



## 電子商取引とモバイル・コマース

### 電子商取引の市場規模

1990年代半ば以降、インターネット技術を用いたオープン・ネットワークを基盤にした商取引、すなわち電子商取引がグローバルな規模で発展してきた。日本でも今日に至るまで景気の影響を受けて変動はあるものの、着実にそのシェアを拡大している。これまで、電子商取引は、B2B (Business to Business)、B2C (Business to Consumer)、そして政府調達 (B2G: Business to Government) に大別されてきた。しかし、今日、日本では新たな2つの動向が注目されている。まず、B2Cの中にあって携帯電話を利用したモバイル・コマースが著しく発展しつつある。また、情報家電などを用いたユビキタス・コマースの基盤が整えられつつある。

そこで本稿では、日本における電子商取引の概要を見た上で、モバイル・コマース、ユビキタス・コマースの動向について紹介し、さらにそれらの新たな動向を積極的に活用しようとする地域ポータル・サイト、電子コミュニティの展開について考えてみようと思う。

経済産業省と電子商取引推進協議会が野村総合研究所に委託して調査した結果をまとめた報告書「平成14年度電子商取引に関する市場規模・実態調査報告書」(電子商取引推進協議会、2003年、以下「ECOM市場予測2003」と略記する)によれば、2002年におけるB2Bの市場規模は約46.3兆円であり、そのうち、電子・情報関連機器、自動車部品の取引が、それぞれ42.7%、37.3%を占めており、この2つの分野で全体の80%に達している。2007年市場規模予測では、全体では約125.7兆円になり、電子・情報関連機器と自動車のシェアは、45.8%になり、他の分野、とりわけ建設がシェアを拡大するだろうと予測されている。

他方、「ECOM市場予測2003」によれば、B2Cは、

2002年では、市場規模は約2兆6,850億円であり、不動産が24%、自動車販売が21%を占めている。そして2007年の市場予測では、市場は12兆300億円が見込まれており、不動産17%、自動車16%を抑えて、旅行が18%で最も大きな売り上げが期待されている。

### モバイル・コマースとユビキタス環境

ところで、「ECOM市場予測2003」によれば、2002年のB2Cの市場規模2兆6,850億円のうち、3,210億円はモバイル・コマースによるものと推定される。モバイル・コマースは、携帯電話 (PHSを含む)、PDA、カーナビゲーションなどの移動可能な機器を用いた商取引である。モバイル・コマースは2001年の市場規模は1,205億円と推定され、1年間で約2.7倍の規模に発展している。エンタテインメント (イベントチケット、DVD、ゲームソフトの販売など) が40%、旅行が12%を占めている。なるほど市場規模はまだまだ小さいが、潜在的な発展可能性はきわめて高く、2007年には市場規模は約1兆7,760億円に達するものと考えられている。シェアは旅行29%、エンタテインメント21%、食料品9%などとなると予測されている。

携帯電話は、2002年12月末時点において保有者数は7,900万人を突破している (PHSを含む)。携帯電話は通話機能のほかにデータ通信機能が重要な役割を演じており、データ通信機能を持つことによって、メール、Web、カメラ、動画などを用いたさまざまなサービスが可能になった。モバイル・コマースはこのデータ通信機能を使った商取引であり、伝送容量の大きな第三代携帯電話 (3Gモバイル) の普及によってモバイルの機能はより拡大している。音楽、テレビ、交通情報、バイオメトリクスや電子認証を用いた金融決済など多種多様な

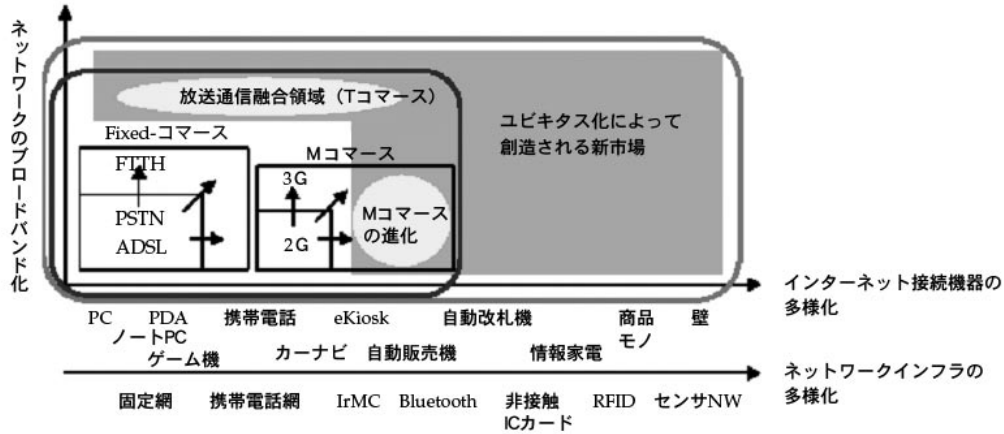


図-1 ユビキタス市場の台頭

(出典) 経済産業省, 電子商取引推進協議会, 野村総合研究所 編:平成14年電子商取引に関する市場規模・実態調査報告書(電子商取引推進協議会, 2003年) 31ページ

**e-Community**

- 地域ポータルサイト構築
- B2B, B2C, P2Pの促進
- B2G, C2Gの促進
- e-Learningと人材育成
- 安全と安心の確保
- GIS, GPSの積極的活用
- PPP (Public and Private Partnership) による街づくり

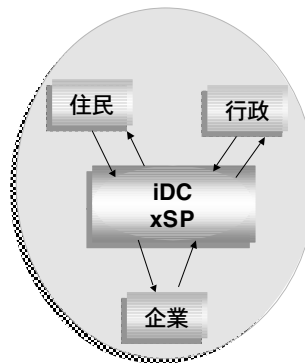


図-2 電子コミュニティの創造

取引が可能になる。ちなみに第三代携帯電話はすでに約1,400万台に達している(2004年1月時点)。そしてIP(インターネット・プロトコル)通信プラットフォームによる移動通信サービスが進み、IP電話サービスだけでなく、このIP通信プラットフォームが基盤になって情報家電が遠隔操作でき、モバイル、情報家電、PCなどの間で情報交換やコミュニケーションを行うことが可能になり、それらに関連する商品やサービスの市場が形成されるだろう。まさにIP通信プラットフォームによってユビキタス市場環境が形成されつつあるのである(図-1参照)。

なお、2010年頃には100Mbpsの高速データ通信を可能にする第4世代移動通信が商用化されるだろう。しかし、第4世代移動通信は、IP通信だけでなく、さまざまな通信プロトコルの相互接続を可能にし、より広範なユビキタス環境を構想するものである。インターネット環境だけがネットワークではないことはあらためていうまでもないだろう。

一般にeコマースは当事者たちが非対面で商取引を行うものである。したがってどうやってその市場に信頼性を形成するかが大きな課題になる。このことはB2Cの場合にはよりいっそう重要性を増す。そこで電子コミュニティ(e-Community)の形成が注目される。現在、いくつかの自治体において地域ポータルを形成し、PCのみならず、モバイルや情報家電も利用者端末として活用したユビキタス環境を持った電子コミュニティを形成しようとする構想もある(図-2参照)。日本の電子商取引は、いまやモバイル・コマースやユビキタス・コマース、さらには商取引を包含した電子コミュニティの出現によって大きく変化しつつあるといえよう。

参考文献

- 1) 経済産業省, 電子商取引推進協議会, (株)野村総合研究所 編:平成14年度電子商取引に関する市場規模・実態調査報告書, 電子商取引推進協議会(2003)。
- 2) (株)情報通信総合研究所 編:情報通信アウトック2004, NTT出版(2004)。
- 3) 総務省 編:平成15年版情報通信白書, ぎょうせい(2003)。(平成16年3月8日受付)