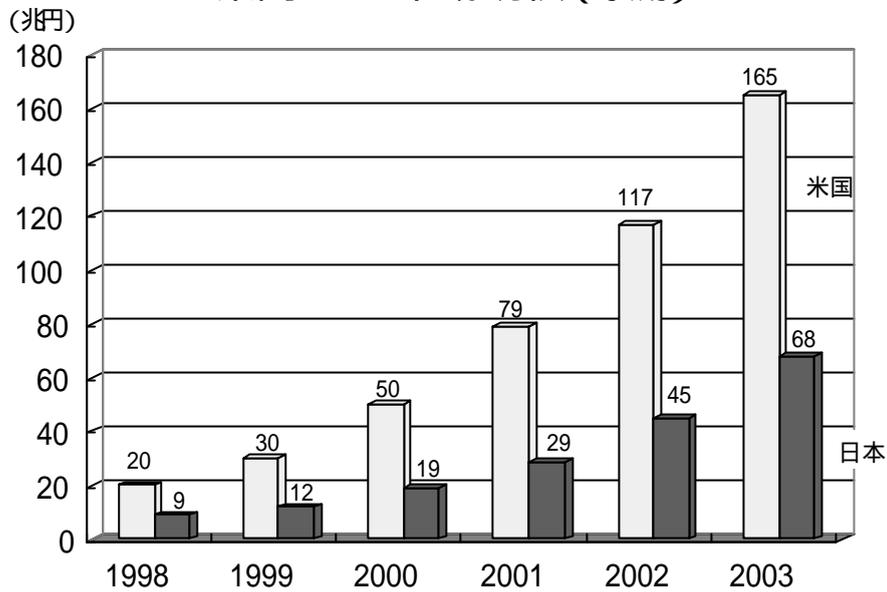
(注) 90年は90年10月、他の年は7月時点

(出典: <http://wwwnw.com>)

## 電子商取引の市場規模



### 企業間ECの市場規模(予測)



(出典:「日本電子商取引の市場規模調査」通産省、1999.3)

### 米国のEコマース市場規模

消費者向け EC (B to C)

1999年: 202億ドル (1700万世帯)

2004年: 1840億ドル (4900万世帯)

小売り市場の6.7%

(Forrester Research, 1999. 9. 28)

企業間 EC (B to B)

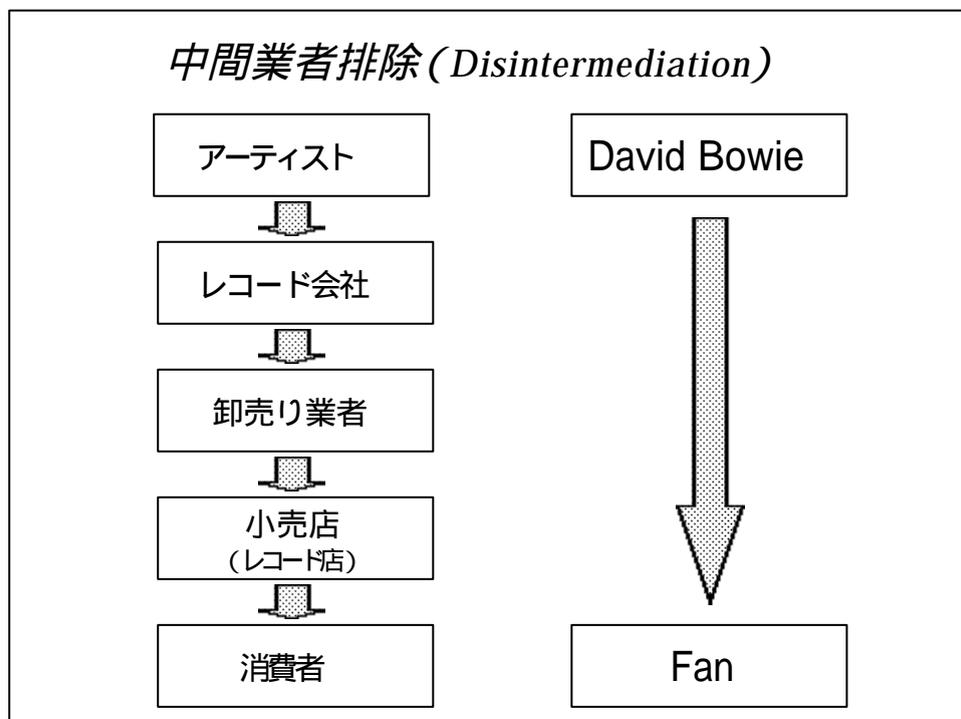
2000年: 3360億ドル

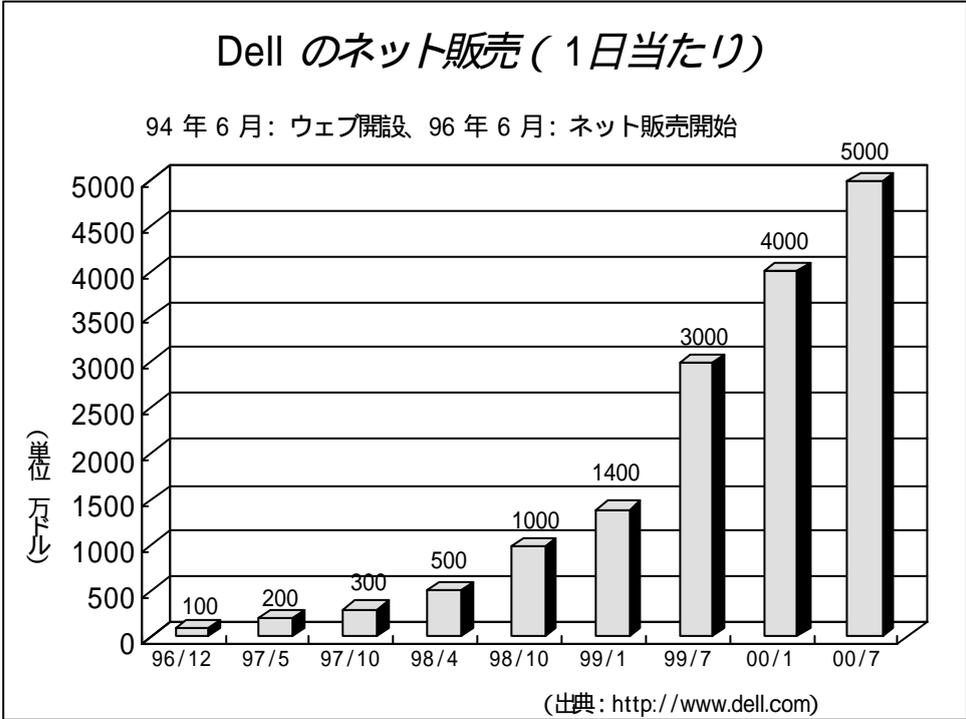
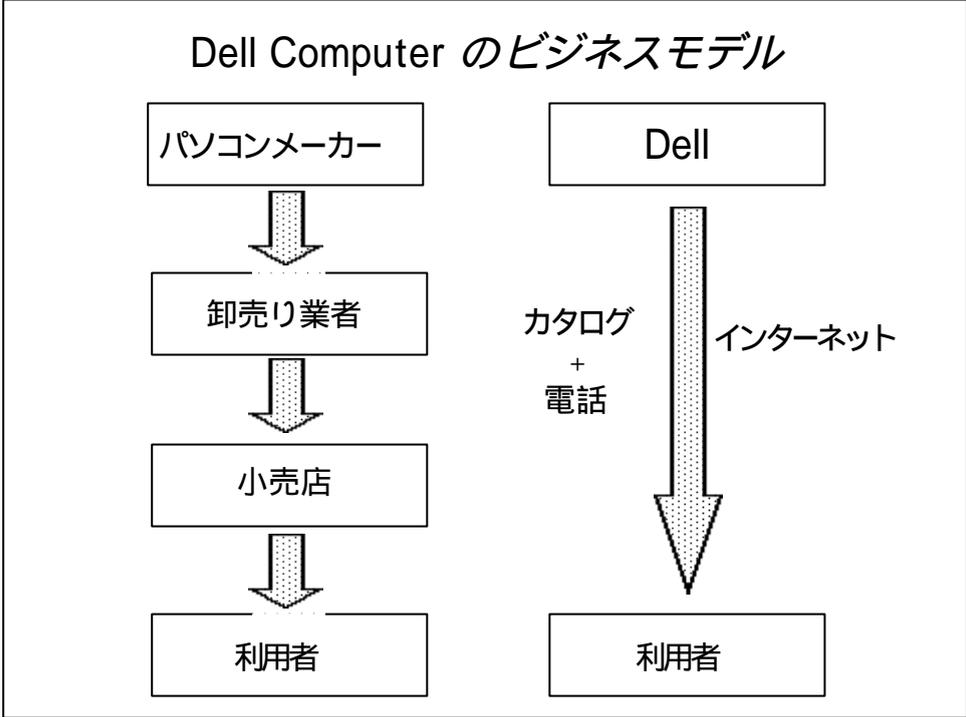
2005年: 63兆ドル

全企業間取引の42%

(Jupiter Media Metrix, 2000. 10. 2)

# Disintermediation (中間業者排除)





## Dell のインターネット利用法

見積もり作成 (何度でも)

発注、確認、メールでのフォローアップ

企業顧客向けのプレミアページ

オンライン技術サポート

gigabuys.com (3万種の周辺装置とソフト)

Dell Factory Outlet (返品パソコンの販売)

しかし、大口顧客には技術者を派遣している

## ダイレクトモデルはどこまで有効か

ダイレクトモデルが適用可能なものは何か？

仲介業者を必要とするものは何か？

パソコン？ 自動車？ 家電？

衣服・靴？ 家具？

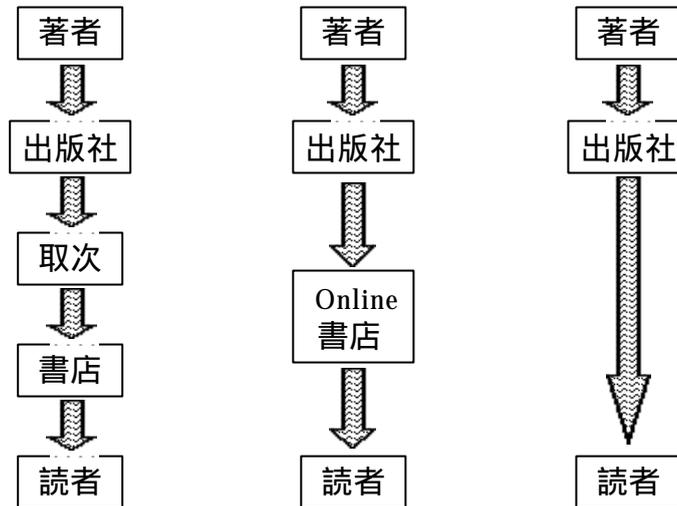
食品雑貨？ 書籍？ 音楽CD？

デジタル・コンテンツ (音楽、小説etc.)？

旅行関係 (航空券、ホテルetc.)？

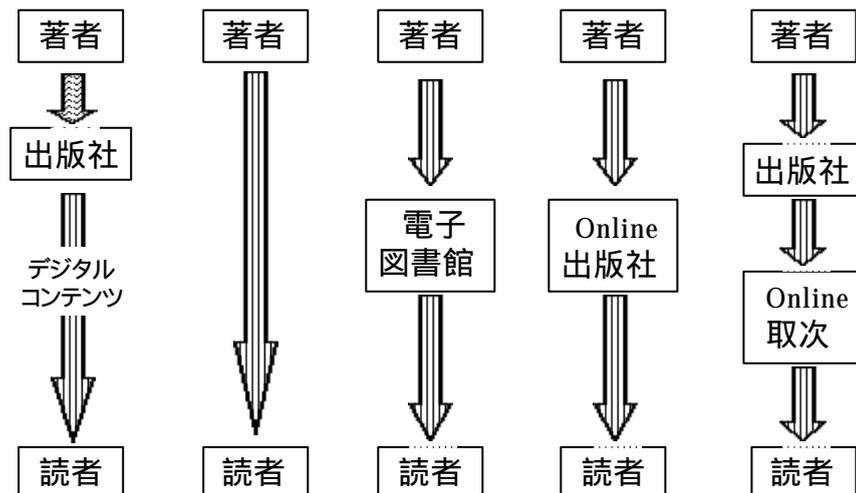
チケット？

### 書籍で考える中間業者排除（その1）



（注：この分類は東京電機大学出版局 植村八潮氏によるものである）

### 書籍で考える中間業者排除（その2）

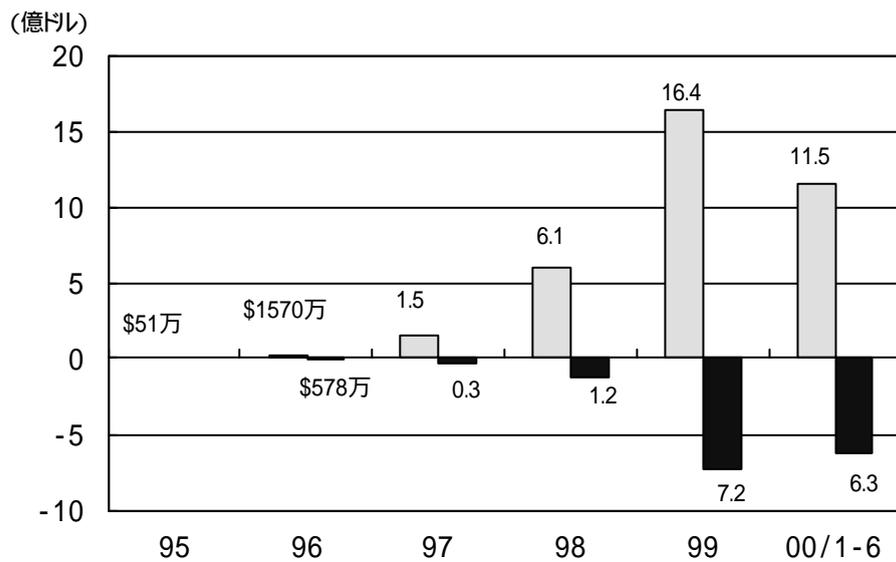


（注：この分類は東京電機大学出版局 植村八潮氏によるものである）

## Amazon.comの倉庫モデル



## Amazon.com の売上げと損益



(注: 95年は7 12月の下半期のみ) (出典: <http://www.amazon.com/>)

## Amazon.com のインターネット利用

Web の開設は 95 年 7 月

取り扱い品目の拡大

音楽CD(98/6)、ビデオ(98/11)オークション(99/3)、  
玩具、家電製品(99/7)、住宅用工具(99/11)、新車(00/8)

膨大な書籍データベース、優れた検索システム

様々な情報提供(書評、新刊案内、受賞作品紹介)

リコメンデーション(読書傾向、読者アンケート)

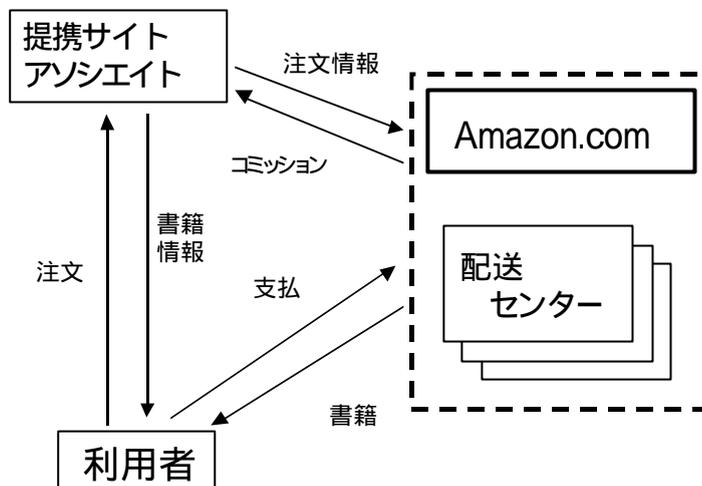
ワン・クリック・ショッピング

アソシエイト・プログラム

## アマゾンの取扱品目の拡大

1995年 7月	書籍
1998年 6月	音楽CD
1998年11月	ビデオ
1999年 3月	オークション
1999年 4月	グリーティングカード(無料)
1999年 7月	玩具、家電
1999年 9月	zショップ
1999年11月	パソコンソフト、テレビゲーム、 住宅用工具、ギフト用品
1999年11月	美術工芸品、蒐集品
2000年 2月	専門家向けの工具、
2000年 4月	医薬品、化粧品、
2000年 5月	台所用品
2000年 8月	自動車
2000年 9月	ゲームソフト(パソコン、TVゲーム機用)
2000年10月	カメラ(デジタルカメラ、ビデオカメラ) スキャナ、プリンタ、写真サービス

## アソシエイト・プログラム



(注)2000年8月時点でAmazon.comのアソシエイトサイトは50万を超えた

## Peapod (食料品雑貨)

取り扱い品目は1万8000種の食料品雑貨

Webで品目を選んで、配達時間を指定

支払いは、クレジットカード、小切手、口座引落

96年9月の会員数は21,200人

97年9月の会員数は56,300人

98年7月の会員数は104,000人

2000年4月の会員数は130,000人

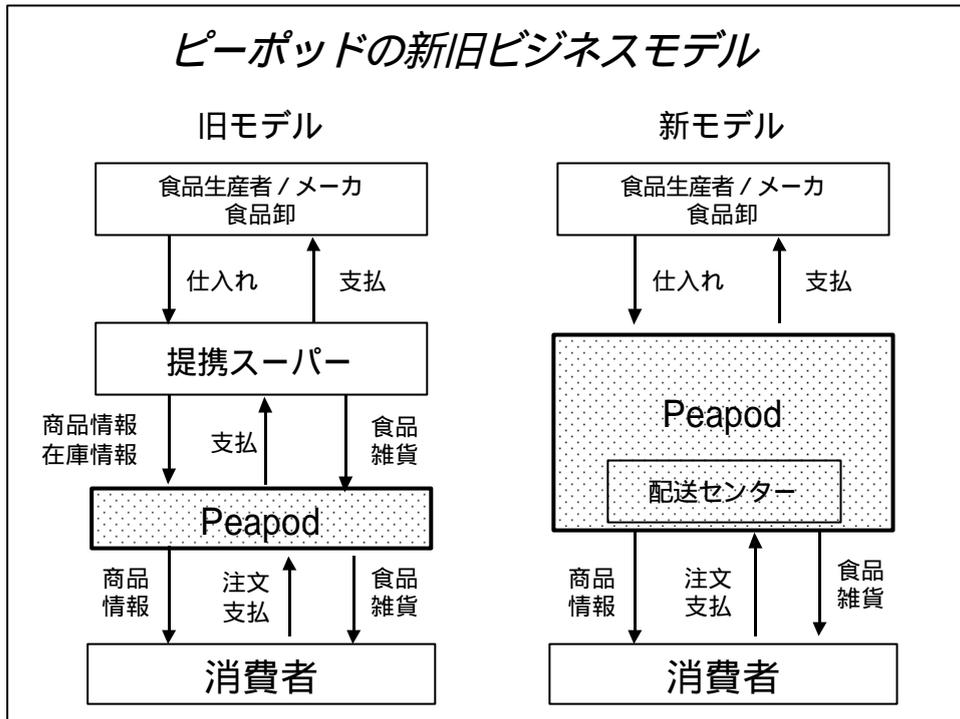
2000年4月 Royal Aholdが出資(51%を保有し、子会社化)

食料品雑貨の市場規模

97年:1億8000万ドル / 20万世帯

2007年:850億ドル / 2000万世帯(出典: Andersen Consulting)

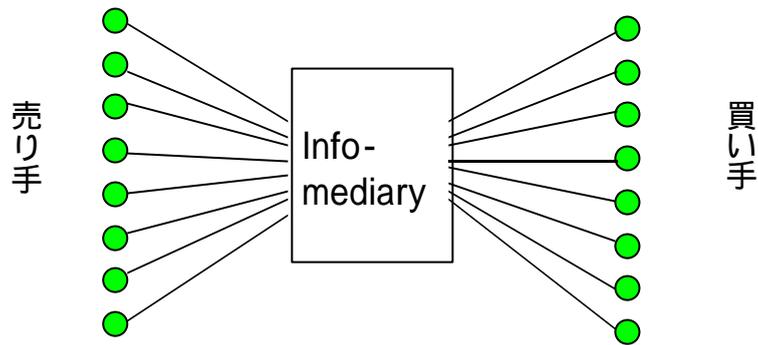
## ピーポッドの新旧ビジネスモデル



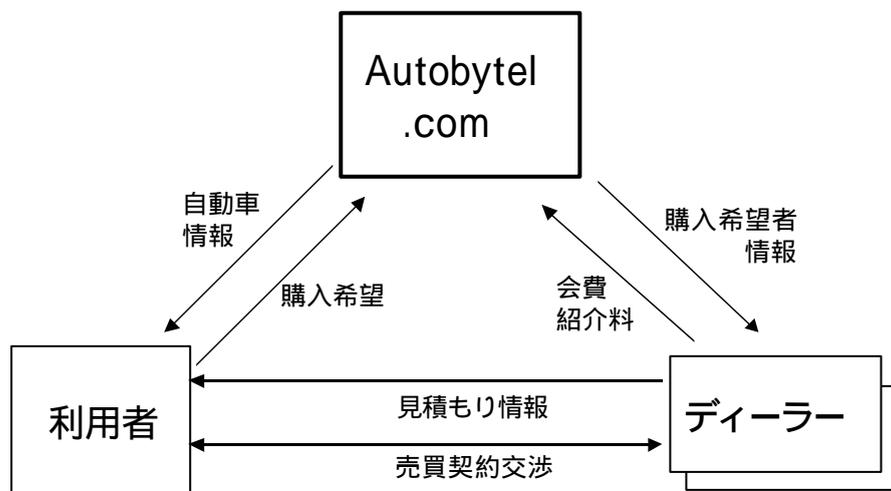
Infomediaries  
(情報仲介業)

## インフォメディアリー

別名「eマーケットプレイス」「オンライン・マーケットプレイス」  
「オンライン仲介業者」「マーケットメーカー」  
「トレーディング・ハブ」  
バラフライ・マーケット



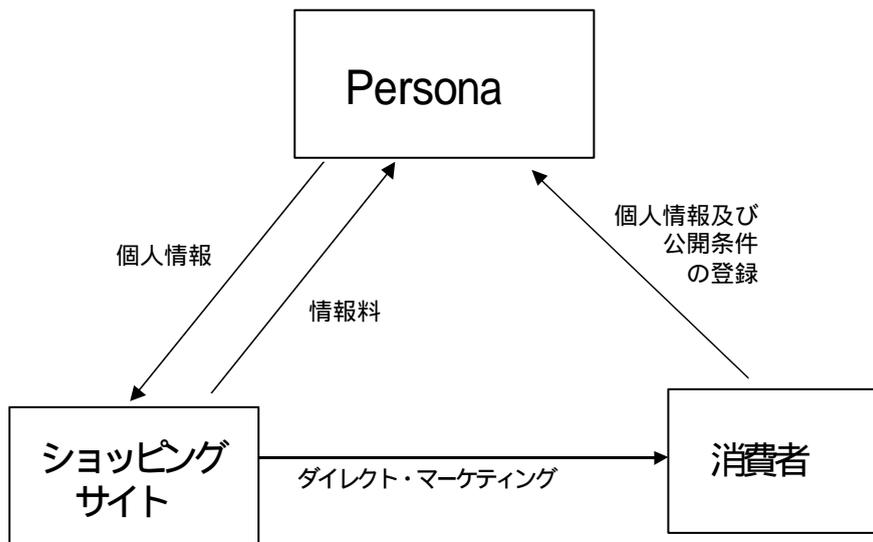
## オートバイテルの基本ビジネスモデル



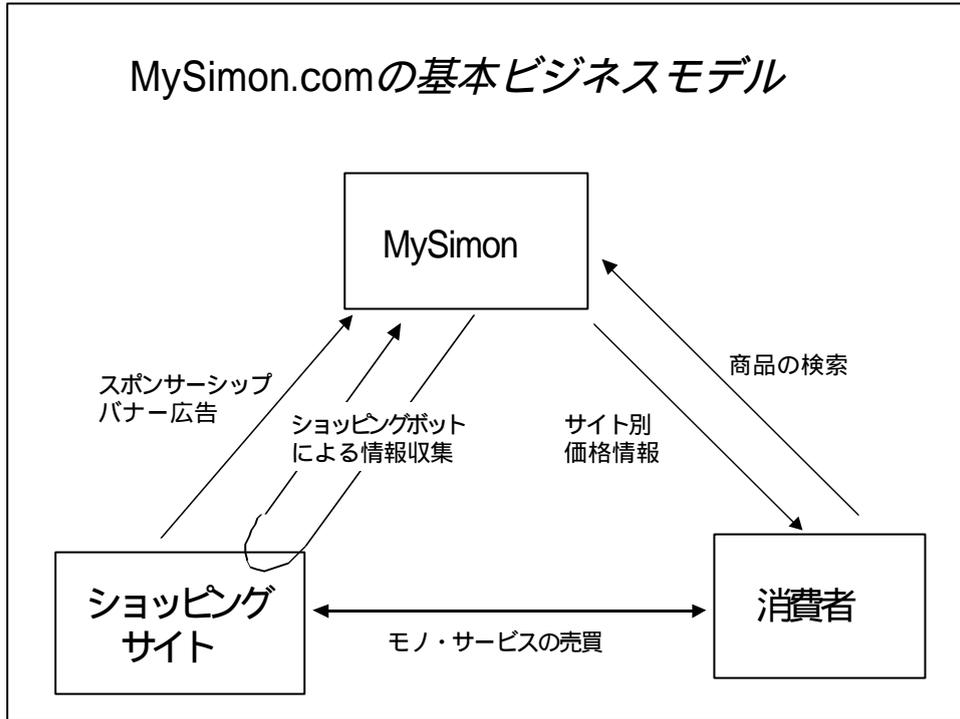
## インフォメディアリーの種類

顧客紹介型	Autobytel, ITN
潜在顧客紹介型	Persona, Lumeria
業者紹介型	MySimon, Bizrate,
オークション型	eBay, MetalSite
逆オークション型	PriceLine
カタログ型	Chemdex, Plasticsnet
マッチング型 (エクスチェンジ型)	NTE, PaperExchange

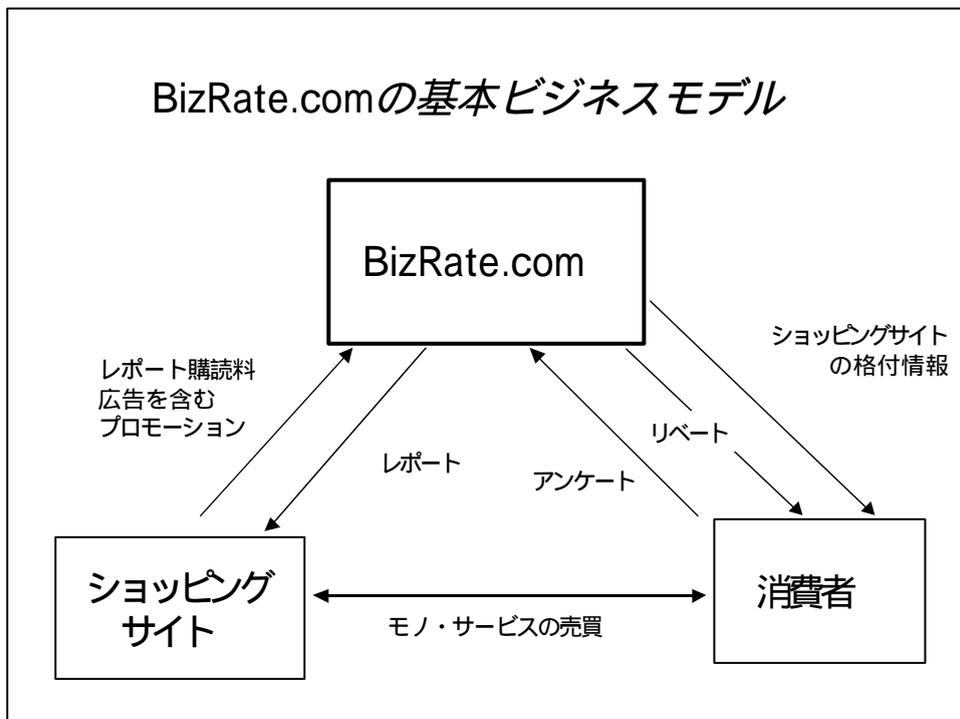
## Personaの基本ビジネスモデル



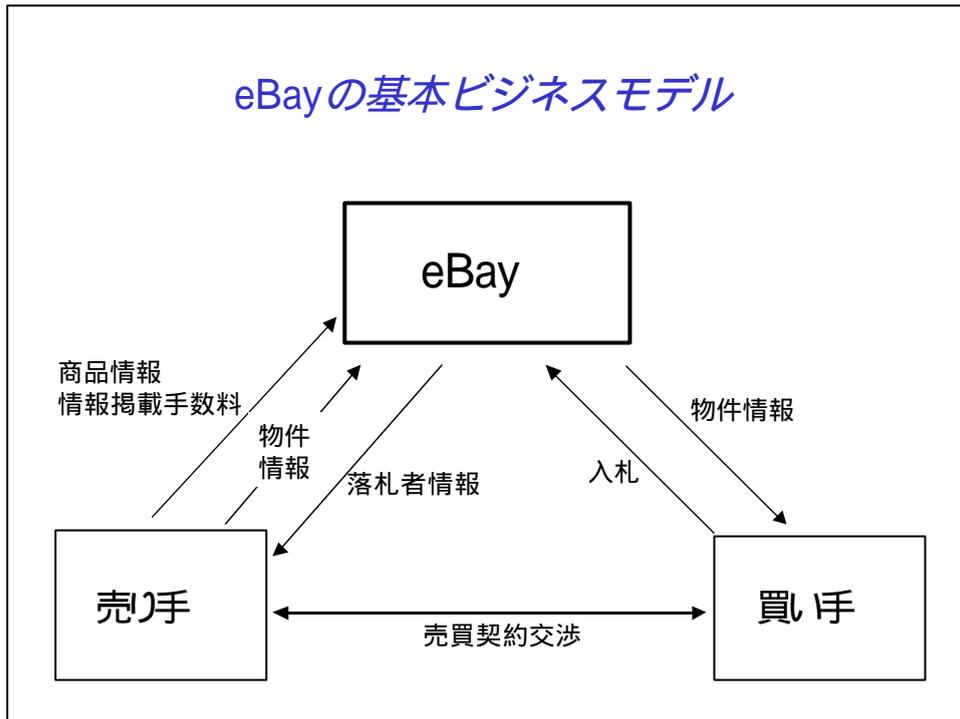
## MySimon.comの基本ビジネスモデル



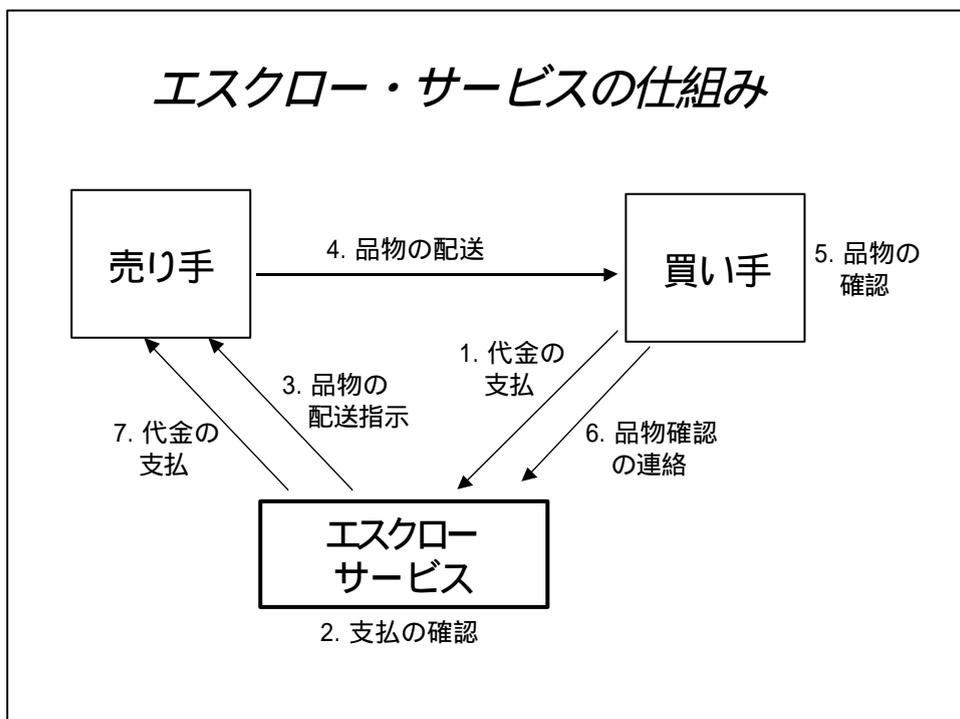
## BizRate.comの基本ビジネスモデル



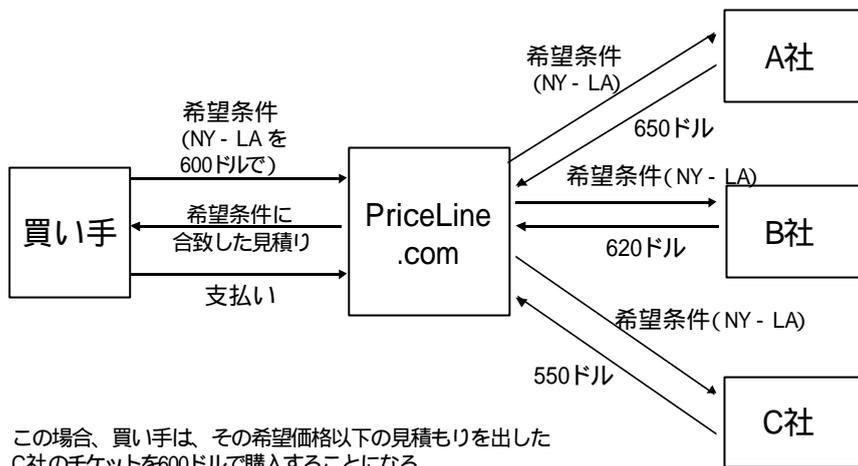
## eBayの基本ビジネスモデル



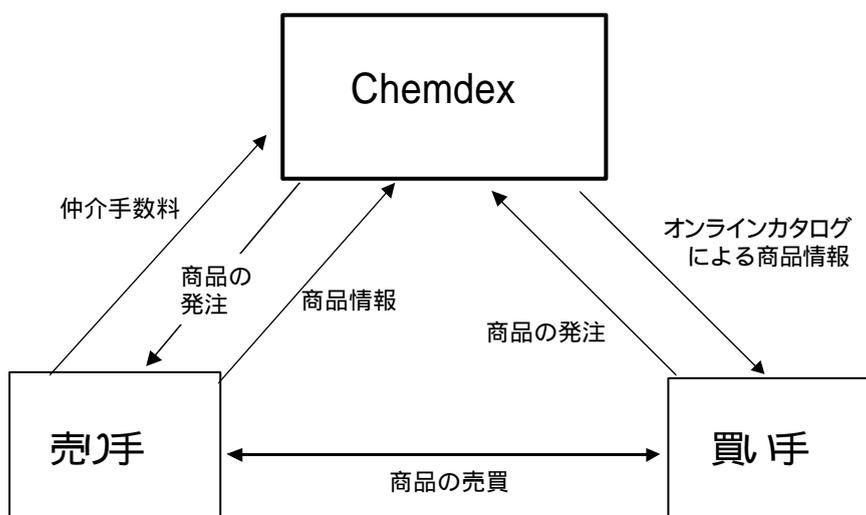
## エスクロー・サービスの仕組み

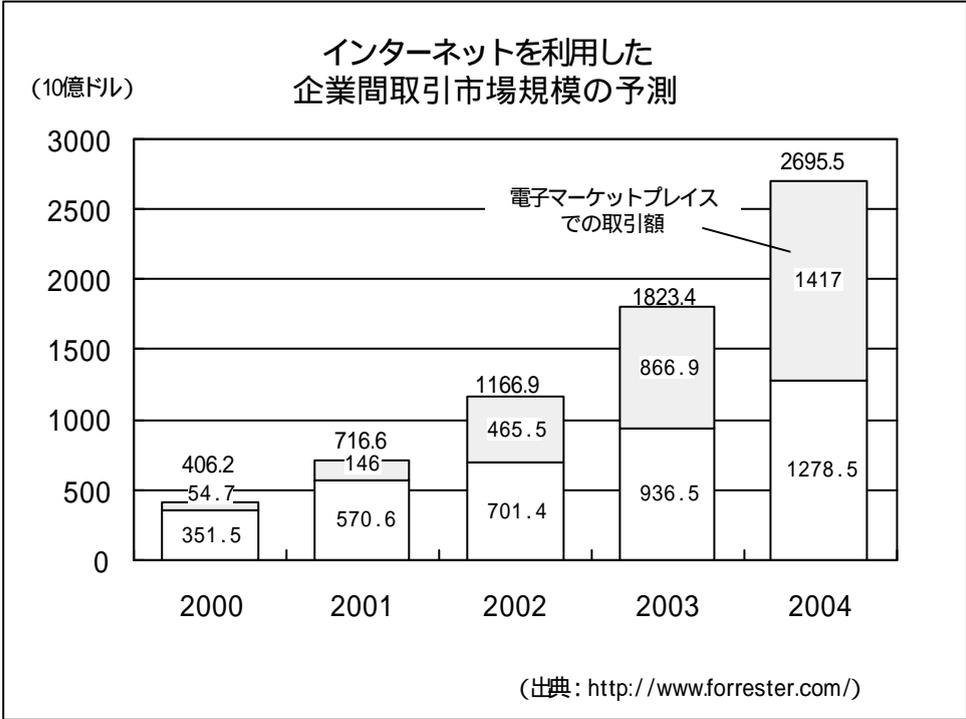
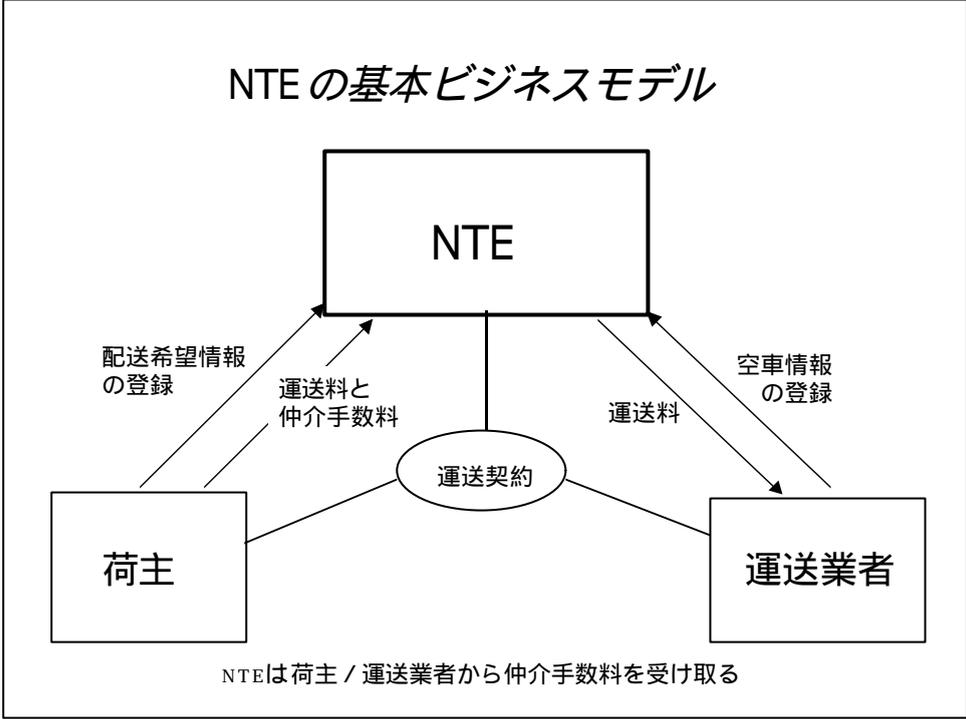


## プライスラインの基本ビジネスモデル (航空券の場合)



## Chemdexの基本ビジネスモデル





## 求人・求職情報

企業のWWWサーバー上の求人情報

求人・求職情報専門サイト

モンスター・ドット・コム

ホットジョブズ

ジョブズ・シカゴ

アトランタ・ジョブ・リソース・センター

キャリアパス

求職目的の個人ホームページ

## チケットのネット販売

## Expedia (トラベルサービス)

飛行機、レンタカー、ホテル、パック旅行等の予約が可能

Microsoft 社が 96 年 10 月に開設

97 年 2 月：1 週間の取扱高が 100 万ドル以上に

97 年 1 年間の取扱高は 1 億ドルに (平均 200 万ドル/週)

98 年 1 年間の取扱高は 2.5 億ドルに (平均 500 万ドル/週)

99 年 4 月：1 週間の取扱高は 1600 万ドル以上

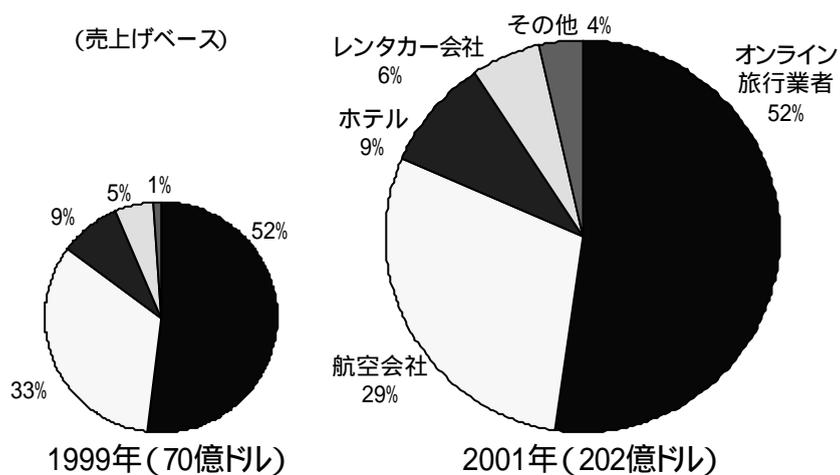
Travelocity、Preview Travel、ITN などがライバル

99 年の市場は 70 億ドル、2003 年には 202 億ドル

( PhoCus Wright )

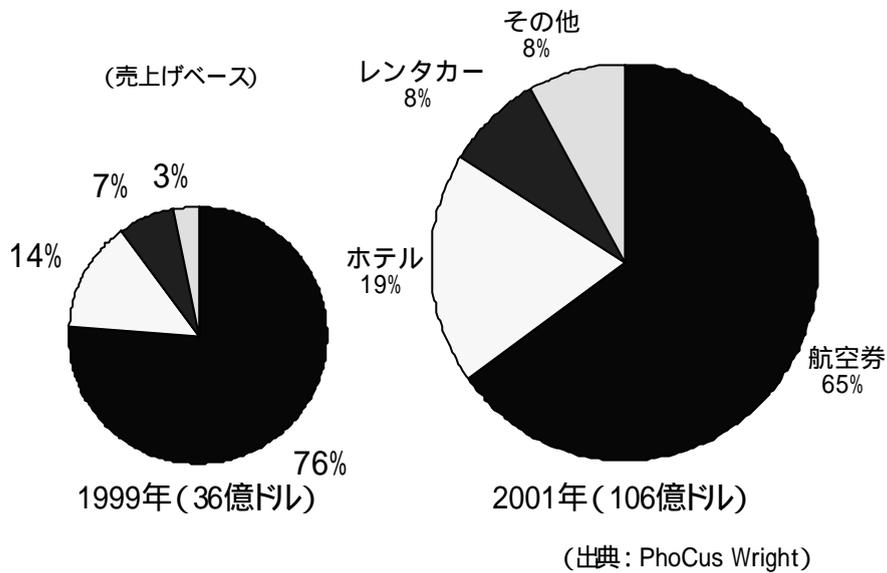
## 米国のオンライントラベル市場

(流通経路別、1999年 2001年)

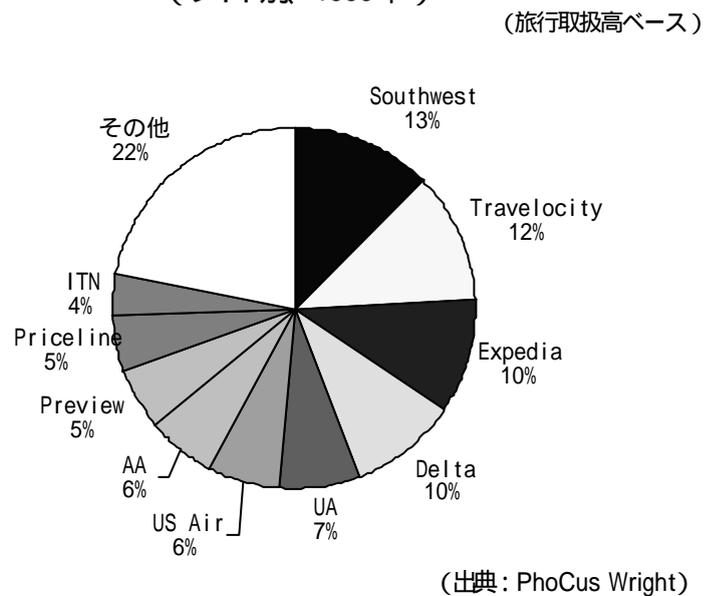


(出典: PhoCus Wright)

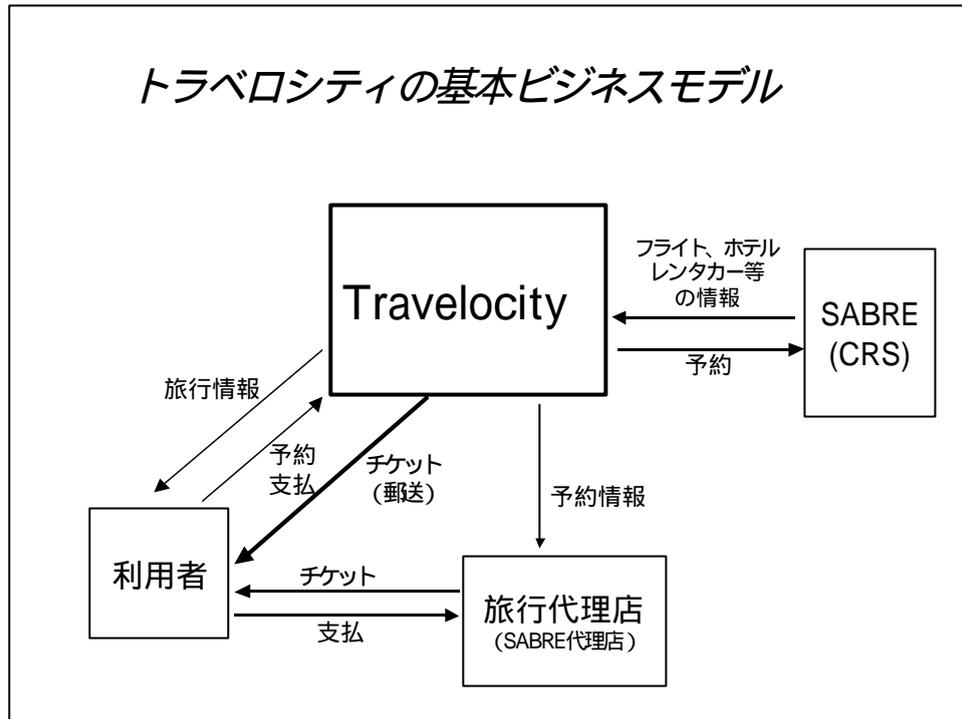
## オンライン旅行業者の商品別内訳 (1999年 2001年)



## 米国のオンライントラベル市場 (サイト別 1999年)



## トラベロシティの基本ビジネスモデル



## Ticketmaster(エンターテイメント)

電話販売も含めて年間 7500 万枚以上のチケットを販売

96 年 9 月から Web 上でショウ等のチケットを販売

1日に170万ドル相当のチケットを Web で販売

(チケット数にして約36,000)

チケットのオンライン市場

98 年: 3 億 6000万ドル、2003 年: 53 億ドル

(出典: Yankee Group)

## チケットがネット販売に適している理由

情報量が膨大

検索に適している

商品の本質が情報（写真表示は不要）

消費者は事前に手に取ってみたいと思わない

情報の大半は既にデジタル化されている

商品の発送が容易（チケットは書留でおくればよい）

場合によっては商品の発送が不要

## 情報提供サービス

&

## インターネット広告

## 従来のメディアとの比較

	新聞雑誌	TV	インターネット
総覧性			×
リーチ			
情報量			
速報性		×	
双方向性			
携帯性			×
OnDemand			×
表現形式	テキスト 静止画	テキスト 静止画	テキスト、音 動画、静止画

## 新聞社による情報提供サービス

### ニューヨーク・タイムズ紙

かつて海外ユーザは有料、現在は無料（登録制）

### ウォール・ストリート・ジャーナル紙

年 59 ( 29 ) ドル、現在の有料購読者は約 25 万人

購読料収入： 1200 万ドル前後

広告料収入： 1700 万ドル強 ( ? )

### 朝日新聞 ( Asahi.com )

海外での新聞購読者が減少？

日経はウェブサイトによる影響がほとんどない？ 何故か？

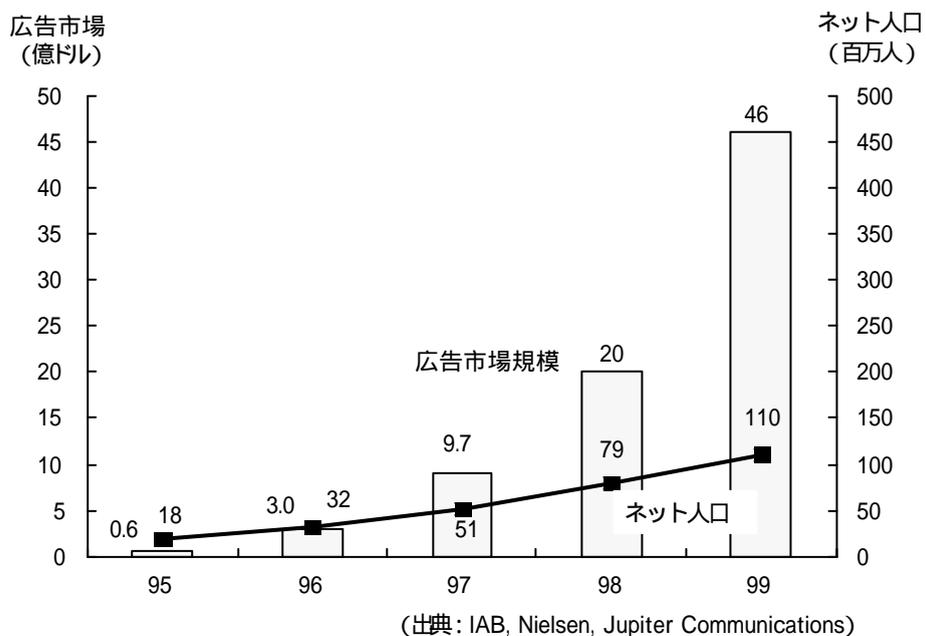
## 失敗した有料ウェブマガジン

1996年 6月創刊のウェブマガジン（ウェブジン）

1998年 3月有料化を発表 --- 年間購読料 19.95ドル

1999年 2月無料化を発表 --- 何故か？

## ネット広告市場とネット人口（米国）



## インターネット広告の種類

バナー広告 (もっともポピュラー)

テキスト広告

「今日の注目サイト」のような形、通常は期間保証型

スポンサーシップ

特定のサイト、コンテンツを提供、通常は1社独占  
コンテンツの内容を広告にあったものにすることもある

ポップアップ広告 / インタースティシャル広告

電子メール広告

プッシュ広告

## バナー広告の契約の種類

期間保証型

たとえば、1週間50万円(サイトの人気によって大きく異なる)  
初期の頃は一般的だったが、現在では希。テキスト広告では一般的

露出保証型

バナー広告では一般的な形  
例: 100万円 / 20万回(5円/回)、1円 6円が相場だが、、、  
(Netscape 1万ドル / 49万回以上・1カ月以内)

クリック保証型

徐々に普及、一般的な相場は、60円 150円 / クリック

問題点

有力サイトへの集中とクリック率の低下  
米国の例 97年初: 2% 98年初: 1% 98年末: 0.5%

## 有力サイトのネット広告シェア

有力サイトへ広告収入が集中する傾向に

	98/3	98/6	98/9	98/12	99/3
上位10サイト	64%	67%	70%	71%	75%
上位25サイト	75%	80%	84%	86%	88%
上位50サイト	79%	85%	91%	92%	93%

(出典: IAB, Pricewaterhouse Coopers)

Yahoo!, AOL, MSN がアクセスの15%, 広告収入の45%を

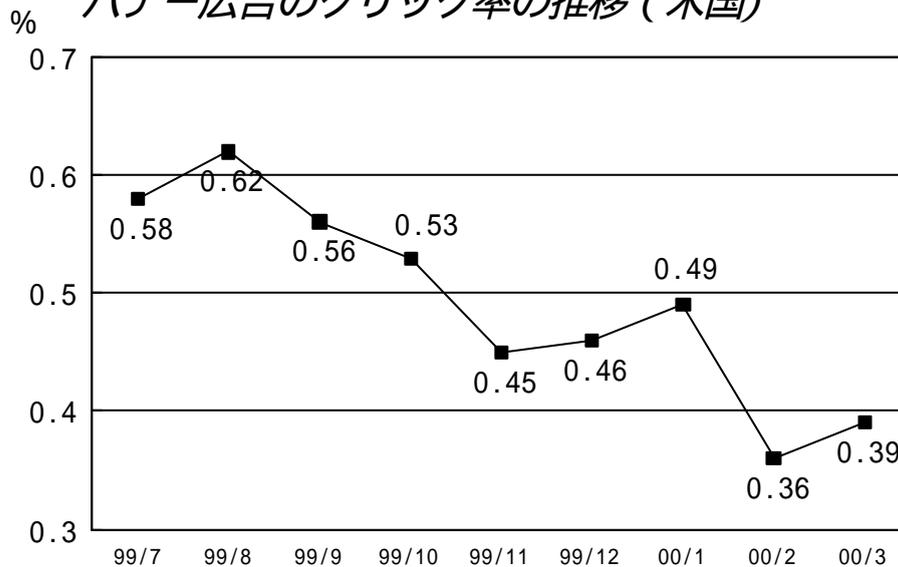
(2000年 3月, Forrester Research)

Yahoo! Japan の2000年 4-6月期の決算は大幅増益

売上高: 23.85億円 (前年同期の約 2.7倍)

経常利益: 4.94 (同 2.8倍)

## バナー広告のクリック率の推移 (米国)



(出典: <http://www.netratings.com/>)

## 広告のターゲット配信

### ターゲット配信とは何か

利用者に合った広告を表示する仕組み（広告の効果が高くなる）

### ターゲット配信の種類

#### ドメイン別配信

（jpなら日本語で、ac.jpなら日本の大学、co.jpなら日本の企業）

#### OS別配信

#### ブラウザ別配信

#### クッキー連動型（クッキーに蓄積されたデータを利用）

例えば、過去の購買記録や年齢・性別に応じて広告を表示

#### キーワード連動型（検索エンジンポータルなどで利用）

「住宅」で検索する人にプレハブ住宅会社のバナーを表示

## オンラインバンキング

&

## EBPP

## エレクトロニック・バンキング

主要な銀行はエレクトロニック・バンキングを実施

全米で 600 万世帯が利用 ( 99年末、Gomez Advisors)

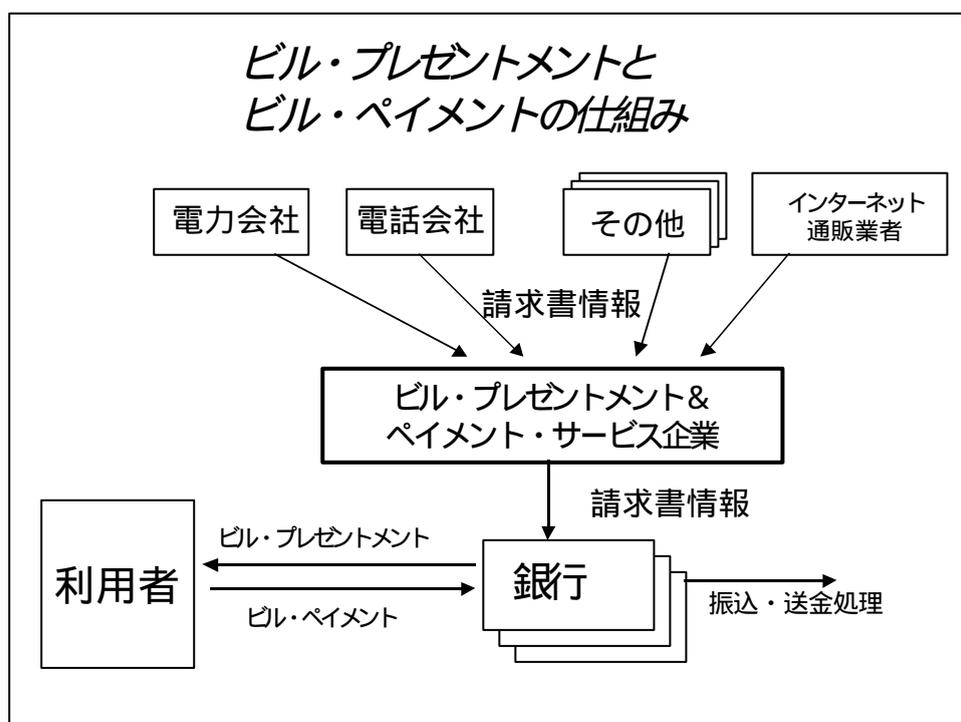
2003 年には 3200 万世帯 が利用 ( IDC )

全米で振出された小切手、手形は 630 億枚 ( 96年)

請求書は 180 億枚 ( N.Y.Times, July 5, 1996)

期待されるビル・プレゼントメント/ビル・ペイメント

## ビル・プレゼントメントと ビル・ペイメントの仕組み



# インターネット放送 & デジタルコンテンツの配信

## インターネット放送

インターネット・ラジオ局とインターネット・テレビ局  
全世界に Webcasting サイトは数千  
小さな設備で世界中に発信可能、放送の規制外

## デジタル音楽の配信と共有

MP3(MPEG -1 Audio Layer 3)

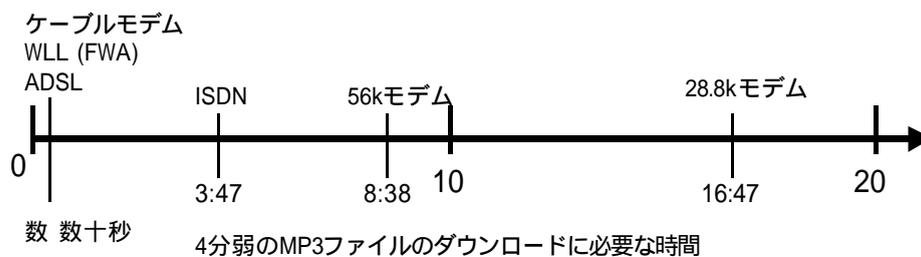
Napster と Gnutella

## 日本のインターネットは新しい局面に

定額接続 月額5000円以下

高速接続 1 10Mbps 程度

常時接続 24時間 365日



## ミッドバンドからブロードバンドへ

