

【DRニュース・004】：EC業務（電子商取引）の歴史と取引に関わるビジネス用語

2015年11月23日発信

こんなにもいっぱいある、ビジネス用語の中から取引の形を説明する用語をインターネットで検索して特徴や代表例を紹介します。また、EC（電子商取引）の歴史も探ってみます。

特にEC（電子商取引・eコマース）に関わるITやインターネットの発達過程で生まれたビジネスで、「誰が誰を相手に商売をしているのか？」というビジネスを知る上で役に立つ略語となります。

1. B2C (BtoC)

企業対個人の間での取引（Business to Consumer）の略語。

B2C とは、企業と一般消費者との間で取り交わされる商取引を指す言葉です。

電子商取引（EC）における**B2C**の典型としては、オンラインショップ（ECサイト）による商品販売・通信販売を挙げることができます。

現物を販売する場合だけでなく、ソフトウェアや音楽・映像などのコンテンツの配信、あるいはオンラインゲームのようなサービス提供も**B2C**に含まれます。

B2C 事業には個人（消費者）に対する「広告宣伝活動」が不可欠となります。

2. B2B (BtoB)

企業間取引（Business to Business）の略語。

B2B とは、商取引の形態のひとつで、企業と企業との間で取り交わされる取引のことです。

電子商取引（EC）における**B2B**の代表例として、原材料や部品の電子調達、メーカーと問屋・小売店との受発注の電子化などがあります。

B2B で取引される対象としては、商材から事務用品、人材派遣など、多岐にわたります。電子商取引の市場の大半は**B2B** であると言われています。

B2B における電子商取引は、従来専用線を介した方式が主流でしたが、最近ではインターネットを通じた製品見積もりや受発注も盛んになってきています。

資材調達の際に、必要とする資材の一覧を自社のホームページに公開し、納入希望業者がそれを見て入札するという方式を採用している企業もあります。

また最近では、不特定多数の企業が1つのWebサイトに参加して、取引相手を探す「**電子市場（eマーケットプレイス）**」が**B2B**の一つの形態として話題になっています。

電子市場を経由した取引を行うことで、調達側企業は手間をかけずに複数の企業を競争させることができるし、売り手企業は新たな取引先を見つけるチャンスが増えるなどのメリットがあります。

大手企業は納入先企業に対して、電子市場に加盟することを取引条件の一つに加えるなど、電子市場の動きは今後更に本格化しそうです。

インターネットを通じてアプリケーションソフトをレンタルする**ASP**（Application Service Provider）業者や、**B2B**取引で生じる一連のプロセスを全てシステム化して提供する**仲介業者**も存在します。

たとえば企業活動を継続していく上での経営資源として挙げられる「ヒト・モノ・カネ」を**B2B**の事業で支援している業界・企業は世の中にたくさん存在します。

- ▶ ヒト : コンサルティング（経営・会計・採用・IT）
- ▶ モノ : メーカー（部品・素材・装置）
- ▶ カネ : 金融（銀行・証券・運用・保険・VC：ベンチャーキャピタル）

ちなみに、**B2C**と**B2B**の両方の事業を展開している企業もたくさんあります。

3. **B2B2C** (BtoBtoC)

企業から他の企業経由で一般消費者取引（Business to Business to Consumer）の略語。

B2B2Cとは、商取引の形態のうち、企業が他の企業へ商品やサービスを提供し、提供を受けた側の企業がさらに一般消費者へ提供する、という取引形態のことである。

広義には「**B2C**の事業を支援する事業」という意味になりますが、狭義には「EC（電子商取引・eコマース）で消費者との取引を担う事業」になり、ECで最終的な商品の発送を担う、流通業などが一例に挙げられます。

B2B2Cは、「**B2B**」と「**B2C**」という2種類の商取引の形態からなり、**B2B**は企業間取引を指し、**B2C**は企業と一般消費者との取引を指します。

「**B2B2C**」の中間に位置する企業の役割は業種や業態によって異なり、仲介・斡旋事業者だったり、流通・宅配業者だったり、再販業者だったり、あるいは他企業が提供しているサービスのプラットフォームを利用して自社商品を一般消費者に提供する事業者だったりします。

4. C2C (CtoC)

消費者間取引、個人間取引 (Consumer to Consumer) の略語。

C2C とは、商取引の形態のうち、主に一般消費者どうしの売買・取引を扱う形態のことです。

従来の実店舗の世界では、**C2C** はフリーマーケットのような一部の例を除けば類例は稀でしたが、インターネットと電子商取引が発展・普及したことによって、一般的な取引形態となったといえます。

C2C の典型的な例としては「インターネットオークション」が挙げられることが多くなりました。

他にも、個人が作成したハンドメイド雑貨を販売する「Etsy」やアマチュア画家の作品を販売する「ART-Meter」のようなイーマーケットプレイス、「ココナラ」のように物品の売買ではなくスキルをサービスとして出品するサービスなど、オンラインの **C2C** サービスの内容も多様化しつつあります。

最近では、モバイル端末を使用してクレジットカード決済が可能な「Square」「PayPal Here」などのツールも登場し、実世界で **C2C** が実現しやすくなる環境が整いつつあります。

5. O2O (OtoO)

オンライン to オフライン (Online to Offline) の略語。

O2O とは、主に E コマースの分野で用いられる用語で、オンラインとオフラインの購買活動が連携し合うこと、または、オンラインでの活動が実店舗などでの購買に影響を及ぼすことです。

O2O の例としては、オンラインで商品価格や仕様を調べた上で店舗におもむき店頭で商品を購入する。

オンラインで配布されるクーポンを実店舗で使用する。店頭で用意された情報源からオンラインに接続して商品やサービスの詳細情報にアクセスする、位置情報と連動させて近場の店舗の情報を発信する、といった行動を挙げることができます。

「**O2O**」の語で指し示される行動（商取引の流れ）そのものは、特に目新しい考え方ではなく、むしろ EC の黎明期からすでにある構想のひとつであるといえます。かつては「クリック&モルタル」といった言葉で、オンラインと実店舗との連携・融合が語られていた。2010 年前後から **O2O** が現実的な手段として活用され始め、改めて注目を集めるようになりました。

たとえばクーポンの共同購入サービス。ネット（オンライン）で購入して、店舗（オフライン）でクーポンを使う、というように連携しています。

通販サイト（オンライン）で購入した商品を最寄りの店舗（オフライン）で引き取ることができるサービスも **O2O** と言えます。今後はスマートフォンの位置情報を活用した **O2O** サービスも増えていくことでしょう。また、アマゾンがセブンイレブンなどのコンビニで受け取れるサービスも行っています。

6. EC（電子商取引）の歴史（日本編）（※海外の中国やインドとの比較は、次々回に行います）

日本のECの普及は、インターネット回線の一般家庭の普及が米国より遅れたこと、また、日本人のクレジットカードの普及率と利用率も欧米と比較して低いことから、遅れたと考えられます。

- ① 黎明期（れいめいき）・・・（新しい文化・時代などが始まろうとする時期）
日本のECのパイオニアは1993年、家電量販店で、インターネットで洋書の販売を開始した。
- ② 拡大期（2000年～2005年）
価格.com等のサイトの登場によりユーザーの検索コストが下がり、ユーザーの欲しい製品が安くネットで購入できるようになった。Amazon japanも強化され、市場競争は激化していった。
- ③ 普及期（2006年～2010年）
zozotown等のファッションコマースが次々に立ち上がり、若干ではあるがリアルで購入される製品がネットでも購入されるようになった。（洋服は着ないと判らないの文化が壊れた）
- ④ リアルとのシナジー（2010年～現在）
スマートフォンの普及により、PCとスマートフォンデバイスの融合という技術が生まれた。カードをネットとリアルで使用することで、顧客の購買行動が分かるようになり、さらに、購買行動を分析することで、最適な製品や広告を最適なタイミングで透過できるようになりつつあり、いろいろな角度から試行錯誤しながら発展しています。

これまでの10年の間に、B2B2CやC2CやO2Oというような新しい取引の形を作ることに貢献したITやインターネットなどで、これからの10年ではどういった取引の形を作っていくのか？

では、今後のEコマースでの情報の流れは、どのようなことが予想されるのか？

・・・ 別途探求してみましよう。

