

(報道発表資料)

2015年3月2日
西日本電信電話株式会社

関西エリアを基盤としたスーパーマーケット事業者との ネットスーパー事業の普及促進に向けた協業について

西日本電信電話株式会社 関西事業本部（取締役関西事業本部長：太田 真治、以下NTT西日本）は、スーパーマーケットのチラシ情報ポータルサイト「シュフモ^{※1}」を運営するニフティ株式会社（代表取締役社長：三竹 兼司、以下ニフティ）と連携し、関西エリアを基盤とするスーパーマーケット事業者との相互連携による取り組みを展開し、ネットスーパー事業及び宅配サービス事業の普及促進について協業していくことで合意しました。

※1. 「シュフモ」は、ニフティ株式会社が運営する主婦向け情報サービスで、登録会員約184万人（2014年10月現在）を中心に、スーパーマーケットのチラシ情報やレシピ情報などを提供しています。「シュフモ」の詳細は [\[http://shuf.jp/\]](http://shuf.jp/) をご覧ください。

1. 協業に至った経緯

パソコンやスマートフォン、タブレット端末などの情報通信端末が普及し、EC市場の食料品小売業は拡大傾向にあります。^{※2}

関西エリアを基盤とするスーパーマーケット事業者は、従来より宅配サービスを展開してこられました。EC市場拡大に伴い、新たにネットスーパー事業を展開され利用者拡大をめざしてこられました。しかしながら、紙による申し込みや電話・FAXでの注文が主流の宅配サービスとは異なり、webサイトを利用したネットスーパーは情報通信端末の操作に不慣れなお客様も多く、ご利用までのサポートの必要性を感じておられました。

一方、NTT西日本では、より多くのお客様に「フレッツ光」（インターネット接続サービス）^{※3} をご利用いただくため、住宅や企業への普及拡大を図るとともに、新たな光回線の利用価値向上及びサポートの充実をめざし、多くの企業や団体、コミュニティとの協業を進めてきました。また、ニフティでは、「シュフモ」の新規会員の獲得及び利用促進に向けて、webポータル事業の発展に取り組んでこられました。

このような背景のもと、上記の各社が連携を図りネットスーパーの普及促進に取り組むことで、地域社会の安心・快適な暮らしの実現に貢献できると考え、今回の協業に至りました。

※2. 経済産業省「平成25年度電子商取引に関する市場調査（別紙1）」一部抜粋

※3. サービス提供エリアであっても、利用できない場合があります。エリアについては、お問い合わせいただくか、[\[http://flets-w.com/\]](http://flets-w.com/) をご確認ください。インターネットのご利用には、プロバイダーとの契約・料金が必要です。

2. 取組内容

スーパーマーケットのチラシ情報ポータルサイトである「シュフモ」と、関西エリアを基盤とするスーパーマーケット事業者が連携し、特売情報を含めた商品情報の閲覧から購入手続きまでワンストップで利用することができます。また、「シュフモ」でいつも利用するネットスーパーの店舗登録をすることで、登録された店舗の特売情報がメールで配信されます。※4

※4. 事前に「シュフモ」会員登録が必要となります。特売情報は更新されたタイミングで配信されます。

【「シュフモ」からネットスーパー及び宅配サービスのwebサイトへの連携イメージ】

(画像は株式会社オークワ 利用イメージ)



なお、NTT西日本では、ニフティと連携し、2015年3月3日よりフレッツ光の新規ご契約者を対象に、フレッツ光のインターネット接続やタブレット端末の提供、ネットスーパー・宅配サービスの利用開始に伴う訪問セットアップ及び利用方法のサポートをセットにした「ネットスーパー・宅配サービス始めようパック※5」を提供します。

※5. 「ネットスーパー・宅配サービス始めようパック」については、2015年3月3日から2015年4月30日までに、フレッツ光等指定のサービスを新たにご契約いただき、1年以内にご利用開始された方が対象となります（期間・期限は延長する場合があります）。詳しくは、<http://flets-w.com/kn/>をご覧ください。

3. 今回の取り組みに賛同いただいたスーパーマーケット事業者 (50音順)

- ・大阪いずみ市民生活協同組合 (大阪府)
- ・株式会社オークワ (和歌山県)
- ・株式会社関西スーパーマーケット (兵庫県)
- ・株式会社ライフコーポレーション (大阪府)
- ・市民生活協同組合ならコープ (奈良県)
- ・生活協同組合おおさかパルコープ (大阪府)
- ・生活協同組合コープしが (滋賀県)

()内は本社所在地

宅配エリアおよび利用料等、各サービスのご利用にはそれぞれ条件があります。詳細は各社にお問い合わせください。

4. 今後の展開について

NTT西日本では、今回の協業を推し進めるにあたり、お客様の利便性向上を目的に、今後もスーパーマーケット事業者と連携し機能充実を図るとともに、本取り組みに賛同いただける関西エリアのスーパーマーケット事業者を拡大し、ネットスーパー事業の更なる普及促進および地域社会の発展に向けた新しい価値を創造・発信していきます。

【本件に関する問い合わせ先】

西日本電信電話株式会社 関西事業本部
アライアンス推進部 アライアンス推進担当
06-4708-6143

ニュースリリースに記載されている内容は、報道発表時のものです。

最新の情報と内容が異なる場合がございますので、あらかじめご了承ください。

審査 14-3295-1

「平成25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)」の結果公表について (調査結果要旨)

1. 国内電子商取引市場規模動向

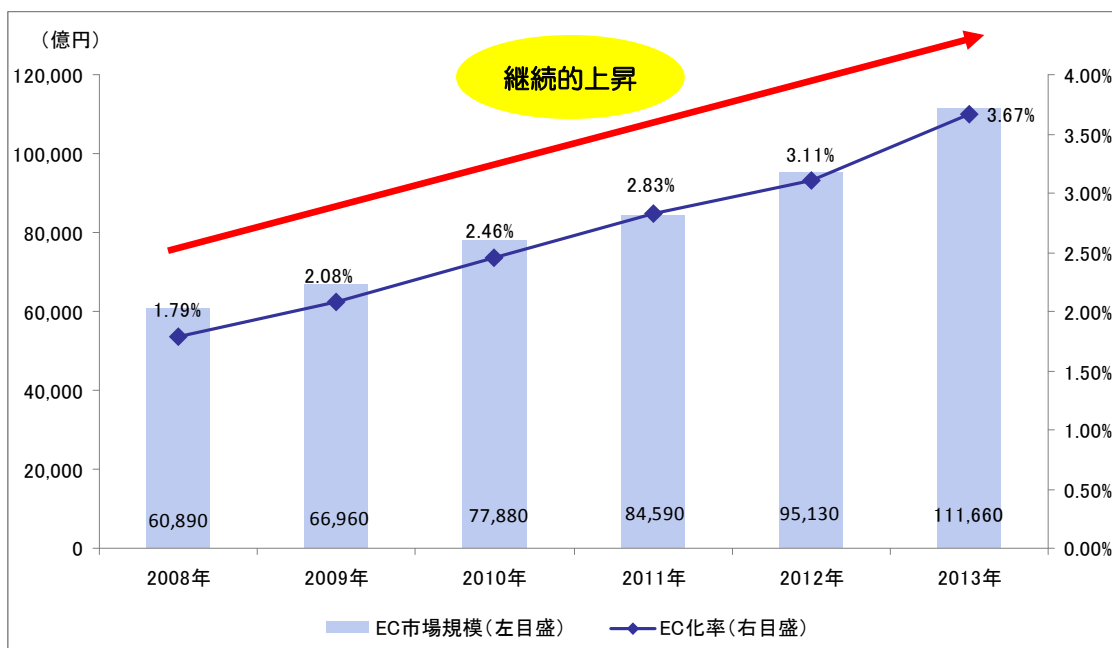
(1) 消費者向け電子商取引 (以下「BtoC-EC」) 市場規模

全体動向

日本のBtoC-EC市場規模は11.2兆円となり、前年比17.4%の増加となりました。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(※)についても、3.7%となり、前年から0.6ポイント上昇しています。

※ 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。

図 1-1 日本のBtoC-EC市場規模の推移



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年 (前年比)
市場規模 (兆円)	6.1	6.7	7.8	8.5	9.5	11.2 (+17.4%)
EC化率 (%)	1.8	2.1	2.5	2.8	3.1	3.7 (+0.6ポイント)

業種別動向

2013 年は、ほとんどの業種で前年に比べて市場規模が拡大しました。特に、衣料・アクセサリー小売業、宿泊旅行・飲食業及び医療化粧品小売業においては、対前年比で 20 パーセント以上の高い伸びを示しています（表 1-1 黄色部分）。

また、全ての業種において、EC 化率が上昇しています。

表 1-1 業種別 BtoC-EC 市場規模の推移

高い伸び率

業種	2012年		2013年			
	EC市場規模 (億円)	EC化率	EC市場規模 (億円)	対前年比	EC化率	
小売業	総合小売業	18,910	5.05%	22,000	116.4%	6.39%
	衣料・アクセサリー小売業	1,750	1.33%	2,200	125.8%	1.65%
	食料品小売業	6,050	0.96%	7,060	116.7%	1.08%
	自動車・パーツ小売業	14,260	4.29%	16,480	115.6%	4.84%
	家具・家庭用品小売業					
	電気製品小売業	5,010	4.02%	6,030	120.4%	4.56%
	医療化粧品小売業					
	スポーツ・本・音楽・玩具小売業					
サービス業	宿泊・旅行業	14,960	6.16%	18,260	122.1%	7.38%
	飲食業					
	娯楽業	1,470	0.94%	1,660	112.9%	1.19%
建設業	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
製造業	1,160	N/A	1,150	99.3%	N/A	
情報通信業	22,950	N/A	26,970	117.5%	N/A	
運輸業	3,070	N/A	3,630	118.0%	N/A	
金融業	680	N/A	690	100.7%	N/A	
卸売業	860	N/A	860	100.1%	N/A	
その他						
合計	95,130	N/A	111,660	117.4%	N/A	
合計(小売・サービス)	66,410	3.11%	78,360	118.0%	3.67%	