



インプレス総合研究所

インプレス総合研究所
[新産業調査レポートシリーズ]

S A M P L E

インターネット通販TOP100 調査報告書2014

Top 100 Online Retailers Research Report 2014

ネットショップ担当者フォーラム【監修】
インプレス総合研究所【編】

S A M P L E

本サンプル版の利用について

本サンプル版の配布やWebサイトへのアップロードなどの行為について特に制限はございません。ご自由にご利用ください。掲載データの利用については、下記「**データの利用にあたって**」の記述に準じます。ご参照ください。

なお、本サンプル版を販売するなどの商業利用は禁止いたしますのであらかじめご了承ください。

ご注文は今すぐクリック

- お支払い方法：銀行振込（ご請求書をお送りします）
- 納期：[法人] ご発注後、3 営業日以内 [個人] ご入金確認後発送

掲載データの取り扱いについて

■CD-ROMの内容

本報告書のCD-ROMには以下のファイルを取録しています。

- インターネット通販TOP100調査報告書2014.pdf

本報告書の本文PDFです。

このPDFはAdobe Acrobat XIで作成しています。Adobe Reader X以上で閲覧できます。

お持ちでない方はアドビのホームページ (<http://www.adobe.com/jp/products/reader/>) からダウンロードしてください。

- ReadMe.txt

ファイルのご利用に際しての注意事項を書いたテキストファイルです。ご利用の前にこのファイルをお読みください。

■データの利用にあたって

データの利用に関し、以下の事項を遵守してください。

- (1) 社内文書などに引用する場合、著作権法で認められた引用の範囲内でご利用ください。また、その際、必ず出所を明記してください。

例：「インターネット通販TOP100調査報告書2014」（インプレス総合研究所）

- (2) 雑誌や新聞などの商業出版物に引用される場合は、下記までご一報ください。

株式会社インプレス インプレス総合研究所

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1丁目105番地

電話：03-6837-4621

FAX：03-6837-4638

report-info@impress.co.jp

- (3) 紙面、データ、その他の態様を問わず、本報告書に掲載したデータを利用して本製品と同一または類似する製品を製作し、頒布することを禁止します。
- (4) 本製品（およびその複製物を含む）を、当社の書面による承諾なしに第三者に譲渡、転売、貸与または利用許諾することを禁止します。
- (5) お客様が法人である場合、その法人内に従事する者のみ使用できます。

※なお、株式会社インプレスおよび著作権者は本データの利用により発生したいかなる損害につきましても、一切責任を負いません。

■商標などについて

本報告書に登場する商品名・サービス名は、一般に各社の商標または登録商標です。

本文中は™マークまたは®マークは明記していません。

掲載したURLは2014年11月20日現在のものです。サイトの都合で変更されることがあります。

あらかじめご了承ください。

本書は、インプレスによるネット通販事業者の経営やサイト運営に役立つ専門情報サイト『ネットショップ担当者フォーラム』による監修のもと、日本の EC 企業 TOP100 社の現状をまとめたものである。

米国ではインターネット通販事業者の詳細を網羅した書籍やデータベースサービスが充実しており、事業者の必携の情報となっている。しかし、日本ではインターネット通販事業者についてまとまって整理された情報が存在していない。そこで、インターネット通販事業者の詳細をカタログ形式で掲載し、様々な角度から分析することで、各社のインターネット通販、業界発展に寄与する資料を提供し、みなさまの事業にお役立ていただくことを目的としている。

第 1 章の「市場動向」では、e コマース市場の全体動向を紹介。市場規模の推移やショッピングモールの動向、ユーザーの利用動向、サイトに対する評価、世界市場の動向などの統計データを掲載。

第 2 章の「主要項目データと分析」では、主要項目について TOP100 を一覧で整理。100 社の売上高や出店モール、デバイス、提供サービス、サイトの表示スピード、ソーシャルメディア対応等を分析している。

第 3 章の「TOP100 社の詳細データ」では、日本の EC 企業 TOP100 社について 1 ページ毎に紹介。調査は 2014 年 9 月～11 月に実施。それぞれの企業について売上やユーザー状況、訪問経路、サイトパフォーマンス、デバイス比率、海外展開、提供サービス、ソーシャルメディア、フルフィルメント、利用ベンダーなど最大で 92 項目にのぼる。

経済産業省の調査では、2013 年の BtoC-EC 市場規模は前年比 17.4%増と大きく伸長しており、EC 化率も 3.7%と年々高まっている。2013 年から 2014 年にかけてはスマートフォン利用やオムニチャネル化が進み、今後も事業者間の競争はより激しくなるであろう。

本書がみなさま方のビジネスのお役に立てれば幸いである。

2014 年 11 月
株式会社インプレス
インプレス総合研究所

目次

S A M P L E

第1章 市場動向	11
1.1 市場規模の推移	12
1.1.1 順調に拡大する EC 市場	12
1.1.2 今後の見とおし	13
1.2 ネットショッピングモールの動向	15
1.2.1 勢力を拡大する二強	15
1.2.2 Yahoo! ショッピングの動向	16
1.3 ユーザー動向	18
1.3.1 オンラインショッピング利用率	18
1.3.2 購入金額	19
1.3.3 スマートフォンへのシフト	20
1.3.4 購入した商品のジャンル	23
1.4 ユーザー評価	24
■ 調査概要	24
1.5 世界動向	26
第2章 主要項目データと分析	29
2.1 売上	30
2.1.1 TOP100 インターネット通販事業者	30
2.1.2 商材別売上高ランキング	33
■ 総合	33
■ 衣料品	33
■ 書籍・CD・DVD・ゲーム	34
■ 食品	35
■ 化粧品	35
■ PC・家電	36
■ 日用品・健康食品	36
2.1.3 対前年比ランキング	38
2.1.4 売上増加ランキング	39
2.1.5 業態別売上高ランキング	40
■ EC 専業	40
■ カタログ・テレビ通販	41
■ 有店舗	41
2.1.6 EC 率（インターネット通販売上高／総売上高）	43
2.2 出店モール	45
2.2.1 出店モール	45
2.3 デバイス	48
2.3.1 デバイス別アクセス・売上比率	48
2.4 サービス	51
2.4.1 対応サービス	51
2.5 マーケティング	54
2.5.1 登録している価格比較サイト	54

2.5.2	広告予算の形態.....	55
2.6	ソーシャルメディア.....	56
2.6.1	ソーシャルメディア.....	56
2.7	モバイルサイトの表示スピード調査.....	59
2.7.1	Amazon が発表した Web 表示スピードへの崇拜.....	59
	■ 表示スピードの重要性.....	59
	■ モバイル Web では PC 以上に表示スピードが重要。しかし PC Web とは違ったアプローチが必要.....	61
	■ 遅延は、大きく売上を落とすのか?.....	62
	■ 表示の遅延は、大事なりピーターさえも低下傾向となる.....	63
2.7.2	調査概要.....	65
	■ 調査の前提.....	65
	■ 調査方法.....	65
	■ Google の Page Speed Insights について.....	65
	■ 1秒で表示させることがユーザーベネフィットである.....	66
2.7.3	調査結果 1: モバイルサイトの構築方法.....	67
	■ 52%のモバイルサイトはランディングページが異なる。レスポンシブウェブデザインの採用はなし.....	67
	■ レスポンシブウェブデザインの採用サイトはゼロ.....	68
2.7.4	調査結果 2: モバイルサイト及び PC サイトの表示速度.....	69
	■ Google の基準を超えられるのはわずか。トップページ、商品ページの平均値は 50 以下.....	69
2.7.5	調査結果 3: 遅すぎる日本の e コマースサイト.....	73
	■ ワースト 20 はどんなサイトか?.....	73
	■ 北米 EC トップ 10 サイトの表示は 3 秒以内.....	73
第 3 章 TOP100 社の詳細データ.....		79
	調査概要.....	83
	■ 調査対象.....	83
	■ 調査手法・調査期間.....	83
	■ 留意事項.....	83
	■ 掲載順.....	83
	■ 掲載項目の概説.....	83
3.1	アマゾンジャパン.....	85
3.3	株式会社千趣会.....	86
3.4	株式会社ニッセン.....	87
3.5	デル株式会社.....	88
3.6	株式会社ディノス・セシール.....	89
3.7	株式会社ヨドバシカメラ.....	90
3.8	上新電機株式会社.....	91
3.9	楽天株式会社.....	92
3.10	株式会社イトーヨーカ堂.....	93
3.11	株式会社キタムラ.....	94
3.12	株式会社ヤマダ電機.....	95
3.13	株式会社ディーエイチシー.....	96
3.14	コープみらい.....	97
3.15	株式会社 ジャパネットたかた.....	98

S A M P L E

3.16 株式会社ビックカメラ	99
3.17 株式会社スタートトゥデイ	100
3.18 株式会社セブン&アイ・ネットメディア	101
3.19 株式会社 QVC ジャパン	102
3.20 株式会社 MOA	103
3.21 ジュピターショップチャンネル株式会社	104
3.22 株式会社ファーストリテイリング	105
3.23 ソニーマーケティング株式会社	106
3.24 株式会社フェリシモ	107
3.25 エプソンダイレクト株式会社	108
3.26 ピュアクリエイト株式会社	109
3.27 株式会社アベルネット	110
3.28 イオンリテール株式会社	111
3.29 生活協同組合コープこうべ	112
3.30 株式会社爽快ドラッグ	113
3.31 株式会社丸井	114
3.32 生協パルシステム東京	115
3.33 オルビス株式会社	116
3.34 株式会社コジマ	117
3.35 株式会社アイリスプラザ	118
3.36 株式会社ファンケル	119
3.37 株式会社 TSI EC ストラテジー	120
3.38 株式会社ローソン HMV エンタテインメント	121
3.39 株式会社コメリ	122
3.40 株式会社ソフマップ	123
3.41 オイシックス株式会社	124
3.42 株式会社ノジマ	125
3.43 株式会社 T-MEDIA ホールディングス	126
3.44 株式会社バルーナ	127
3.45 ケンコーコム株式会社	128
3.46 エヌ・ティ・ティ レゾナント株式会社	129
3.47 株式会社ドスパラ	130
3.48 株式会社ユナイテッドアローズ	131

3.49 株式会社良品計画	132
3.50 株式会社ニトリ	133
3.51 株式会社ワールド	134
3.52 アスクル株式会社	135
3.53 株式会社オートウェイ	136
3.54 株式会社ディーケイシー	137
3.55 株式会社 オークローンマーケティング	138
3.56 株式会社エディオン	139
3.57 マガシーク株式会社	140
3.58 株式会社マウスコンピューター	141
3.59 株式会社ユーキャン	142
3.60 株式会社 Project White	143
3.61 株式会社ポイント	144
3.62 大網株式会社	145
3.63 株式会社ドクターシーラボ	146
3.64 株式会社エーツー	147
3.65 株式会社ケーズホールディングス	148
3.66 株式会社ストリーム	149
3.67 株式会社 ZIPIA	150
3.68 アンファー株式会社	151
3.69 株式会社ムラウチドットコム	152
3.70 株式会社 三越伊勢丹	153
3.71 株式会社カクヤス	154
3.72 株式会社チャーム	155
3.73 株式会社スクロール	156
3.74 ディーライズ株式会社	157
3.75 株式会社ファッション・コ・ラボ	158
3.76 株式会社高島屋	159
3.77 株式会社ベネッセコーポレーション	160
3.78 シュッピン株式会社	161
3.79 株式会社テレビショッピング研究所	162
3.80 株式会社サウンドハウス	163
3.81 株式会社カタログハウス	164

S A M P L E

S A M P L E

3.82 株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン	165
3.83 株式会社キャラアニ	166
3.84 株式会社ユニットコム	167
3.85 株式会社バロックジャパンリミテッド	168
3.86 株式会社アーバンリサーチ	169
3.87 株式会社アイ・アンド・ティー	170
3.88 株式会社ライフワン	171
3.89 株式会社ロイヤル	172
3.90 クルーズ株式会社	173
3.91 株式会社ピーチ・ジョン	174
3.92 ベンチャービットスクウェア株式会社	175
3.93 株式会社虎の穴	176
3.94 株式会社イノベート	177
3.95 株式会社ベガコーポレーション	178
3.96 夢展望株式会社	179
3.97 株式会社コメ兵	180
3.98 ライオン株式会社	181
3.99 株式会社ワンステップ	182
3.100 株式会社やずや	183
3.101 株式会社デジタルアライアンス	184
3.102 株式会社サンワカンパニー	185
3.103 株式会社ロコンド	186
3.104 ナチュラム・イーコマース株式会社	187
3.105 ブックオフオンライン株式会社	188
3.106 株式会社アイエス・トレーディング	189
3.107 株式会社ネオ・ウィング	190
3.108 株式会社ジェネレーションパス	191
3.109 株式会社クオカプランニング	192
3.110 株式会社ぼん家具	193
3.111 株式会社ドライブマーケット	194
3.112 株式会社ヤサカ電気	195
3.113 有限会社家電の SAKURA	196
3.114 株式会社タイセイ	197

掲載資料一覧

S A M P L E

資料 1.1.1	日本の BtoC-EC 市場規模の推移	12
資料 1.1.2	日本の BtoC-EC 市場規模の業種別内訳	13
資料 1.1.3	日本の BtoC-EC 市場規模の推移	14
資料 1.2.1	BtoC-EC 市場規模に占める各ショッピングモールの比率	15
資料 1.2.2	よく利用する EC サイト	16
資料 1.2.3	Yahoo!ショッピングのストア数(左)と商品点数(右)の推移	17
資料 1.2.4	Yahoo!ショッピングの流通総額の推移	17
資料 1.3.1	EC 経験者の比率	18
資料 1.3.2	性年代別 EC 経験者の比率	19
資料 1.3.3	EC 利用者の年間購入金額	20
資料 1.3.4	ZOZOTOWN におけるデバイス別出荷比率	21
資料 1.3.5	インターネット利用機器別 EC 経験者の比率	21
資料 1.3.6	楽天市場、アマゾンの利用者数トレンド	22
資料 1.3.7	インターネットで購入した物品・サービス	23
資料 1.4.1	2014 年度 JCSI(日本版顧客満足度指数)調査における通信販売業界のランキング	25
資料 1.5.1	BtoC e コマース市場規模(世界)	26
資料 1.5.2	BtoC e コマース市場規模(地域別)	27
資料 1.5.3	BtoC e コマース成長率(国別)	28
資料 2.1.1	インターネット通販売上高上位 100 事業者	32
資料 2.1.2	メイン商材別売上高ランキング(総合)	33
資料 2.1.3	メイン商材別売上高ランキング(衣料品)	34
資料 2.1.4	メイン商材別売上高ランキング(書籍・CD・DVD・ゲーム)	34
資料 2.1.5	メイン商材別売上高ランキング(食品)	35
資料 2.1.6	メイン商材別売上高ランキング(化粧品)	35
資料 2.1.7	メイン商材別売上高ランキング(PC・家電)	36
資料 2.1.8	メイン商材別売上高ランキング(日用品・健康食品)	37
資料 2.1.9	対前年比上位ランキング	38
資料 2.1.10	対前年比下位ランキング	39
資料 2.1.11	対前年売上増加額ランキング	39
資料 2.1.12	業態別売上高ランキング(EC 専業)	40
資料 2.1.13	業態別売上高ランキング(カタログ・テレビ通販)	41
資料 2.1.14	業態別売上高ランキング(有店舗)	42
資料 2.1.15	TOP100 事業者の EC 率	44
資料 2.2.1	モール別出店比率	45
資料 2.1.2	出店モール一覧	47
資料 2.1.3	デバイス別アクセス・売上比率	50
資料 2.1.4	対応サービス	53
資料 2.1.5	登録している価格比較サイト	54
資料 2.1.6	広告予算の形態	55
資料 2.1.7	ソーシャルメディア対応	58
資料 2.7.1	ロードタイムの長さによる売上損失	60
資料 2.7.2	表示速度によるコンバージョンロス	60
資料 2.7.3	モバイル機器における画面表示で待てる時間	61
資料 2.7.4	表示速度とコンバージョンの関係	62
資料 2.7.5	表示の遅延による影響	63

S A M P L E

資料 2.7.6 表示の遅延による直帰率の経過	64
資料 2.7.7 表示の遅延によるリポート率の変化	64
資料 2.7.8 Google Page Speed Insights	65
資料 2.7.9 主なモバイルサイト(トップページ) 資料 2.7.10 主なモバイルサイト(商品詳細ページ)	66
資料 2.7.11 EC 売上 TOP100 社のモバイル対応手法	67
資料 2.7.12 ランディングページが 2 つある場合の問題点	68
資料 2.7.13 日本のモバイルサイト 上位 30(トップページ)	69
資料 2.7.14 日本のモバイルサイト 上位 30(商品詳細ページ)	69
資料 2.7.15 モバイルサイトのスピードテスト結果	70
資料 2.7.16 PC サイトのスピードテスト結果	71
資料 2.7.17 PC サイトのスピードテスト結果	72
資料 2.7.18 モバイルサイトのスピードテスト結果(ワースト 20)	73
資料 2.7.19 海外トップ 10 サイトの表示及び完全ロード時間	74
資料 2.7.20 北米トップ EC サイトの表示スピードスコア	74
資料 2.7.21 北米トップ EC サイトの表示スピードスコア	75
資料 2.7.22 日米 EC サイト上位 30 社の表示スピードスコアの比較	76

第1章 市場動向

S A M P L E

1.1	市場規模の推移.....	12
1.1.1	順調に拡大する EC 市場.....	12
1.1.2	今後の見とおし.....	13
1.2	ネットショッピングモールの動向.....	15
1.2.1	勢力を拡大する二強.....	15
1.2.2	Yahoo! ショッピングの動向.....	16
1.3	ユーザー動向.....	18
1.3.1	オンラインショッピング利用率.....	18
1.3.2	購入金額.....	19
1.3.3	スマートフォンへのシフト.....	20
1.3.4	購入した商品のジャンル.....	23
1.4	ユーザー評価.....	24
1.5	世界動向.....	26

1.1 市場規模の推移

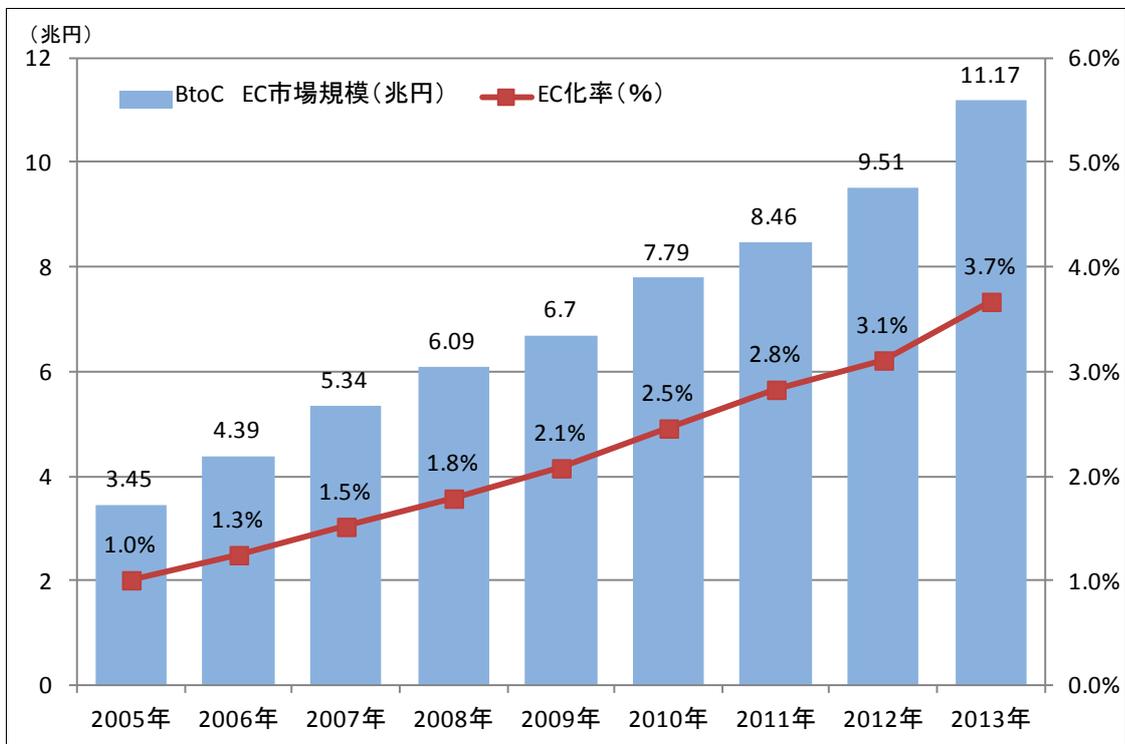
S A M P L E

1.1.1 順調に拡大する EC 市場

EC 市場は順調に拡大している。

経済産業省の調査によると、2013 年の日本の BtoC-EC 市場規模は 11.2 兆円となり、昨年から 1.66 兆円の増加、5 年前と比較すると 1.83 倍にまで成長している。2000 年台後半は、対前年比は二桁%の増加を続けてきたものの、東日本大震災の影響で 2011 年には前年比 8.6%にとどまっていたが、2012 年には同 12.5%に復調し、2013 年には同 17.4%とさらに高い成長率を示している。

また、電子商取引（以下「EC」）の浸透度合を示す指標である EC 化率¹についても、3.7%となり、前年から 0.6 ポイントとこれまでにない増加となっている。



出所：経済産業省「平成 24 年度我が国情報経済社会における基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」

資料 1.1.1 日本の BtoC-EC 市場規模の推移

¹全ての商取引における、ECによる取引の割合。BtoC-ECにおけるEC化率は、小売業・サービス業における値を指す

また、EC化率の対象となっている小売業・サービス業について詳細を見てお、いずれの業種も高い成長率を示している。特に、市場規模で前年比20ポイント以上の高成長率であったのは、「衣料・アクセサリー小売業」（前年比25.8ポイント増）、「宿泊・旅行業及び飲食業」（前年比22.1ポイント増）、「医療化粧品小売業」（前年比20.4ポイント増）となっている。

一方、EC化率の分母となる全商取引では、2012年から2013年にかけては横ばい（正確には220億円のマイナス成長）となっている。2008年のリーマン・ショック、2011年の東日本大震災の影響もあるが、ほぼ横ばいが続いている全商取引額に対して、ECによる取引額は拡大しており、それに伴いEC化率も上昇傾向が続いている。

		2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
小売業 (億円)	総合小売業	9,860	12,190	13,550	14,290	16,110	17,820	18,910	22,000
	衣料・アクセサリー小売業	440	570	730	860	1,120	1,440	1,750	2,200
	食料品小売業	2,040	2,510	2,930	3,770	4,630	5,320	6,050	7,060
	自動車・パーツ小売業、家具・家庭用品小売業、電気製品小売業	5,710	6,650	7,750	9,460	12,220	12,460	14,260	16,480
	医療化粧品小売業	1,110	1,410	1,720	2,250	3,120	4,200	5,010	6,030
	スポーツ・本・音楽・玩具小売業	1,950	2,220	2,650	2,970	3,330	3,670	4,000	4,670
	小計	21,110	25,550	29,330	33,600	40,530	44,910	49,980	58,440
サービス業 (億円)	宿泊・旅行業、飲食業	5,080	6,510	8,320	9,090	11,010	12,700	14,960	18,260
	娯楽業	870	990	1,020	1,060	1,260	1,310	1,470	1,660
	小計	5,950	7,500	9,340	10,150	12,270	14,010	16,430	19,920
小売業・サービス業合計(億円)		27,060	33,050	38,670	43,750	52,800	58,920	66,410	78,360
EC化率		1.3%	1.5%	1.8%	2.1%	2.5%	2.8%	3.1%	3.7%
全商取引(億円)		2,164,800	2,174,342	2,160,335	2,103,365	2,146,341	2,081,979	2,135,370	2,135,150
対前年比	EC	-	122.1%	117.0%	113.1%	120.7%	111.6%	112.7%	118.0%
	全商取引	-	100.4%	99.4%	97.4%	102.0%	97.0%	102.6%	100.0%

※「全商取引」はEC化率市場規模とEC化率より逆算

出所：経済産業省「平成24年度我が国情報経済社会における基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」

資料1.1.2 日本のBtoC-EC市場規模の業種別内訳

1.1.2 今後の見とおし

個人向けEC市場は、今後も順調に拡大することが見込まれている。野村総合研究所(NRI)では、日本の2013年のBtoC EC市場規模は11.5兆円と推計しており、今後、年率13%程度の成長を引き続き維持し、2018年度には20.8兆円まで成長するとの予測を発表している。

特に、生鮮食品を含む食品や、衣料・靴といったファッション関連の拡大を予測している。前項に示した経産省の調査においても、衣料・アクセサリー小売業は対前年比25.8%増で拡大している。大手ECサイトがECの強化を進めており、ベンチャー企業を買収するなど投資も盛んである。また、無料返品サービスの拡大や、ネットで注文した商品をリアル店舗で試着や受け取りができるサービスなども大きな効果

第2章 主要項目データと分析

S A M P L E

2.1	売上	30
2.1.1	TOP100インターネット通販事業者	30
2.1.2	商材別売上高ランキング	33
2.1.3	対前年比ランキング	38
2.1.4	売上増加ランキング	39
2.1.5	業態別売上高ランキング	40
2.1.6	EC率（インターネット通販売上高／総売上高）	43
2.2	出店モール	45
2.2.1	出店モール	45
2.3	デバイス	48
2.3.1	デバイス別アクセス・売上比率	48
2.4	サービス	51
2.4.1	対応サービス	51
2.5	マーケティング	54
2.5.1	登録している価格比較サイト	54
2.5.2	広告予算の形態	55
2.6	ソーシャルメディア	56
2.6.1	ソーシャルメディア	56
2.7	モバイルサイトの表示スピード調査	59
2.7.1	Amazonが発表したWeb表示スピードへの崇拜	59
2.7.2	調査概要	65
2.7.3	調査結果1：モバイルサイトの構築方法	67
2.7.4	調査結果2：モバイルサイト及びPCサイトの表示速度	69
2.7.5	調査結果3：遅すぎる日本のeコマースサイト	73

2.1 売上

S A M P L E

2.1.1 TOP100 インターネット通販事業者

トップはアマゾンジャパンで、米アマゾン・ドット・コムが発表した 2013 年 12 月期の日本事業の売り上げは前期比 2.1%減の 76 億 3900 万ドル。2013 年の年間平均為替レートで円換算（約 97 円）すると、日本事業の売り上げは同 20.3%増の約 7455 億円となる。アマゾンの日本事業は、自社 EC（直販）のほか、第三者による販売（マーチャント事業）も含まれている。

ここ 3 年間を見ると毎年約 1000 億円の増収を続け、2011 年度比では 2210 億円の増加額となる。

2 位は 2237 億円を売り上げる日本生活協同組合連合会。全生協のネット受注を合計した EC 売上高となる。インターネット基盤「e フレンズ」を運営し、全国会員生協のお買い物サイトとして運営されている。また、独自に取り組んでいる生協もある。

3 位はカタログ通販が主事業の千趣会。カタログで記載した商品の受注受け皿という役割もあり、EC 経由の売上高は 831 億 7000 万円だった。

アマゾンを追撃する企業グループとして挙げられるのがセブン&アイ・ホールディングスグループ。4 位のニッセン、9 位のイトーヨーカ堂、18 位のセブン&アイ・ネットメディアの EC 売上高を合算すると、1405 億円となり、業界トップ 3 位に浮上する。セブン&アイ・ホールディングスグループは全国に広がる店舗網を生かし、オムニチャネル戦略を推進する方針。アマゾンにはない実店舗という強みを生かし、EC 売上高の拡大につなげていく考え。

トップ 20 を見ると、家電系小売企業の躍進が目立っている。上位 20 社のうち家電や PC などが取り扱い中心なのは 9 社。なかでも家電量販店の EC が売上高を伸ばしている。

ヨドバシカメラは 2012 年の 458 億円から、2013 年は 600 億円に EC 売上高が拡大。上新電機も楽天などのモール出店など EC での売り場を増やし、EC 売上高は 500 億円まで伸長している。

キタムラはネットで注文した商品を店頭で受け取るオムニチャネルの推進などで、EC 売上高は右肩上がり。ビックカメラは着実に事業規模を拡大させている。ビックカメラはグループのコジマ（34 位）、ソフマップ（38 位）と通販システムを統合するなどして、グループ全体で EC を強化する。

衣料品分野で独走を続けるのがスタートトゥデイ。EC 売上高は 329 億 9100 万円で、全体では 17 位にランクインした。スタートトゥデイが運営する通販サイト経由で商品が売買された金額を示す取扱高では 1146 億 7400 万円となっており、右肩上がりでの利用が増えている。

アマゾンジャパンを除き、上位 20 社のうち EC 専業はスタートトゥデイと MOA のみ。他の企業はカタログやテレビ、店舗といったチャンネルを保有。さまざまなチャンネルで消費者にアプローチし、注文を受け付けるマルチチャンネル戦略を進めている。

	事業者名	サイト名	取扱商品ジャンル	売上高(百万円)			対前年比 2013/2012
				2013年度	2012年度	2011年度	
1	アマゾンジャパン	Amazon.co.jp	総合	745,500 #	622,400 #	524,500 #	119.8%
2	日本生活協同組合連合会	※全生協の合計	食品	223,700 #	213,800 #	200,000 #	104.6%
3	千趣会	ベルメゾンネット	総合	83,170 #	81,400 #	72,600 #	102.2%
4	ニッセン	ニッセンオンライン	総合	63,500 #	64,700 #	66,900 #	98.1%
5	デル	DELL	PC	61,000 *	—	—	
6	デイス・セシール	デイスオンラインショッピング/ セシールオンラインショップ/イマージュネット	総合	60,777 #	55,758 #	— *	109.0%
7	ヨドバシカメラ	ヨドバシカメラドットコム	家電	60,000 *	45,800 *	34,284 *	131.0%
8	上新電機	Joshin web	家電	50,000 *	—	—	
9	楽天	楽天ブックス	書籍・DVD	45,000 *	—	—	
9	イトーヨーカ堂	イトーヨーカドーネットスーパー	食品	45,000 #	40,000 #	35,000 #	112.5%
11	キタムラ	キタムラネットショップ	カメラ	43,500	39,000	28,500	111.5%
12	ヤマダ電機	ヤマダウェブコム	家電	40,000 *	—	30,000 *	
13	ディーエイチシー	DHCオンラインショップ	化粧品・健康食品	37,000 *	38,700 *	— *	95.6%
14	コープみらい	コープデリeフレンズ	食品	36,000 *	34,000 *	32,542 *	105.9%
15	ジャパネットたかた	ジャパネットたかたメディアミックスショッピング	家電	35,600 #	29,800 *	—	119.5%
16	ビックカメラ	ビックカメラ.COM	家電	35,200 #	26,300 #	24,000 #	133.8%
17	スタートトゥデイ	ZOZOTOWN	アパレル	32,991 #	29,684 #	27,226 #	111.1%
18	セブン&アイ・ネットメディア	セブンネットショッピング	書籍・CD・DVD	32,000 *	26,767 *	—	119.6%
19	QVCジャパン	QVC.jp	総合	30,000 #	30,000 *	27,000 *	100.0%
20	MOA	premoa	家電	27,970	21,339	24,677	131.1%
21	ジュピターショップチャンネル	通販・テレビショッピングのショップチャンネル	総合	26,500 *	25,400 *	24,200 *	104.3%
22	ファーストリテイリング	ユニクロオンラインストア	アパレル	25,547	24,235 #	20,600 #	105.4%
23	ソニーマーケティング	ソニーストア	PC	25,000 *	—	—	
24	フェリシモ	フェリシモ	総合	24,000 *	—	—	
25	エプソンダイレクト	エプソンダイレクトショップ	PC	23,048 *	15,000 *	—	153.7%
26	ピュアクリエイト	アーチホールセール	家電	23,000 #	21,000 #	19,400 #	109.5%
27	アベルネット	PCボンバー	家電	21,700 *	27,600 #	26,400 #	78.6%
28	イオンリテール	おうちでイオン イオンショップ	総合	20,000 *	—	—	
29	生活協同組合コープこうべ	コープこうべネット	食品	19,659	18,827	18,793	104.4%
30	爽快ドラッグ	爽快ドラッグ	日用品・健康食品	19,538	15,484	12,458	126.2%
31	丸井	マルイウェブチャネル	アパレル	19,200 #	18,000 #	16,400 #	106.7%
32	生協バルシステム東京	オンラインバルサービス	食品	19,000 *	18,000 *	17,470	105.6%
33	オルビス	オルビス・オンラインショップ	化粧品	18,400 *	18,000 *	16,800 *	102.2%
34	コジマ	コジマネット	家電	17,500 *	13,000 #	8,300 #	134.6%
35	アイリスプラザ	アイリスプラザ	雑貨	17,000 *	—	—	
36	ファンケル	ファンケルオンライン	化粧品・健康食品	16,666 *	—	—	
37	TSI ECストラテジー	MIX.Tokyo (旧: SELECONIC)	アパレル	16,255 #	13,432 #	9,372 #	121.0%
38	ローソンHMVエンタテイメント	HMVオンライン	書籍・CD・DVD	16,000 *	15,000 *	20,000 *	106.7%
38	コメリ	コメリドットコム	工具・園芸	16,000	13,800	12,700	115.9%
38	ソフマップ	ソフマップドットコム	PC	16,000 *	15,400 *	14,900 *	103.9%
41	オイシックス	Oisix	食品	15,909 #	14,575 #	12,690 #	109.2%
42	ノジマ	ノジマオンライン	PC	15,000 *	—	12,275 *	
42	T-MEDIAホールディングス	ツタヤオンライン	CD・DVD	15,000 *	15,000 *	—	100.0%
44	ペルーナ	ペルーナネット	総合	14,588	15,234	12,741	95.8%
45	ケンコーコム	ケンコーコム株式会社	日用品・健康食品	14,168 ※	17,902	17,168	79.1%
46	エヌ・ティ・ティ レゾナント	NTT-X store	家電	13,000 *	—	—	
46	ドスパラ	ドスパラ・上海問屋	PC	13,000 *	—	—	
48	ユナイテッドアローズ	UNITED ARROWS LTD. ONLINE STORE	アパレル	12,979	11,948	10,599	108.6%
49	良品計画	無印良品ネットストア	総合	12,446	10,923	9,689	113.9%
50	ニトリ	ニトリネット	家具	12,200	8,400	6,700	145.2%
50	ワールド	ワールドオンラインストア	アパレル	12,200 *	11,700 *	8,700 *	104.3%
52	アスクル	LOHACO	日用品	12,100 *	2,100 *	—	576.2%
53	オートウェイ	AUTOWAY LOOP	カー用品	12,000 *	—	11,200 *	
54	ディーケーシー	即納・激安家電専門店まいど	家電	11,600 *	10,800 *	10,000 *	107.4%
55	オークローンマーケティング	ショップジャパン	総合	11,420 *	11,880 *	10,800 *	96.1%
56	エディオン	エディオンネットショップ	家電	11,396 #	3,050 #	—	373.6%
57	マガシーク	MAGASEEK	アパレル	11,215	9,487	9,698	118.2%
58	マウスコンピューター	マウスコンピューター	PC	11,000 *	—	—	
58	ユーキャン	生涯学習のユーキャン	通信講座	11,000 *	—	—	
58	Project White	TSUKUMO	PC	11,000 *	—	—	

	事業者名	サイト名	取扱商品ジャンル	売上高(百万円)			対前年比 2013/2012
				2013年度	2012年度	2011年度	
61	ポイント	collect point	アパレル	10,400 *	—	—	—
62	大網	あみあみ	ホビー	10,200	8,300	7,800	122.9%
63	ドクターシーラボ	ドクターシーラボ	化粧品・健康食品	10,187 #	10,000 *	—	101.9%
64	エーツー	駿河屋.jp	ゲーム・書籍	10,000 *	9,000 *	—	111.1%
64	ケーズホールディングス	ケーズデンキオンラインショップ	家電	10,000 *	—	7,500 *	—
66	ストリーム	ECカレント	家電	9,725 #	15,689 #	22,467 #	62.0%
67	ZPIA	DHOLIC	アパレル	9,500 *	—	—	—
68	アンファー	アンファーストア	化粧品・健康食品	9,200 *	8,100 *	—	113.6%
69	ムラウチドットコム	ムラウチドットコム	家電	9,110	8,080	8,745	112.7%
70	三越伊勢丹	三越・伊勢丹オンラインストア	総合	9,000 #	8,000 *	—	112.5%
71	カクヤス	なんでも酒やカクヤス ネットショッピング	酒	8,720 *	—	—	—
72	チャーム	charm	ペット用品	8,694 #	7,535 #	5,590 #	115.4%
73	スクロール	scroll shop	総合	8,543 #	9,600 #	—	89.0%
74	ディーライズ	ディーライズモール	家電	8,500 #	8,100 *	—	104.9%
74	ファッション・コラボ	FASHIONWALKER	アパレル	8,500 *	—	—	—
76	高島屋	高島屋オンラインストア、セレクトスクエア	総合	8,400 #	6,700 *	4,500 *	125.4%
77	ベネッセコーポレーション	ベネッセライフスマイルショップ	ベビー用品	8,300 *	— *	— *	—
78	シュッピン	マップカメラ、GMT、キングダムノート、GrownGears	カメラ	8,224 #	6,239 #	4,554 #	131.8%
79	テレビショッピング研究所	ダイレクトテレビショップ	総合	8,000 *	7,500 *	—	106.7%
80	サウンドハウス	サウンドハウス	楽器	7,900 *	—	—	—
81	カタログハウス	週刊通販生活	総合	7,700	6,700	6,300	114.9%
82	ゴルフダイジェスト・オンライン	ゴルフダイジェスト・オンライン(GDO)	ゴルフ用品	7,685	6,977	6,583	110.1%
83	キャラアニ	キャラアニ.com	ホビー	7,284	5,216	2,790	139.6%
84	ユニットコム	パソコン工房	PC	7,000 *	—	—	—
84	パロックジャパンリミテッド	SHELTTER WEB STORE	アパレル	7,000 *	—	—	—
84	アーバンリサーチ	URBAN RESEARCH ONLINE STORE	アパレル	7,000 *	5,400 *	—	129.6%
87	アイ・アンド・ティー	EC-JOY!	家電	6,900 *	5,900 *	4,600 *	116.9%
87	ライフワン	生活堂	住宅設備	6,900 *	5,000 *	3,000 *	138.0%
89	ロイヤル	Z-CRAFT	靴	6,600 *	—	—	—
90	クルーズ	SHOP LIST.com	アパレル	6,489 *	2,427 *	1,532 *	267.3%
91	ピーチ・ジョン	PEACHJOHN THE WEB	下着	6,200 *	5,400 *	—	114.8%
92	ベンチャービットスクウェア	社の都@SHOP	カー用品	6,000 *	4,380 *	2,770 *	137.0%
92	虎の穴	とらのあな	ホビー	6,000 *	—	—	—
92	イノベート	コスメランド	化粧品	6,000 *	—	—	—
95	ベガコーポレーション	家具通販のロウヤ	家具	5,840 #	4,810 #	3,390 #	121.4%
96	夢展望	夢展望	アパレル	5,697 *	5,364 *	5,334 *	106.2%
97	コメ兵	KOMEHYO ONLINE STORE	ブランド物	5,660 #	4,519 #	3,420 #	125.2%
98	ライオン	ライオンオンラインショップ	健康食品	5,600 *	—	—	—
99	ワンステップ	KILAT	雑貨	5,500 *	5,000 *	—	110.0%
99	やずや	やずや	健康食品	5,500 *	—	—	—
99	デジタルアライアンス	エクスショップ	エクステリア	5,500 #	—	—	—

* : インプレス総合研究所推計、# : 決算資料等による数値、無印 : アンケート回答による数値

※ : 決算期変更により9か月決算

資料 2.1.1 インターネット通販売上高上位 100 事業者

第3章

TOP100 社の詳細データ

S A M P L E

調査概要.....	83
3.1 アマゾンジャパン.....	85
3.3 株式会社千趣会.....	86
3.4 株式会社ニッセンホールディングス.....	87
3.5 デル株式会社.....	88
3.6 株式会社ディノス・セシール.....	89
3.7 株式会社ヨドバシカメラ.....	90
3.8 上新電機株式会社.....	91
3.9 楽天株式会社.....	92
3.10 株式会社イトーヨーカ堂.....	93
3.11 株式会社キタムラ.....	94
3.12 株式会社ヤマダ電機.....	95
3.13 株式会社ディーエイチシー.....	96
3.14 コープみらい.....	97
3.15 株式会社 ジャパネットたかた.....	98
3.16 株式会社ビックカメラ.....	99
3.17 株式会社スタートトゥデイ.....	100
3.18 株式会社セブン&アイ・ネットメディア.....	101
3.19 株式会社 QVC ジャパン.....	102
3.20 株式会社 MOA.....	103
3.21 ジュピターショップチャンネル株式会社.....	104
3.22 株式会社ファーストリテイリング.....	105
3.23 ソニーマーケティング株式会社.....	106
3.24 株式会社フェリシモ.....	107
3.25 エプソンダイレクト株式会社.....	108
3.26 ビュアクリエイト株式会社.....	109
3.27 株式会社アベルネット.....	110
3.28 イオンリテール株式会社.....	111
3.29 生活協同組合コープこうべ.....	112
3.30 株式会社爽快ドラッグ.....	113
3.31 株式会社丸井.....	114

3.32	生協パルシステム東京	115
3.33	オルビス株式会社	116
3.34	株式会社コジマ	117
3.35	株式会社アイリスプラザ	118
3.36	株式会社ファンケル	119
3.37	株式会社TSIEC ストラテジー	120
3.38	株式会社ローソン HMV エンタテイメント	121
3.39	株式会社コメリ	122
3.40	株式会社ソフマップ	123
3.41	オイシックス株式会社	124
3.42	株式会社ノジマ	125
3.43	株式会社TMEDIA ホールディングス	126
3.44	株式会社バルーナ	127
3.45	ケンコーコム株式会社	128
3.46	エヌ・ティ・ティ レゾナント株式会社	129
3.47	株式会社ドスパラ	130
3.48	株式会社ユナイテッドアローズ	131
3.49	株式会社良品計画	132
3.50	株式会社ニトリ	133
3.51	株式会社ワールド	134
3.52	アスクル株式会社	135
3.53	株式会社オートウェイ	136
3.54	株式会社ディーケイシー	137
3.55	株式会社 オークローンマーケティング	138
3.56	株式会社エディオン	139
3.57	マガシーク株式会社	140
3.58	株式会社マウスコンピューター	141
3.59	株式会社ユーキャン	142
3.60	株式会社 Project White	143
3.61	株式会社ポイント	144
3.62	大網株式会社	145
3.63	株式会社ドクターシーラボ	146
3.64	株式会社エーツー	147
3.65	株式会社ケーズホールディングス	148
3.66	株式会社ストリーム	149

S A M P L E

3.67	株式会社ZIPIA.....	150
3.68	アンファー.....	151
3.69	株式会社ムラウチドットコム.....	152
3.70	株式会社三越伊勢丹.....	153
3.71	株式会社カクヤス.....	154
3.72	株式会社チャーム.....	155
3.73	株式会社スクロール.....	156
3.74	ディーライズ株式会社.....	157
3.75	株式会社ファッション・コ・ラボ.....	158
3.76	株式会社高島屋.....	159
3.77	株式会社ベネッセコーポレーション.....	160
3.78	シュッピン株式会社.....	161
3.79	株式会社テレビショッピング研究所.....	162
3.80	株式会社サウンドハウス.....	163
3.81	株式会社カタログハウス.....	164
3.82	株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン.....	165
3.83	株式会社キャラアニ.....	166
3.84	株式会社ユニットコム.....	167
3.85	株式会社バロックジャパンリミテッド.....	168
3.86	アーバンリサーチ.....	169
3.87	株式会社アイ・アンド・ティー.....	170
3.88	株式会社ライフワン.....	171
3.89	株式会社ロイヤル.....	172
3.90	クルーズ株式会社.....	173
3.91	株式会社ピーチ・ジョン.....	174
3.92	ベンチャービットスクウェア株式会社.....	175
3.93	株式会社虎の穴.....	176
3.94	株式会社イノベート.....	177
3.95	株式会社ベガコーポレーション.....	178
3.96	夢展望株式会社.....	179
3.97	株式会社コメ兵.....	180
3.98	ライオン株式会社.....	181
3.99	株式会社ワンステップ.....	182
3.100	株式会社やざや.....	183
3.101	株式会社デジタルアライアンス.....	184

S A M P L E

3.102 株式会社サンワカンパニー	185
3.103 株式会社ロコンド	186
3.104 ナチュラム・イーコマース株式会社	187
3.105 ブックオフオンライン株式会社	188
3.106 株式会社アイエス・トレーディング	189
3.107 株式会社ネオ・ウィング	190
3.108 株式会社ジェネレーションパス	191
3.109 株式会社クオカプランニング	192
3.110 株式会社ぼん家具	193
3.111 株式会社ドライブマーケット	194
3.112 株式会社ヤサカ電気	195
3.113 有限会社家電のSAKURA	196
3.114 株式会社タイセイ	197

S A M P L E

調査概要

S A M P L E

■調査対象

- ・インターネット通販事業を行っている企業で売上上位と見られる約 200 社。
- ・BtoC 事業を行っている企業を対象とし、BtoB の販売だけを行っている事業者や、デジタルコンテンツ、チケット、宿泊予約、金融商品などを取扱い、物販ではない事業者は除外している。

■調査手法・調査期間

- ・調査は 2014 年 9 月～11 月に実施。
- ・調査対象企業にはメール及び電話で依頼。回答は調査票への記入か web フォームでの回答による。また、無回答の事業者については、公開情報から調査を実施している。

■留意事項

- ・各企業のデータのうち「*」は当研究所に調査・推計による。同じく「#」は決算資料など公開情報をもとにした数値。

■掲載順

- ・原則として、2013 年度のネット販売による売上高が高い順に掲載している。また、上位 100 社ではない企業でも回答が得られた企業は掲載している。
- ・売上高順位 2 位の生協については全国の生協の合計値であるため、生協全体のデータは掲載していない。個別の生協の状況はそれぞれ掲載している。

■掲載項目の概説

1. amazon

① 対する 2013 年の売上高は約 7455 億円となり、2012 年の 6224 億円に比べ、約 20%増加した。この他に、Amazon マーケットプレイスも展開。全社で約 400 万のマーケットプレイスから成り、業種別による販売額をみると日本での高成長は 1 兆円を超えたとある。また、日本の産物や海外産品も取り扱っており、店舗で取り扱われるサービスの一部店舗で提供しており、オムニチャネル戦略も打ち出している。

② 月間売上: 800 万円以上
平均売上: 2000 年 11 月
代表者: 代表取締役社長: ジャック・バウマン
資本金: 非公開
売上高: 7455 億円
2013 年度売上: 7455 億円

③ URL: http://www.amazon.co.jp/
社名: Amazon.co.jp

④ サービス: コンビニ業務、クレジット、カード、代金引換、銀行振込、Suica

⑤ 従業員数: 約 40 万
⑥ 設立: 1994 年
⑦ 住所: 北米、中東、アジア、オーストラリア

⑧ 海外展開: 米国、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ブラジル、インド、メキシコ、オーストラリア

⑨ 2013 年度売上: 7455 億円

⑩ 2013 年度売上: 7455 億円

⑪ 2013 年度売上: 7455 億円

⑫ 2013 年度売上: 7455 億円

①概要

事業者名: インターネット通販事業を行っている企業・組織の名称。冒頭の番号は、2013 年度のネット販売額における順位。ただし、102 以降の番号はその限りではない。

概要: 事業者の概要や最新のニュース

②企業概要

住所: 企業・組織の所在地
従業員数: 企業・組織の従業員数
設立: 設立年月

ネットショップ開設: インターネット通販サイトの開設、もしくは大幅リニューアル時期

代表者: 代表者の役職及び氏名

資本金: 資本金

売上高: インターネット通販事業以外にも含む企業全体の売上高。単体での売上が公表されていない場合は連結売上

③インターネット通販業績

売上高: 過去 3 か年のインターネット通販事業による売上高。*: インプレス総合研究所推計、#: 決算資料等による数値、無印: アンケート回答による数値

自社/モール比率: インターネット通販売上高のうち、自社サイト(本店)での売上の比率

④サイト概要

URL: 本店の URL。複数のサイトを運営している場合は代表的なサイトを記載。

サイト名: サイトの名称

取扱品ジャンル: 主な取扱品のジャンル

出店モール: 出店しているショッピングモールの名称

月間 PV: 1 か月間のサイトの PV、**は当社計測による自社 PC サイトの数値

月間 UU: 1 か月間のサイトのユニークユーザー数

平均 CVR: 平均コンバージョンレート

平均購入単価: 1 ユーザー 1 回あたりの平均購入金額

取扱アイテム数: サイトで取り扱うアイテム数

登録している価格比較サイト: 登録している価格比較サイト名

⑤サイトパフォーマンス

トップページレスポンスタイム: PC サイト、モバイルサイトそれぞれの表示スピードスコア。計測は、Google の提供している Page Speed Insights による

商品ページレスポンスタイム: PC サイト、モバイルサイトそれぞれの表示スピードスコア。代表的な商品 3 つについて計測し、その平均を掲載。計測は、Google の提供している Page Speed Insights による

⑥ユーザー

会員数: 登録会員数

会員の男女比率: 会員の男女比率

中心顧客年齢: 顧客の中心的な年代

検索からの訪問比率: サイト訪問者のうち検索エンジン経由の比率、**は当社計測による自社 PC サイトの数値

ソーシャルからの訪問比率: サイト訪問者のうちソーシャルメディア経由の比率、**は当社計測による自社 PC サイトの数値

2 回目以降の訪問者の比率: サイト訪問者のうち 2 回目以降の訪問者の比率

新規訪問者の比率: サイト訪問者のうち初めての訪問者の比率

⑦デバイス

デバイス別売上比率: 売上のうち、PC とモバイルの比率

デバイス別アクセス比率: アクセス数のうち、PC とモバイルの比率

PC のコンバージョン率: PC による訪問者のコンバージョン率

モバイルのコンバージョン率: モバイルによる訪問者のコンバージョン率

⑧海外展開

配送可能な国や地域数: 海外配送可能な国や地域数

主な配送可能な国や地域名: 主な配送可能な国や地域名。多数ある場合は大陸名、地域名。

現地法人を展開している海外拠点: 日本以外に法人を設立している国や地域名

⑨サービス

決済方法: 決済可能な方法

後払い決済サービスの利用: コンビニ支払いなど後払いサービスの利用

当日お届けサービス: 注文日の当日に商品が届くサービスの有無

当日お届けサービス切時間: 上記のための注文締め切り時間

翌日お届けサービス: 注文日の翌日に商品が届くサービスの有無

翌時お届けサービス切時間: 上記のための注文締め切り時間

電話受注対応: 電話での注文受付対応の有無

コンビニ受け取り: コンビニでの受け取りサービスの有無

自社店舗受け取り: 自社の実店舗での受取サービスの有無

問合せ手段: 顧客からの問合せ手段

有人による対応時間: メールもしくは電話での有人対応時間

返品受付日数: 返品を受け付ける日数

1 か月のメルマガ発行頻度: 1 か月のメルマガ発行頻度

利用可能なポイント: 利用可能なポイントの種類

⑩ソーシャルメディア

Facebook: Facebook で「いいね!」されている数

Twitter: 公式アカウントのフォロワー数。複数のアカウントを保有している場合は、最も多いもの。

LINE 公式アカウント: LINE 公式アカウントにおける友達数

mixi: mixi ページの開設有無

Google+: Google+ の開設有無

YouTube チャンネル: YouTube チャンネルの開設有無

ブログ: 公式ブログの有無

Facebook いいね! ボタン: 商品ページにおける Facebook いいね! ボタンの有無

Facebook シェアボタン: 商品ページにおける Facebook シェアボタンの有無

Twitter ツイートボタン: 商品ページにおける Twitter ツイートボタンの有無

Pinterest Pin It ボタン: 商品ページにおける Pinterest Pin It ボタンの有無

mixi チェックボタン: 商品ページにおける mixi チェックボタンの有無

Google+ +1 ボタン: 商品ページにおける Google+ +1 ボタンの有無

はてなブックマークボタン: 商品ページにおけるはてなブックマークボタンの有無

レーティング: 商品ページにおけるレーティングの有無

レビュー: 商品ページにおけるユーザーレビューの有無

⑪フルフィルメント

物流業務運営: 物流業務運営事業者

自社在庫商品とメーカー直送の割合: 自社在庫商品とメーカー直送の割合

物流施設数: 利用する物流施設数

物流施設の所在地: 物流施設の所在する都道府県名

物流施設の総床面積: 物流施設の総床面積

物流面での人員数: 物流面での正社員およびパート/アルバイトの人数

1 日の平均出荷個数: 1 日の平均出荷個数

在庫回転率(年間): 在庫回転率(年間)

物流施設の稼働時間: 物流施設の稼働時間

休日祝日配送: 休日及び祝日における配送有無

発送用の箱の種類: 発送用の箱の種類

商品配達に利用している宅配会社: 最終的に顧客への配送に利用する宅配会社

⑫ベンダー

サイト制作: サイト制作会社。PC サイト、モバイルサイト、モール店なども含む

EC サイト構築システム: 利用する EC サイト構築システムや委託先事業者

受注管理システム: 利用する受注管理システムや委託先事業者

EC マーケティング: EC マーケティングの委託先事業者や利用するシステムの事業者名

サイト解析システム: サイト解析の委託先事業者や利用するシステムの事業者名

SEO: SEO の委託先事業者

リスティング広告: リスティング広告の委託先事業者

アフィリエイト: 利用しているアフィリエイトサービス

E メール配信: E メール配信の委託先事業者や利用するシステムの事業者名

LPO: LPO (ランディングページ最適化) の委託先事業者

サイト内検索システム: 利用するサイト内検索システムの事業者名

レコメンド: 利用するレコメンドシステムの事業者名

利用している SSL 認証: 利用している SSL の事業者名

決済代行: 利用している決済代行サービスの事業者名

3.4 株式会社ニッセン

ニッセンの2013年12月期のネット売上高は635億円であり、2012年度から12億円減、1.9%減。通販事業全体でも164億円の減少となっている。ネット受注比率は6.3ポイント増の61.3%である。送料無料キャンペーン効果等により、ネット会員数・ネット売上シェアは増加している。2014年第2Qにおいても対前年同期比97%と売上高は苦戦しているが、ネット受注比率は63.7%に拡大している。同社では「ネットが主流になる中で、円安や消費行動の変化への対応が遅れた。ネットを主体としたビジネスモデルへ構造転換を進め、売上回復へ」としている。



概要		
企業概要		
住所：京都市南区西九条院町26番地	ピンク	ソーシャルからの訪問比率：1.89%**
従業員数：4276人	月間PV：1億PV*	2回目以降の訪問者の比率：-
設立：1970年4月	月間UV：-	新規訪問者の比率：-
ネットショップ開設：1999年	平均CVR：-	デバイス
代表者：代表取締役社長：佐村 信哉	平均購入単価：29,180円(全体)	デバイス別売上比率：モバイル経由38.1%(242億円)
資本金：1億円	取扱アイテム数：-	デバイス別アクセス比率：-
売上高：1136億円	登録している価格比較サイト：その他	PCのコンバージョン率：-
インターネット通販業績	サイトパフォーマンス	モバイルのコンバージョン率：-
2013年度売上：635億円#	トップページレスポンスタイム：-	海外展開
2012年度売上：647億円#	PC50点、モバイル67点	配送可能な国や地域数：約100カ国・地域
2011年度売上：669億円#	商品ページレスポンスタイム：-	主な配送可能な国や地域名：中国、韓国、台湾、香港等
自社/モール比率：95%	PC52点、モバイル38点	現地法人を展開している海外拠点：なし
サイト概要	ユーザー	出店している海外のモール：-
URL：http://www.nissen.co.jp/	会員数：3000万人(全体)、1202万人(インターネット会員)	
サイト名：ニッセンオンライン	会員の男女比率：女性90%	
取扱品ジャンル：総合	中心顧客年齢：30歳~44歳	
出店モール：楽天市場、Yahoo!ショッピング	検索からの訪問比率：31.38%**	
サービス		
サービス	利用可能なポイント：Tポイント*	フルフィルメント
決済方法：クレジットカード、代金引換、コンビニ振込、携帯電話決済、paypal	ソーシャルメディア	物流業務運営：自社子会社
後払い決済サービスの利用：なし	Facebook：47412 いいね!	自社在庫商品とメーカー直送の割合：-
当日お届けサービス：なし	Twitter：72041 フォロワー	物流施設数：-
当日お届けサービス切時間：-	LINE公式アカウント：-	物流施設の所在地：福井県、三重県等
翌日お届けサービス：あり	mixi：-	物流施設の総床面積：約20万m*
翌時お届けサービス切時間：月~土曜日 午前中	Google+：O	物流面での人員数：正社員一、パート/アルバイト
電話受注対応：あり	YouTubeチャンネル：O	1日の平均出荷個数：-
コンビニ受け取り：なし	ブログ：-	在庫回転率(年間)：-
自社店舗受け取り：なし	Facebook いいね! ボタン：-	物流施設の稼働時間：-
問合せ手段：問い合わせフォーム、Eメール、電話	Facebook シェアボタン：O	休日祝日配送：あり*
有人による対応時間：9時~21時	Twitter ツイートボタン：O	発送用の箱の種類：22種類*
返品受付日数：14日間	Pinterest Pin It ボタン：-	商品配達に利用している宅配会社：日本郵便他
1か月のメルマガ発行頻度：-	mixi チェックボタン：O	リードタイム：平均3~4日(インテリアは別)
	Google+ +1 ボタン：-	
	はてなブックマークボタン：-	
	レイティング：O	
	レビュー：O	
ベンダー		
サイト制作：-	リスティング広告：-	レコメンド：シルバーエッグ・テクノロジー*
ECサイト構築システム：-	アフィリエイト：リンクシェアジャパン*	利用しているSSL認証：サイバートラスト*
受注管理システム：-	Eメール配信：ウェブキャス、エイジア*	決済代行：-
ECマーケティング：-	LPO：-	
サイト解析システム：パーチャルコミュニケーションズ、Adobe Analytics*	サイト内検索システム：フォルシア、Albert*	
SEO：-		

3.17 株式会社スタートトゥデイ

スタートトゥデイのネット販売による売上高は約 330 億円で、昨年の 297 億円から 11.1%増加している。売上構成は、買取ショップが 77 億円、受託ショップが 253 億円。モール運営者としての色が強くなっており、2014 年度はその傾向がさらに強まっている。「アパレルブランドの支援を行う方向で舵を切っている」としており、今後もモール事業を強化していく方針を明らかにしている。2014 年第 1Q の 4~6 月の間の購入者数は 340 万 6119 人で、前年同期比約 75 万人増加。出荷件数は同 15.5%増の 237 万件で、モールの規模拡大が進んでいる。



概要		
企業概要	月間 PV : 6061 万 PV** 月間 UV : - 平均 CVR : - 平均購入単価 : 9,791 円 (平均出荷単価) 取扱アイテム数 : 常時 21 万点以上サイト掲載 登録している価格比較サイト : なし	ソーシャルからの訪問比率 : 1.92%** 2 回目以降の訪問者の比率 : - 新規訪問者の比率 : -
住所 : 千葉県千葉市美浜区中瀬 2-6-1 従業員数 : 633 人 設立 : 1998 年 5 月 ネットショップ開設 : 2004 年 12 月 代表者 : 代表取締役社長 : 前澤友作 資本金 : 13 億 5990 万円 売上高 : 385 億 8000 万円	インターネット通販業績 2013 年度売上 : 329 億 9100 万円# 2012 年度売上 : 296 億 8400 万円# 2011 年度売上 : 272 億 2600 万円# 自社/モール比率 : 100%	デバイス デバイス別売上比率 : スマートフォン : 54.6%、PC : 43.5%、モバイル : 1.9% デバイス別アクセス比率 : - PC のコンバージョン率 : - モバイルのコンバージョン率 : -
サイト概要	サイトパフォーマンス トップページレスポンスタイム : PC46 点、モバイル 56 点 商品ページレスポンスタイム : PC58 点、モバイル 67 点	海外展開 配送可能な国や地域数 : なし 主な配送可能な国や地域名 : なし 現地法人を展開している海外拠点 : なし 出店している海外のモール : なし
URL : http://zozo.jp/ サイト名 : ZOZOTOWN 取扱品ジャンル : アパレル 出店モール : なし	ユーザー 会員数 : - 会員の男女比率 : 男性 41%、女性 59% 中心顧客年齢 : 30 歳~34 歳 検索からの訪問比率 : 29.8%**	
サービス		
サービス 決済方法 : クレジットカード、代金引換、コンビニ振込み、ギフトカード、Yahoo!ウォレット 後払い決済サービスの利用 : なし 当日お届けサービス : あり 当日お届けサービス 〆切時間 : 午前 9 時 翌日お届けサービス : あり 翌時お届けサービス 〆切時間 : 午前 0 時 電話受注対応 : なし コンビニ受け取り : なし 自社店舗受け取り : なし 問合せ手段 : 問い合わせフォーム、Eメール、電話 有人による対応時間 : 9 時~21 時 返品受付日数 : 7 日 1 か月のメルマガ発行頻度 : -	利用可能なポイント : 自社ポイント、Tポイント ソーシャルメディア Facebook : 57137 いいね! Twitter : 292715 フォロワー LINE 公式アカウント : - mixi : ○ Google+ : - YouTube チャンネル : - ブログ : - Facebook いいね! ボタン : ○ Facebook シェアボタン : - Twitter ツイートボタン : ○ Piterest Pin It ボタン : - mixi チェックボタン : - Google+ +1 ボタン : ○ はてなブックマークボタン : - レイティング : - レビュー : ○	フルフィルメント 物流業務運営 : 自社 自社在庫商品とメーカー直送の割合 : - 物流施設数 : 2 か所 物流施設の所在地 : 千葉県 物流施設の総床面積 : 33000 坪 (約 108500 m ²) 物流面での人員数 : 正社員一、パート/アルバイト 1 日の平均出荷個数 : - 在庫回転率 (年間) : - 物流施設の稼働時間 : - 休日祝日配送 : あり 発送用の箱の種類 : 10 種類 商品配達に利用している宅配会社 : ヤマト運輸 リードタイム : -
ベンダー		
サイト制作 : 自社 EC サイト構築システム : 自社 受注管理システム : 自社 EC マーケティング : 自社 サイト解析システム : 自社	SEO : 自社 リスティング広告 : なし アフィリエイト : なし Eメール配信 : 自社 LPO : 自社	サイト内検索システム : 自社 レコメンド : 自社 利用している SSL 認証 : ペリサイン* 決済代行 : 他社へ委託

3.82 株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン

ゴルフダイジェスト・オンラインはゴルフに関するポータルサイトを運営しており、メディアでの集客からゴルフ場予約やネット販売、ゴルフ用品の中古品売買を行う。2013年12月期の売上高は140億円。ネット販売による売上高は約77億円で、対前年比10%増。スマホ対応を含むユーザーの利便性向上施策等の実施が奏功。2014年12月期の3Qにおいてもリテールビジネス全体で対前年比113.7%と成長を維持している。



概要		
企業概要 住所：東京都港区虎ノ門3-4-8 従業員数：438人 設立：2000年5月 ネットショップ開設：2001年1月 代表者：代表取締役社長：石坂信也 資本金：8億3300万円 売上高：140億3900万円	出店モール：楽天市場、Yahoo!ショッピング、Amazon 月間PV：1215万PV** 月間UV：134万人* 平均CVR：－ 平均購入単価：－ 取扱アイテム数：新品10万点 中古2万点 登録している価格比較サイト：価格.com: coneco.net (コネコネット)	中心顧客年齢：－ 検索からの訪問比率：－ ソーシャルからの訪問比率：41.01%** 2回目以降の訪問者の比率：1.77%** 新規訪問者の比率：－
インターネット通販業績 2013年度売上：76億8500万円 2012年度売上：69億7700万円 2011年度売上：65億8300万円 自社/モール比率：－	サイトパフォーマンス トップページレスポンスタイム：PC51点、モバイル58点 商品ページレスポンスタイム：PC47点、モバイル47点	デバイス デバイス別売上比率：－ デバイス別アクセス比率：－ PCのコンバージョン率：－ モバイルのコンバージョン率：－
サイト概要 URL：http://www.golfdigest.co.jp/ サイト名：ゴルフダイジェスト・オンライン (GDO) 取扱品ジャンル：ゴルフ用品	ユーザー 会員数：246万人 会員の男女比率：男性86% 女性14%	海外展開 配送可能な国や地域数：なし 主な配送可能な国や地域名：なし 現地法人を展開している海外拠点：なし 出店している海外のモール：なし
サービス		
サービス 決済方法：クレジットカード、代金引換、コンビニ振込み、ペイジー 後払い決済サービスの利用：なし 当日お届けサービス：なし 当日お届けサービス切時間：－ 翌日お届けサービス：あり 翌時お届けサービス切時間：13時 電話受付対応：なし コンビニ受け取り：なし 自社店舗受け取り：なし 問合せ手段：問い合わせフォーム、電話 有人による対応時間：平日10時～19時 土日祝休業 返品受付日数：8日 1か月のメルマガ発行頻度：約40通 利用可能なポイント：自社ポイント、Pontaポイント	ソーシャルメディア Facebook：100821 いいね! Twitter：6772 フォロワー LINE公式アカウント：－ mixi：－ Google+：－ YouTubeチャンネル：○ ブログ：○ Facebook いいね! ボタン：－ Facebook シェアボタン：－ Twitter ツイートボタン：－ Piterest Pin It ボタン：－ mixi チェックボタン：－ Google+ +1 ボタン：－ はてなブックマークボタン：－ レイティング：－ レビュー：○	フルフィルメント 物流業務運営：自社 自社在庫商品とメーカー直送の割合：－ 物流施設数：1カ所 物流施設の所在地：千葉県 物流施設の総床面積：1300坪 (4300㎡) 物流面での人員数：正社員4人、パート/アルバイト13人 1日の平均出荷個数：2500個 在庫回転率 (年間)：5.5回 物流施設の稼働時間：9時～17時 休日祝日配送：あり 発送用の箱の種類：10種類 商品配達に利用している宅配会社：ヤマト運輸 リードタイム：当日&1日
ベンダー		
サイト制作：－ ECサイト構築システム：コマース21* 受注管理システム：ASTERIA* ECマーケティング：コマースリンク* サイト解析システム：－	SEO：－ リスティング広告：－ アフィリエイト：リンクシェアジャパン、バリューコマース* Eメール配信：－	LPO：－ サイト内検索システム：ゼロスタート* レコメンド：アピリッツ* 利用しているSSL認証：ベリサイン* 決済代行：－

[監修]

ネットショップ担当者フォーラム

「ネットショップ担当者フォーラム」はネット通販事業者の経営やサイト運営に役立つ情報サイトとして、2014年8月にオープン。最新の業界ニュース、注目人物のインタビュー、EC成功店の詳細な事例、関連サービスを選び導入するための情報、多彩な執筆者による連載、マンガで理解できるネットショップのノウハウなど、“ここにしかない”豊富なコンテンツを取材・キュレーション・編集し、原則として平日毎日更新でお届けしている。また、「ネットショップ担当者フォーラム」は、Webだけに留まらず、2012年より東京・福岡・札幌・大阪で開催してきた「ネットショップ担当者フォーラム」のイベント、セミナーや書籍などを通じて、クロスメディアでの展開を進めている。

<https://netshop.impress.co.jp/>

[執筆・調査協力：第2章2.7]

株式会社ドーモ

次世代のモバイルWebを提供する会社。Googleの認定を受けたMobify(モビファイ)というカナダのプラットフォームを扱い、日本のEコマースサイト、企業サイトのモバイル対応を活動中。単純なスマートフォン対応だけに限らず、タブレット対応も可能。最大の特徴として1つのURL(ランディングページが1つ)を実現し、シームレスなデバイス利用に対応している。また高速表示が特徴であり、Mコマースにおける売上アップを約束する。

情報媒体として「モバイルラボ」を提供中。

<http://www.domore.co.jp/>

mobify@domore.co.jp

[調査・編]

インプレス総合研究所

インプレスグループのシンクタンク部門として2004年に発足。2014年4月に、現在の「インプレス総合研究所」へ改称。インターネットに代表される情報通信(TELECOM)、デジタル技術(TECHNOLOGY)、メディア(MEDIA)の3つの分野に関する理解と経験をもとに、いまインターネットが起こそうとしている産業の変革に注目し、調査、研究を実施している。メディアカンパニーとしての情報の吸収力、取材の機動力を生かし、さらにはメディアを使った定量調査手法と分析を加えて、今後の市場の方向性を探り、調査報告書の発行、カスタム調査、コンサルティング、セミナー企画・主催、調査データ販売などを行っている。

<https://r.impressrd.jp/iil/>

STAFF

◎ AD/デザイン

岡田 章志

◎ 調査

インプレス総合研究所

柴谷 大輔

[sibatani@impress.co.jp]

● 本書の内容についてのお問い合わせ先

株式会社インプレス メール窓口
report-info@impress.co.jp

件名に「『インターネット通販TOP100調査報告書2014』問い合わせ係」と明記してお送りください。

電話やFAX、郵便でのご質問にはお答えできません。返信までには、しばらくお時間をいただく場合があります。なお、本書の範囲を超える質問にはお答えしかねますので、あらかじめご了承ください。

● 商品のご購入についてのお問い合わせ先

株式会社インプレス 法人営業局 営業統括部 調査報告書担当
〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1丁目105番地
TEL 03-6837-4631
FAX 03-6837-4648
report-sales@impress.co.jp

造本には万全を期しておりますが、万一、落丁・乱丁およびCD-ROMの不良がございましたら、送料小社負担にてお取り替えいたします。「株式会社インプレス」までご返送ください。

本サンプル版の利用について

本サンプル版の配布やWebサイトへのアップロードなどの行為について特に制限はございません。ご自由にご利用ください。掲載データの利用については、下記「■データの利用にあたって」の記述に準じます。ご参照ください。
なお、本サンプル版を販売するなどの商業利用は禁止いたしますのであらかじめご了承ください。

ご注文は今すぐクリック

- お支払い方法：銀行振込（ご請求書をお送りします）
- 納期：[法人] ご発注後、3営業日以内 [個人] ご入金確認後発送

インターネット通販TOP100 調査報告書2014

2014年11月28日 初版発行

監修 ネットショップ担当者フォーラム
編者 インプレス総合研究所
発行人 中村 照明
発行所 株式会社インプレス
〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1丁目105番地

<http://www.impress.co.jp/>

本書は著作権法上の保護を受けています。本書の一部あるいは全部について株式会社インプレスから文書による許諾を得ずに、いかなる方法においても無断で複写、複製することは禁じられています。

S A M P L E