

新經濟連盟白書 2013

新経済連盟白書2013 発刊に寄せて

新経済連盟代表理事
三木谷浩史

皆様には、新経済連盟の活動につき、平素より格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

2012年は、当団体にとって大きな転換期となりました。

日本が将来にわたり国際競争に勝ち抜き、更なる経済成長を続けていくためには、ITのさらなる戦略的な利活用により、インターネットおよびeビジネス（インターネットを利活用したサービス）を推進、発展させていくことが不可欠です。また、新技術やビジネスの仕組みにより今までにないような産業を興し育成していくことも必要です。しかし、そのための環境整備については、いまだ発展途上の段階にあり、国をあげた政策や諸制度の整備が喫緊の課題となっております。

当団体の前身となる一般社団法人eビジネス推進連合会は、このような観点から、民間の立場から各種提言や情報提供を実現していくため、2010年2月に設立されましたが、2012年6月からは、eビジネスのみならず様々な新産業も含めた形で対象を拡大し、日本経済の発展により貢献していくことを目的として法人名を「新経済連盟（略称：新経連）」と改称し、新たな経済団体として、活動しております。

2012年秋には、当団体に、起業促進策の検討を行う「起業イノベーション促進委員会」、エネルギー関連の新ビジネスを創出するに当たり必要な制度環境を検討する「エネルギー改革委員会」、政治行政面でのITの利活用の促進や各種の規制改革等を検討する「政治行政改革委員会」の3つの委員会が設置され、各々活動を行っております。

今回発刊する「新経済連盟白書2013」は、昨年度まで発刊しておりました「eビジネス白書」から、当団体の活動に合わせ、名称と内容を変更したものといたします。

従来のeビジネスの動向に加えて、それに関連する海外政策の動向を記述するとともに、第2章「新産業とイノベーション」との題を付けた新たな章を設け、新産業分野における業界の動向や今後の展望についても取り上げております。これからの日本経済を牽引する意味においても、新経済連盟では勉強会やカンファレンスの主催、対外的な政策提言活動の強化を図ってまいり所存です。引き続き、ご協力のほど、よろしくごお願い申し上げます。

CONTENTS

新経済連盟白書2013発刊に寄せて 002

第1章 eビジネス各ジャンルの状況 005

全体解説	2012年のeビジネス各カテゴリーの概況	006
eコマース	市場規模は8.5兆円、ネットとリアルの融合進む	010
広告	ネット広告は8000億円、課題はスマホシフト	018
情報サイト	スマホ対応進む、「O2O」離陸前夜	023
SNS・ソーシャルアプリ	産業の主役に躍り出る、主戦場はスマホに	030
コンテンツ	音楽・動画もスマホ対応、電子書籍は端末発売で乱戦	033
金融	スマホ対応が加速、ネット銀行の裾野広がる	040
電子マネー・ポイント	電子マネー、2兆円市場が定着、ポイントも1兆円が射程に	044
モバイル・スマートデバイス	本格普及が加速、サービスも繚乱	049
	HTML5	2012年のHTML5と今後 055
	IPv6	IPv6最新動向 058
	SDN	SDN最新動向 061
技術動向	クラウド／ビッグデータ	クラウド、ビッグデータに関する技術動向と今後の展望 066
	セキュリティ	インターネットにおけるセキュリティ 071
	サーバー	2012年のレンタルサーバー市場 077
	ドメイン	世界のドメイン、登録件数は2ケタ成長 081
	決済	拡大が続くEC決済市場 084
	アメリカ	2012年の米国eビジネス 087
	ヨーロッパ（英国）	2012年の英国eビジネス 092
	中国	2012年の中国eビジネス 097
	韓国	2012年の韓国eビジネス 105
海外動向	インドネシア	2012年のインドネシアeビジネス 112
	ベトナム	2012年のベトナムeビジネス 115
	シンガポール	2012年のシンガポールeビジネス 118
	マレーシア	2012年のマレーシアeビジネス 122
	タイ	2012年のタイeビジネス 126
海外政策	2012年の海外政策動向	132

第2章 新産業とイノベーション 141

新産業とイノベーション	142
エネルギーマネジメントシステムにおける最新動向	147
わが国のイノベーションを生み出す教育とは	154

第3章 事業者・ユーザーアンケート	159
	新経済連盟・経営者意識調査 160
	アイ・ジェイティービー (i.JTB) 165
	アイフラッグ 166
	アイレップ 167
	アンファー 168
	イー・ガーディアン 169
	オプト 170
	カルチュア・コンビニエンス・クラブ 171
	クレディセゾン 172
	ケンコーコム 173
	サイバーエージェント 174
	GMOインターネット 175
	Jトラスト 176
	シナジーマーケティング 177
経営者編	スタートトゥデイ 178
	テクノモバイル 179
	デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム 180
	日本NCR 181
	ネクスト 182
	ネットプライスドットコム 183
	ビットアイル 184
	フューチャーアーキテクト 185
	フリービット 186
	ベネッセコーポレーション 187
	ベンチャーリパブリック 188
	マガシーク 189
	ラクーン 190
	楽天 191
会員企業編	新経済連盟・会員企業アンケート 192
ユーザー編	インターネットサービスの利用動向調査 201
2012年活動報告	214



第1章

eビジネス 各ジャンルの状況

2012年の eビジネス 各カテゴリーの概況

昨年の本白書において、2011年のeビジネス業界を読み解くキーワードとして「スマートデバイス」「ソーシャル」「グローバル化」の3つを挙げた。スマートフォン、タブレット端末の急速な普及、ソーシャルネットワークワーキング（SNS）サービスに代表される個が主役のコミュニケーション形態、そして海外展開。いずれも、インターネット業界にとどまらない、世界的な潮流として、あらゆる産業に構造変化を促す流れとも言える。

あれから1年経った2012年は、3

つのキーワードがより深く、社会に浸透した年だったと言える。スマートデバイスについて言えば、スマートフォン契約者数の一層の拡大に加えて、タブレット端末も普及期に入ったと言える。ソーシャルについては、従来のパソコンからスマートデバイスへの急速なシフトが、新しい参入者の登場を促し、事業者間競争の促進および、市場の拡大を後押ししている。グローバル化については、言わずもがな、ネット業界で海外展開を考えていない企業の方が少数派となりつつある。

2011年3月11日に襲った東日本大震災の悲劇を経て、日本経済全体が今、新たな産業の勃興、ひいては活力の注入を待望している。その意味で、現在も堅調に成長を続けるeビジネス業界は、間違いなく今後の日本を背負っていく柱の1つとなる。2012年の出来事を振り返りながら、2013年を更なる飛躍の年へとつなげていく企業が増えることを期待したい。

以下、各カテゴリーの概況について、簡単に見ていこう。

eコマース

経済産業省の「平成 23 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）によると、2011 年の日本の消費者向け EC（電子商取引）市場規模は 8.5 兆円。前年比 8.6% 増となり、継続的に市場拡大が続いている。

EC 市場規模の拡大が著しかったのは「衣料・アクセサリ」、「食料品小売業」、「医薬化粧品」の 3 つ。いずれも対前年比で 2 割以上の増加を記録した。2011 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災のモノ不足によって、日用品や食材など普段は実店舗で購入する機会の多い商品にまで EC 利用が拡大した 2011 年。2012 年は冷え込んだ個人の「ハレの消費」が戻り、EC 市場でも日用品や食材に加え、衣料品や医薬化粧品など嗜好品にまで EC の波が広がった年と言える。

旅行についても伸びは堅調。観光庁の統計によれば、2011 年 4 月から 2012 年 3 月までの旅行総取扱額は 6 兆 490 億円。震災の影響で前半は低調だったが、秋以降は回復。通年では 5% 減となったが、2012 年度に期待が持てる内容だったと言える。

広告

電通の「2011 年 日本の広告費」によると総広告費は前年比 98.7% の 5 兆 7096 億円と 4 年連続の減少となった。その中で、インターネット広告費は前年比 4% 増の 8062 億円に成長した。

東日本大震災の影響による市場の一部停滞、そしてモバイル広告の縮

小により、市場全体の成長は前年に比べて緩やかだった。内訳を見ると、PC 向け広告が 5021 億円（同 103.0%）、モバイル広告が 1168 億円（同 97.3%）、広告制作費が 1873 億円（同 112.2%）となっている。

注目は、スマートフォン向けの広告の成長ぶりだろう。MM 総研の調査によれば 2011 年度のスマートフォン出荷台数は前年度 2.7 倍の 2340 万台で総出荷台数の 55.8% を占める。こうしたトレンドを反映し、スマートフォン向け広告費は 337 億円と拡大した。2013 年以降もソーシャルメディア広告など、モバイルとソーシャルを組み合わせた多様な形態が登場し、さらに成長すると見られる。

情報サイト

比較サイトやポータル、グルメ、人材といったサービスを総称して情報サイトとしている。消費者の購買活動に大きな影響を与えているのが「価格比較サイト」。価格コムなどの大手サイトだけでなく、スマートフォン向けアプリも多く出ており、「まず価格を調べてから買う」という行動が一般的になってきた。近年では実店舗の在庫情報も調べられるようになっており、EC サイトだけでなくオフラインでの消費にも寄与しはじめている。またレストランやレシピを探すサイトもスマートフォン対応が進んでおり、外出先からでもすぐに調べられるため、利用者が増えている。

一方でネット上に増え続ける情報をより効果的に検索するために、ある程度まとまった形に情報をパッケージして提供する「キュレーション」という

カテゴリのサービスも盛り上がってきた。2013 年は、様々な情報を調べるために利用されるキュレーションサイトなどが盛り上がりが見られる。

人材サイト紹介サイトは 2011 年に東日本大震災の影響で、一時的に企業の採用活動が停止したが、2012 年は緩やかな回復傾向にあり、新規求人数も増加した。大卒者内定率は V 字回復を見せ、63.1% に上昇した。震災の復興需要に伴う求人増を主要因となっている。

SNS・ソーシャルアプリ

米フェイスブックの利用者が世界で 10 億を突破し、完全に e ビジネス産業の主役に躍り出た SNS（ソーシャル・ネットワーク・サービス）。グリー、DeNA、ミクシィといった既存のサービスとともに、様々な業界に影響を与えている。2012 年、急速に利用者数を拡大したのがスマートフォン向けのアプリだった。その代表格、NHN Japan の「LINE」は 2013 年 1 月に全世界の利用者数は 1 億人を突破した。同サービスを軸に、2013 年はスマートフォン向けの SNS サービスが一層盛り上がりが見られている。

コンテンツ

音楽については、iPhone をはじめとしたスマートフォンが人気で、「iTunes」などの音楽配信サービスも利用者を広げている。しかし実際のところ、音楽配信売上高は減少を続けている。オーディオレコードや音楽ビデオなどの音楽ソフト全体での比率で見ると、未だ 20% 程度にとどまる。日

本レコード協会によれば、2011年は720億円で前年比83%。iPhoneなどのスマートフォンを含めた「インターネットダウンロード」は24%増えて126億円(2010年は101億円)となったが、従来型携帯電話向けサービスである「モバイル」が22%減少し、583億円(同747億円)に落ち込んだ。携帯電話からスマートフォンへの移行が、音楽配信ビジネスにおいては途上にある。

動画については、無料動画配信サービスの視聴がさらに増えたほか、有料の動画配信サービスも好調で、日本での動画配信がいよいよ開花する機運が高まっている。

また、業界主導で幾度となく叫ばれては消えていった電子書籍市場も、2012年を振り返れば本当に離陸した年だったと言えるだろう。インプレスR&Dの調査によれば2012年の電子書籍市場規模は713億円。日本の電子書籍はフィーチャーフォンと呼ばれる日本独自の携帯電話を中心に拡大してきたが、新たな電子書籍専用端末が相次いで登場したことにより、市場規模全体は一気に200億円以上拡大したようだ。2013年は電子書籍専用端末の普及が促進し、フィーチャーフォンの市場を上回る成長が予測されている。

金融

欧州債務危機や長引く円高の影響を受け、2012年の株式相場も盛り上がり欠ける1年となったリスク回避の姿勢を強める個人投資家が増えた結果、東京証券取引所1部の売買代金も低迷が続いた。こうした実情を受け、ネット証券は従来の株式依存の収益構

造を改める方針を積極的に進めている。多くの証券会社が、商品の品揃えの多様性を競い合っている。

これに対して、2012年のネット専門銀行の業績は堅調だった。ジャパンネット銀行、ソニー銀行、大和ネクスト銀行、楽天銀行、住信SBIネット銀行、じぶん銀行のネット専門6行の合計預金残高は、2012年9月末で7兆7511億円。前年同期に比べて、約30%増加した。口座数は約1095万と、こちらも前年同期に比べて約11%増えた。

銀行、証券に続いて、ここ数年で台頭してきたのが、保険分野である。現在、生命保険、損害保険の両方で、それぞれネット専門の保険会社が事業を展開している。

電子マネー・ポイント

2011年度に初めて決済総額が2兆円を超えた電子マネー市場。交通料金や買い物代金の支払い時の現金に代わる小口決済手段として、定着、それが決済総額を押し上げる構図が出来上がっている。

日本銀行によると、「エディ」「スイカ」「ワオン」などの主要電子マネーの発行枚数は2012年6月に1億8000万枚を突破した。増加率をみると、一頃に比べ伸びは鈍化しているものの、足許でも前年比15%前後の伸びを続けている。発行枚数のうち、携帯電話使用分も増加を続けており、最近では電子マネー全体に占める割合も上昇傾向にある。

決済金額・件数はともに増加を続けている。2011年度の決済総額は、2兆581億円。2012年6月には、月

間決済金額・件数がそれぞれ1981億円、2億2700万件に達した。伸び率に目を向けると、決済金額・件数ともに、2011年度初に幾分鈍化したものの、再び勢いを強めている。

ポイント市場も順調に拡大。野村総合研究所によると航空会社のマイレージを含めたポイント発行額は2012年度で約9400億円。15年度には1兆円規模に膨らむ見通しだ。インターネット上の仮想通貨、ネットマネー市場もソーシャルゲームの拡大を追い風に伸びている。

モバイル・スマートデバイス

2011年に続き、スマートデバイス(スマートフォンやタブレット型端末などの総称)は本格的な普及期に入った。調査会社によると、2012年度通期の総出荷台数は前年度並みの4240万台に達し、このうちスマートフォンの出荷台数は前年度比28.7%増となる3110万台へと拡大する見通しだ。スマートフォンの総出荷台数に占める比率は73.3%と、フィーチャーフォン(従来型の携帯電話端末)を大きく上回る。この傾向は2013年度以降も継続し、その差はより拡大していく予想である。

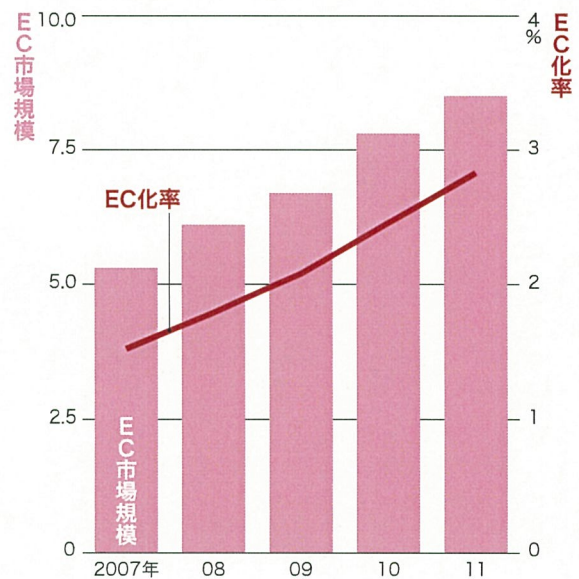
タブレット型端末についても、伸びが拡大している。2012年度通期出荷台数は、前年比61.9%増の450万台と予測されている。3月に米アップルの新型「iPad」の発売を契機とし、6月には米グーグルから「Nexus7」、10月には長らく日本市場への投入が待たれていた米アマゾンの「Kindle」シリーズが国内発売となった。国内勢は富士通やNECが「防水」や

「NOTTV（独自のスマートフォン向けテレビ番組放送）」に対応した機種を投入し、また、楽天からは Kindle 対抗である電子書籍端末「kobo」が発売された。

市場規模は8.5兆円 ネットとリアルの融合進む

- ▶衣料・食料・医薬を中心に市場拡大
- ▶実店舗対EC事業者の境界線が曖昧に
- ▶ネット旅行は2ケタ成長

日本の消費者向けEC市場規模



出所：経済産業省

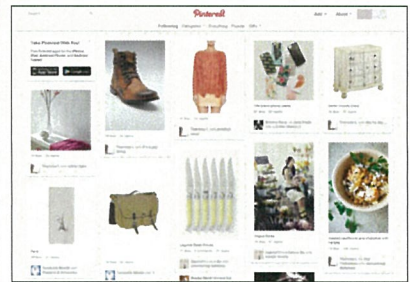
経 済産業省の「平成 23 年度我が国情報経済社会における基盤整備」（電子商取引に関する市場調査）によると、2011 年の日本の消費者向け EC（電子商取引）市場規模は 8.5 兆円。前年比 8.6% 増となり、継続的に市場拡大が続いている結果となった。全ての商取引における EC 取引の割合を示す EC 化率も前年から約 0.3 ポイント増の 2.8% と順調に推移している。

小売業のうち、EC 市場規模の拡大が著しかったのは「衣料・アクセサリ」、「食料品小売業」、「医薬化粧品」の 3 つ。いずれも対前年比で 2 割以上の増加を記録した。2011 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災のモノ不足によって、日用品や食材など普段は実店舗で購入する機会の多い商品にまで EC 利用が拡大した 2011 年。2012 年は冷え込んだ個人の「ハレの消費」が戻り、EC 市場でも日用品や食材に加え、衣料品や医薬化粧品など

業種別 EC 市場の推移

業種	2010 年	2011 年	対前年比
総合小売業	16110	17820	110.6%
衣料・アクセサリ小売業	1120	1440	128.6%
食料品小売業	4360	5320	122.0%
自動車・パーツ小売業			
家具・家庭用品小売業	12220	12460	102.0%
電機製品小売業			
医薬化粧品小売業	3120	4200	134.6%
スポーツ・本・音楽・玩具小売業	3330	3670	110.2%
宿泊・旅行業	11010	12700	115.3%
飲食業			
娯楽業	1260	1310	104.0%
合計	52530	58920	112.2%

出所：経済産業省



嗜好品にまで EC の波が広がった年と言える。

アパレル EC 市場が激戦区に

2012 年で特筆すべきはアパレル EC の分野だ。特に国内最大の EC モール「楽天市場」を運営する楽天、グローバルで EC 事業を牽引するアマゾンなどの総合 EC 事業者の攻勢が目立った年だった。

楽天は 2012 年 4 月、「RAKUTEN BRAND AVENUE（楽天ブランドアベニュー）」を開設し、アパレル EC に本腰を入れ始めた。子会社であるファイ

ントレーディングを通じて、2010 年 10 月から試験的に運営してきたアパレルブランドの公式販売サイト「Fine Style（ファインスタイル）」や、靴の販売に特化した「Fine Shoes（ファインシューズ）」などを同サイトに集約。さらに、同月、アパレル EC を運営してきたスタイライフとの業務提携を発表した。親会社であるバーンデストジャパンリミテッドから株式 6982 株（出資比率 32.5%）を取得し、スタイライフの筆頭株主になっている。

また 5 月に楽天は米で急成長している画像を軸とした SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）「Pinterest（ピンタレスト）」に出資。7 月からは楽天市場の商品に対して「Pin It（ピン・イット）」と呼ぶボタンを設置し、ピンタレストに商品画像を投稿しやすい仕様に変えた。ピンタレストの閲覧者が画像をクリックすると、商品販売元のウェブサイトへ誘導される仕組みになっている。こうした画像を軸にした SNS は女性の利用者が比較的多く、また特にアパレル EC との相性の良さも指摘されている。

一方、アパレル分野への注力を分かりやすく示したのがアマゾンジャパンだ。同社はこれまで一切のテレビ CM を手掛けてこなかったが、2012 年 4 月 16 日に初となるテレビ CM を展

第2章

新産業と イノベーション

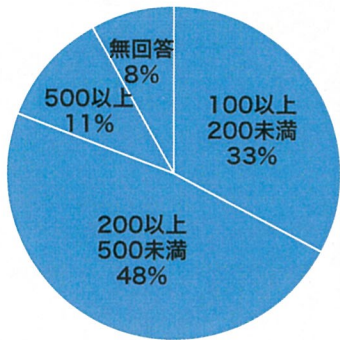
第3章

事業者・ ユーザーアンケート

5年後には5割近くが 2倍以上と予測

2017年(5年後)の eビジネスの市場規模予想

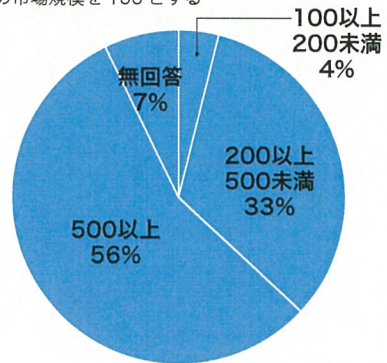
注：2012年の市場規模を100とする



10年後には5割超が 5倍以上と予測

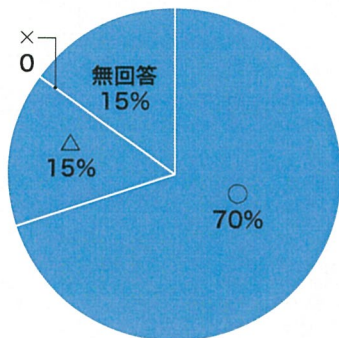
2022年(10年後)の eビジネスの市場規模予想

注：2012年の市場規模を100とする

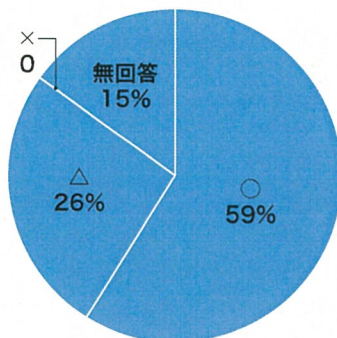


5割以上が売上高、利益、社員数ともに「成長」

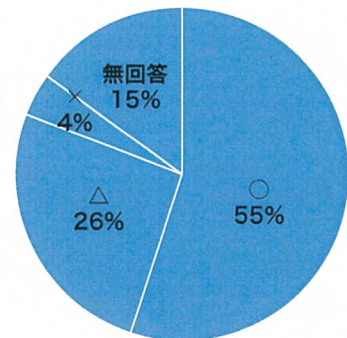
2012年、企業としての成長は？(○、△、×で回答)



売上高



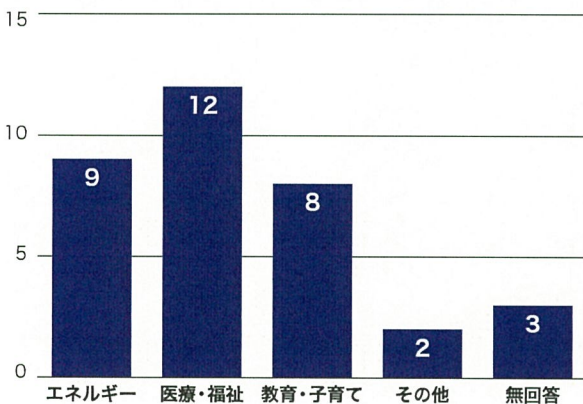
利益



社員数

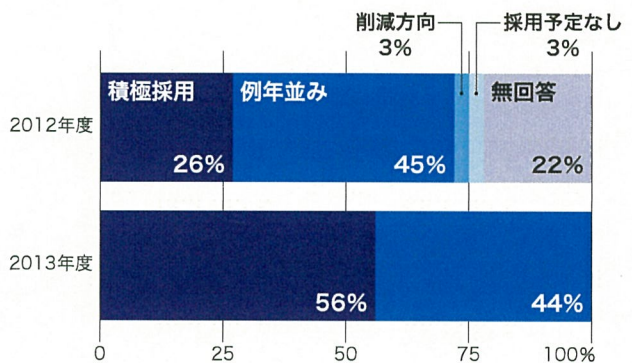
エネルギー、医療・福祉、 教育・子育てに注目

新産業で注目の分野は？(複数回答)



2013年度は 「積極採用」が5割超に

2013年度の人員採用計画



スマートフォン／タブレット
電子書籍
LINE
クラウド
第3極
ソーシャルメディアマーケティング

脱デフレ
ライフスタイル型消費

東アジアのリーダー交代
電力料金値上げ
常時接続
ビッグデータ
外交問題
過去10年の終わりの年
増税
LCC

インターネットサービスの 利用動向調査

調査概要

調査対象	15歳以上の男女個人
対象地域	全国
調査手法	Webアンケート
有効回答数	3000件
調査期間	2012年12月4日～5日

本パートでは、2012年のインターネットサービスの市場動向を把握すべく、2012年12月に実施した一般ユーザーへの調査結果を掲載する。

前回調査の2011年では、スマートフォンやタブレットPCの利用率が合計で30%近くに急拡大し、スマートデバイスの本格的な普及が伺える結果となったが、今回の結果からはその傾向がより明らかとなった。

特に、昨年に引き続きタブレットPCの躍進が顕著であり、アンケート結果からも今後もその傾向が続くであ

ることがわかった。

一方、ネット接続端末としての従来型携帯電話の利用は、大幅減少した前回結果と同程度を維持したが、今後はより縮小していくであろうことが読み取れた。

また、2012年はスマートフォン、タブレットPCの普及に伴い電子書籍の利用が拡大した年でもあった。電子書籍専用端末の普及も進み、利用率が高くなかったビジネスや語学・検定・資格などのジャンルにおいても利用が促進され、今後も電子書籍の利用の増

新経済連盟白書2013

発行	一般社団法人 新経済連盟 〒107-0052 東京都港区赤坂1-14-5 アークヒルズエグゼクティブタワー 8階 N811 新経済連盟事務局
電話	050-5835-0770
e-mail	info@jane.or.jp
発行日	2013年2月1日
発行責任者	新経済連盟事務局
レイアウト	山下さとし

本白書に記載されている記事内容は、作成時点において入手可能な情報を基に編集しました。内容の一部は、編集部の独自見解も含まれています。また、白書に記載されている企業などに関わる情報は、公開情報などから引用したものであり、情報の正確性などについて保証するものではありません。予めご了承ください。

本白書内のデータは、会員企業各社の社内文書などに自由に引用可能です。ただし、出所として「新経済連盟」及び「新経済連盟白書2013」の付記をお願いします。なお、データの販売など商業利用および寄稿文など執筆者名の記載のあるコンテンツの2次利用を禁止いたします。