

Marketing Conference

ECは中小企業の成長ツールになるか？
《ECが上手くいく要件》

Lab.GoCon 大西 正也

強化される中小企業EC支援政策

◎中小企業庁支援拡大方針(2014年)

2013年度補正予算 IT活用販路開拓 12.5億円

2014年度補正予算 広域販路拡大(雇用対策他含) 252億円

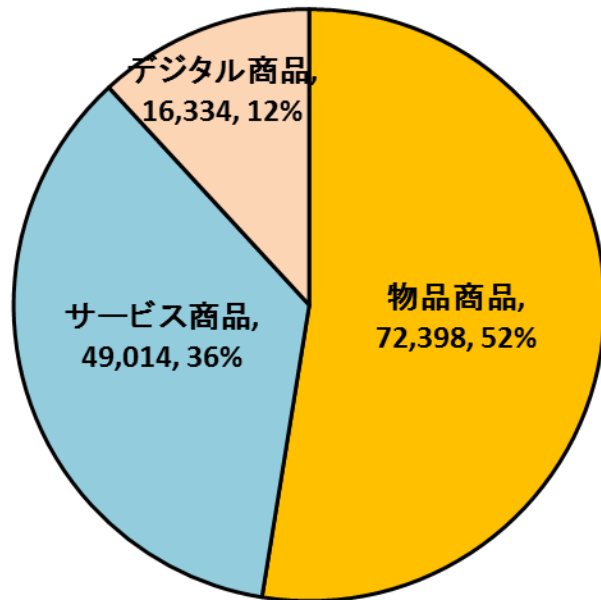
2015年度補正予算 ECサイト整備
(アンテナショップ、経営力向上他含)100億円
越境EC整備(展示会他含) 20億円

【具体的な事業】

- ①10,000社ネットショップ開業支援(中小機構)
- ②ネット通販取引支援センター(ふくい産業支援センター)
- ③和歌山県eコマース研究会(わかやま産業振興財団)

物品商品分類別EC市場規模(億円、%)

国内EC市場規模 137,746億円



分類	2014年	2015年	伸長率	構成比	EC化率 (注)
衣類、服装雑貨等		13,839	7.9%	19.1%	9.0%
食品、飲料、酒類	11,915	13,162	10.5%	18.2%	2.0%
家電、AV機器、PC周辺機器等	12,706	13,103	3.1%	18.1%	28.3%
雑貨、家具、インテリア	11,590	12,120	4.6%	16.7%	16.7%
書籍、映像、音楽ソフト	8,969	9,544	6.4%	13.2%	21.8%
化粧品、医薬品	4,415	4,699	6.4%	6.5%	4.5%
自動車、自動二輪車、パーツ等	1,802	1,874	4.0%	2.6%	2.5%
事務用品、文房具	1,599	1,707	6.8%	2.4%	28.2%
その他	2,227	2,348	5.4%	3.2%	0.6%
計	68,043	72,398	6.4%	100.0%	4.8%

(注) 総市場規模に対するEC取引の比率

出典：経済産業省商務情報政策局情報経済課 平成27年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備
(電子商取引に関する市場調査)報告書から引用加工(2016年6月)

(表2)有力小売業(上場企業を含む)に対するEC事業調査

ECを行なっている	YES 64.7%	NO 35.3%	
総売上に占めるEC売上構成比	10%以上 10.3%	2~10%未満 52%	1%未満 37.7%
2014年度のEC事業営業利益	黒字 42.6%	赤字 57.4%	

日経MJ2015年7月4日発行記事参照
全国有力専門店1,023社対象,
アンケート方式,
有効回答192社,

企業事例

①株式会社タイセイ(大分県津久見市／代表取締役 佐藤成一)

資本金:64,000万円 従業員数(非正規含):88名

EC事業売上高:19億円 取扱商品:製パン・菓子食材、製造機器資材、食器他

<http://www.cotta.jp/>

②まくら株式会社(千葉県柏市／代表取締役 河元智行)

資本金:1,000万円 従業員数(非正規含):30名

EC事業売上高:8億円 取扱商品:枕、寝具、EC支援システム他

<http://shopping.geocities.jp/makura/>

③株式会社大都(大阪市生野区／代表取締役 山田岳人)

資本金:24,300万円 従業員数(非正規含):69名

EC事業売上高:28億円 取扱商品:DIY商品・工具・園芸用品、作業衣料他

http://www.diy-tool.com/?_ga=1.178668324.1402329313.1476166987

④株式会社ベルトラン(京都市中京区／代表取締役 Bertrand Thomas(ベルトラン・トマ))

資本金:2,500万円 従業員数(非正規含) 6名

EC事業売上高:2億円 取扱商品:弁当箱、弁当箱周辺商品、調理器具、食器等

<https://www.bentoandco.com/>