

(仮訳)以下は、シンガポール情報通信開発庁(IDA)が2002年3月6日に発表した、2001年第一4半期から第三4半期までのシンガポールにおける電子商取引に関する報道発表・調査報告書を仮訳したものです。

(報告書要旨:報道発表)

2002年3月6日シンガポールにて、

**産業界が最新の電子商取引の傾向と発展状況を常に入手出来るように、IDAが四半期毎に発表する。**

2001年の第一4半期から第三4半期のB2B、B2C取引額の伸び

1. 産業界は、シンガポールの電子商取引がどのように動いているのか、定期的に最新情報を入手したいと考えている。今月初め、IDAがガートナー・グループに調査を依頼していた、シンガポールのB2B及びB2C電子商取引市場に関する4半期報告書を、IDAは発表する。

2. 本日、発表された調査結果は、2001年の第一4半期から第三4半期までのシンガポールにおける電子商取引の状況を示している。調査結果は、シンガポールの電子商取引の売上高が、2001年の第一4半期から第三4半期まで堅調に成長していることを示している。このことは、企業が景況感が悪化しているにも関わらず、インターネット技術を梃子として、革新的なビジネス・モデルに取り組み続けていることを明示している。同様に、消費者の電子商取引への支出は、2001年の第一4半期から第三4半期まで13%の成長を示し、堅調のまま推移している。

## 主要調査結果

### B2B電子商取引売上高

3. 取引件数は変動が無いにも関わらず、B2B売上高は第一4半期の235.3億シンガポールドルから第三4半期の195.4億シンガポールドルへと25%増加した。2001年第二4半期と第三4半期の売上高は、第一4半期に企業が予測した金額をそれぞれ4%、6%上回った。

4. 小売業の売上高は、第一4半期の68.4億シンガポールドルから第三4半期の114.9億シンガポールドルへと過去最高の成長率を記録している。一方、製造業の売上高は、同時期、30.4億シンガポールドルから16.7億米ドルへと45%減少している。小売業及び金融業がB2B電子商取引の70%以上を占めており、それぞれ全体に占める割合は38.9%、34.7%となっている。

5. インターネットの普及とそれを利用する取引費用の安さから、第一4半期と第三4半期を比較すると、B2B電子商取引はよりオープン・ネットワークで行われる傾向にある。

6. シンガポール企業は、2001年の第三4半期の全売上高の内、18%を電子商取引から得ており、その割合は、オーストラリアの16%、香港の16%、台湾の14%、韓国の11%より高い。

## B2C電子商取引売上高

7. 第二4半期から第三4半期のB2C電子商取引売上高は6%減少したが、第一4半期の573百万シンガポールドルから第三4半期の648百万シンガポールドルへと全体では売上高が13%増加した。取引件数も同時期、21%増加した。第二4半期のB2C売上高は、第一4半期の企業予測よりも6%多かったが、第三4半期の売上高は第一4半期の企業予測を1百万シンガポールドル下回った。

8. 金融業の売上高が、2001年第一4半期から第三4半期へ25%の増加と過去最高の成長率を記録しており、第三4半期のB2C電子商取引の62%を占めている。小売業の占める割合は2番目であり、全売上高の14%を占めている。製造業は51%の減少を記録した。

9. B2B同様、シンガポール企業は、2001年第三4半期の全売上高の内、16%を電子商取引から得ており、その割合は、オーストラリアの11%、香港の7%、台湾の12%、韓国の9%より高い。

## 結論

10. アジア太平洋地域が、海外向けB2B及びB2C電子商取引の主要取引市場であり、半分以上の取引を占めている。アジア太平洋地域の主要取引相手国は、オーストラリア、香港、日本、マレーシアである。アメリカは、海外売上高の最大の市場国である。

11. 昨今の経済状況に関わらず、シンガポールの電子商取引の概況は活発なままであることを、調査結果は示している。昨今の市況観の悪化から、第四4半期の電子商取引売上高の伸びは控えめと予想される。第四4半期のB2B取引金額は第三4半期対比1%伸びて299.2億シンガポールドルとなり、B2C取引金額は第三4半期対比4%増加して670百万シンガポールドルになる、と調査結果は示している。

12. 「企業はインターネットをビジネス・プランやビジネス戦略の主要部分として受け入れるようになってきているので、4半期毎の調査結果は企業の計画立案を支援する上で、最新の指標を与えることになる。調査結果に表れた上昇傾向を見て、更に多くの企業がオンライン技術の潜在力を企業活動の変革に活用することをIDAは希望している。」とIDAオンライン開発グループ担当の長官補佐Kaizad博士が述べた。

13. 調査報告書の概要は、IDAのホームページの”Infocomm facts & Figures”で閲覧可能。

(報告書本文)

## シンガポールにおける電子商取引に関する調査報告書

2001年／第一4半期～第三4半期

### 1. 序論

- ・ 4半期毎の電子商取引調査は、シンガポールの電子商取引の発展に関し、産業界に最新の統計を提示することを目的としている。
- ・ 第一回目の試験的調査は、2001年の第一4半期の統計を得るために、2001年4月に実施された。第二4半期と第三4半期を対象とする第二回調査は、2001年11月から2002年2月にかけて実施された。

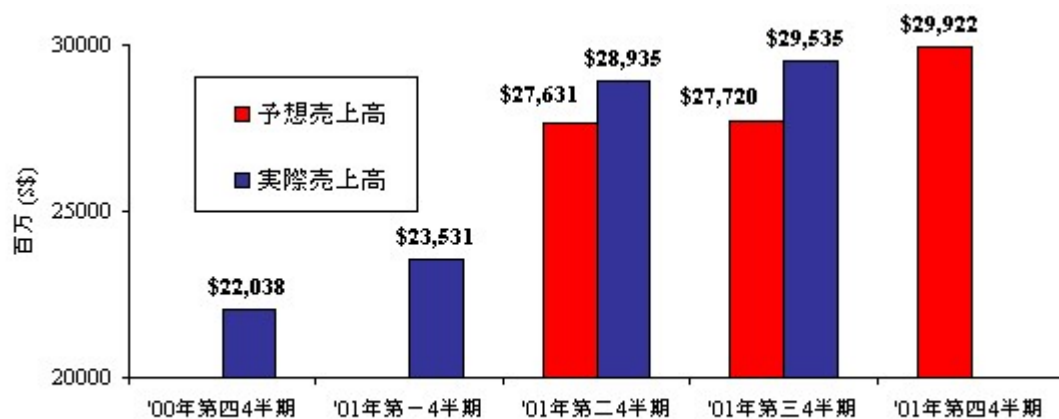
- ・ データは、今後、4半期毎に提供される。

## 2. 主要調査結果

- ・ シンガポールのB2Bの売上高は、第一4半期の230億シンガポールドルから第三4半期(2001年7月から9月)の290億シンガポールドルへと26%増加した。
- ・ シンガポールのB2Cの売上高は、第一4半期の573百万シンガポールドルから第三4半期(2001年7月から9月)の648百万シンガポールドルへと13%増加した。
- ・ 2001年の第二4半期及び第三4半期のB2B及びB2Cの売上高は、2001年3月の企業予測を上回った。
- ・ 2001年通年では、B2Bの売上総額は1,120億シンガポールドル、B2Cの売上総額は15.8億シンガポールドルと予測される。これは、IDAの年間予測通りである。
- ・ 2001年第一4半期と比較すると、第三4半期は、B2B電子商取引がオープン・ネットワークで取引される割合が増えた。

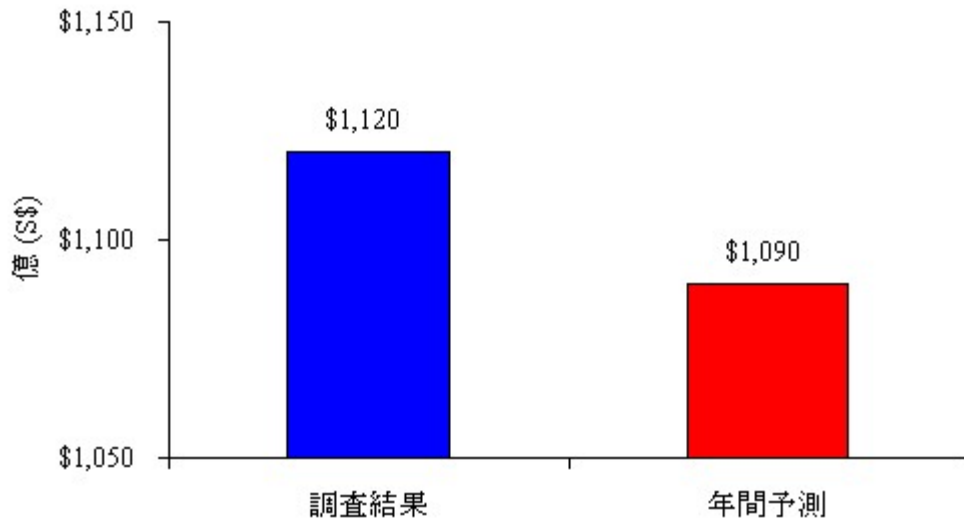
## 3. B2B売上高

- ・ シンガポールのB2B売上高は、2001年第一4半期の230億シンガポールドルから、第三4半期の290億シンガポールドルへと堅調な割合で増加している。
- ・ 2001年の第二4半期及び第三4半期の実際売上高は、2001年第一4半期の調査時に集計された予想売上高よりも多かった。



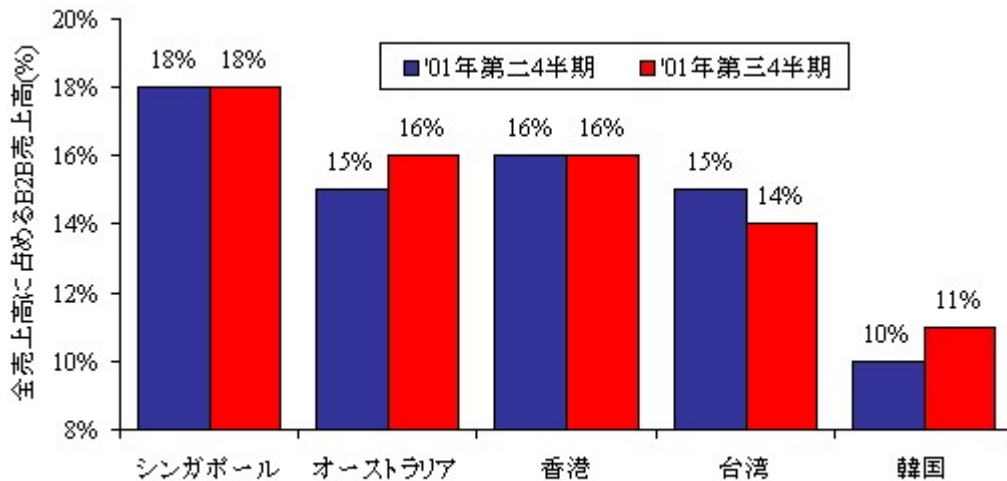
## 4. 2001年B2B総売上高

- ・ 4半期毎の調査の結果、2001年B2B総売上高は、年間予測を上回った。



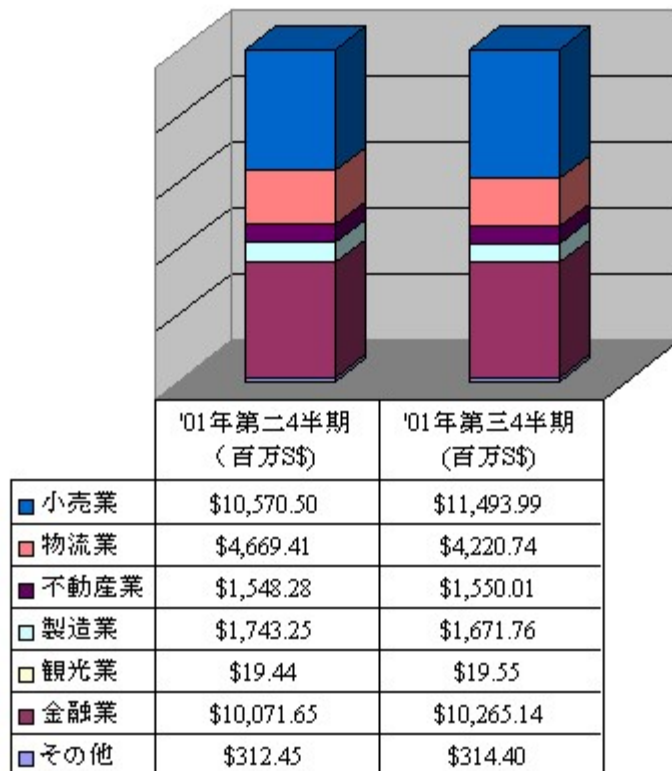
#### 5. 全売上高におけるB2B電子商取引売上高の割合

- ・ シンガポール企業は、2001年の第二4半期及び第三4半期の全売上高の内、18%を電子商取引から得ており、その割合は、オーストラリア、香港、台湾、韓国より高い。



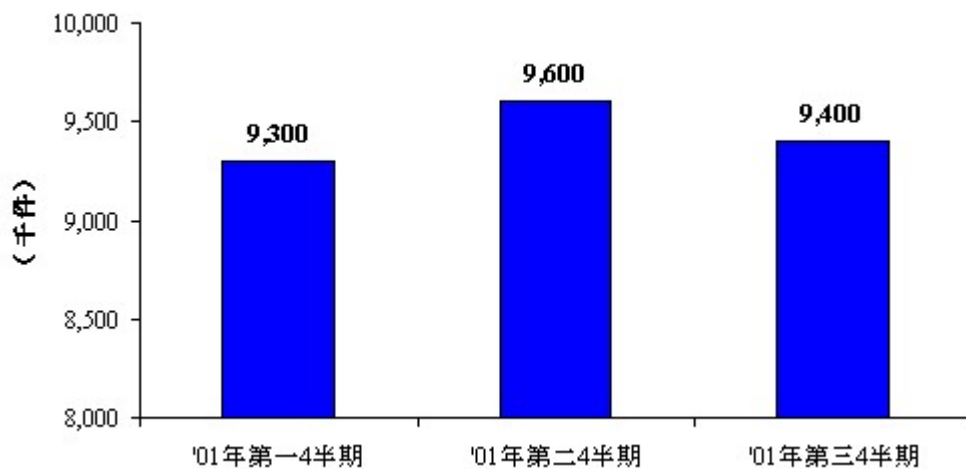
#### 6. 産業別B2B電子商取引

- ・ 小売業及び金融業がB2B電子商取引の70%以上を占めており、それぞれ全体に占める割合は38.9%、34.7%となっている。
- ・ 小売業の売上高は、第一4半期の68.4億シンガポールドルから第三4半期の114.9億シンガポールドルへと過去最高の成長率を記録している。一方、製造業の売上高は、同時期、30.4億シンガポールドルから16.7億米ドルへと減少している。



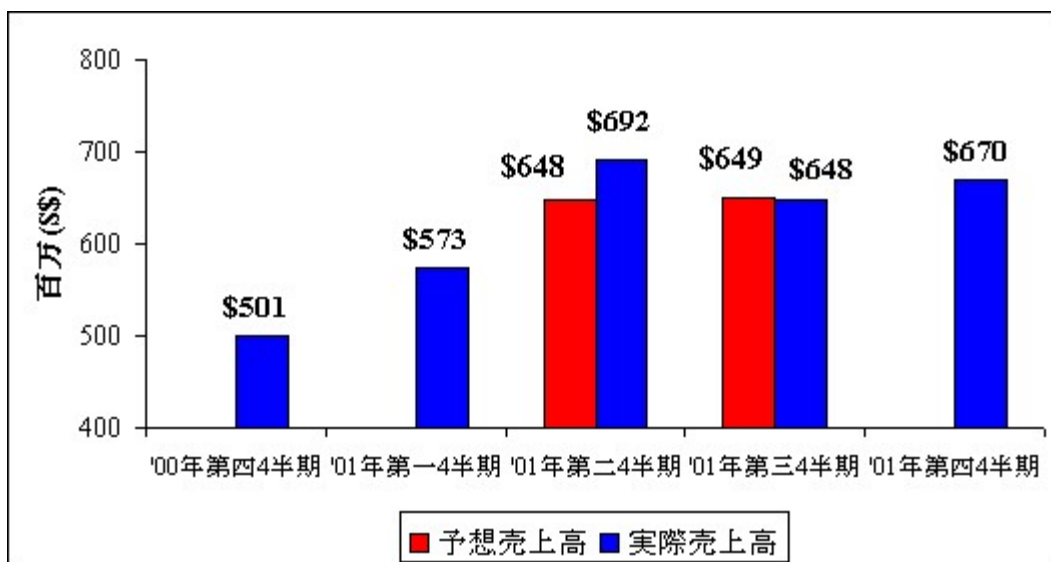
#### 7. B2B取引件数

- ・取引件数は2%減少したが、第一4半期から第三4半期のB2B売上高は増加した。



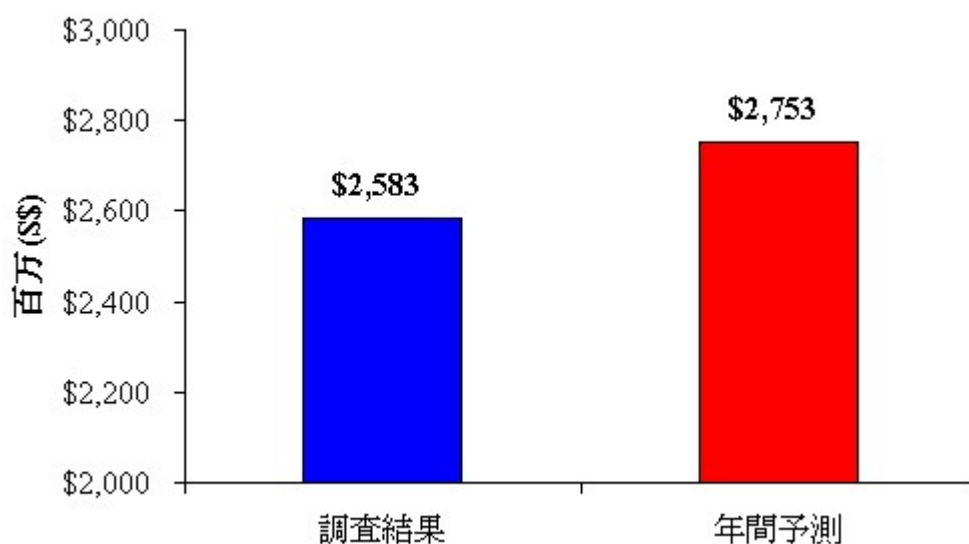
#### 8. B2C売上高

- ・ B2C売上高は、2001年の第二4半期から第三4半期では6%減少したが、第一4半期の573百万シンガポールドルから第三4半期の648百万シンガポールドルへと13%増加した。
- ・ 第二4半期から第三4半期の売上高は、第一4半期に基づく、企業予想である。



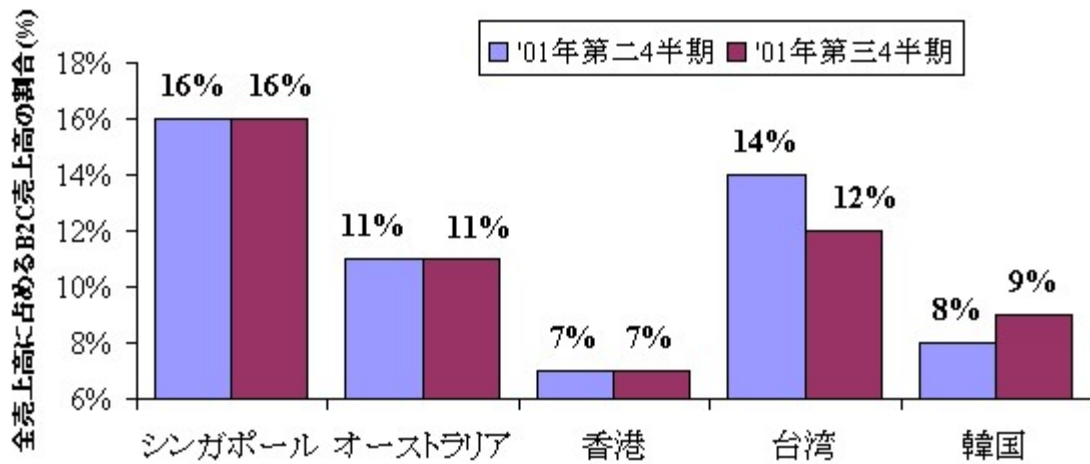
### 9. 2001年のB2C総売上高

- ・4半期毎の調査の結果、2001年のB2C総売上高は年間予想通りとなる見込みである。



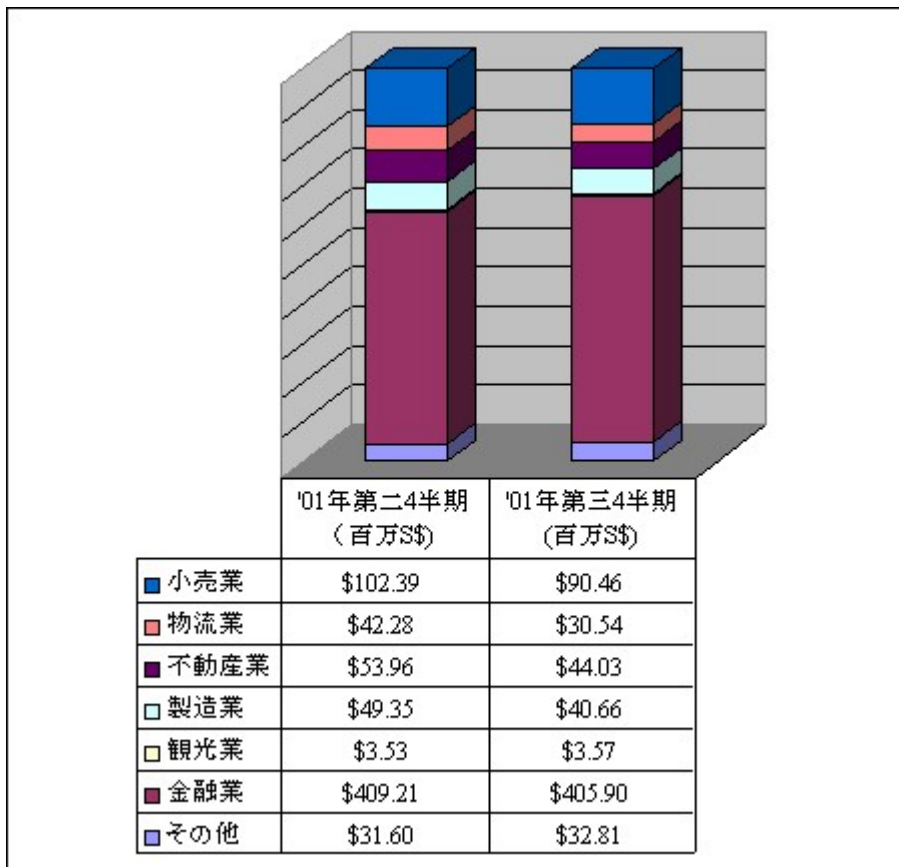
### 10. 全売上高におけるB2C電子商取引売上高の割合

- ・シンガポール企業は、2001年の第二四半期及び第三四半期の全売上高の内、16%を電子商取引から得ており、その割合は、オーストラリア、香港、台湾、韓国より高い。



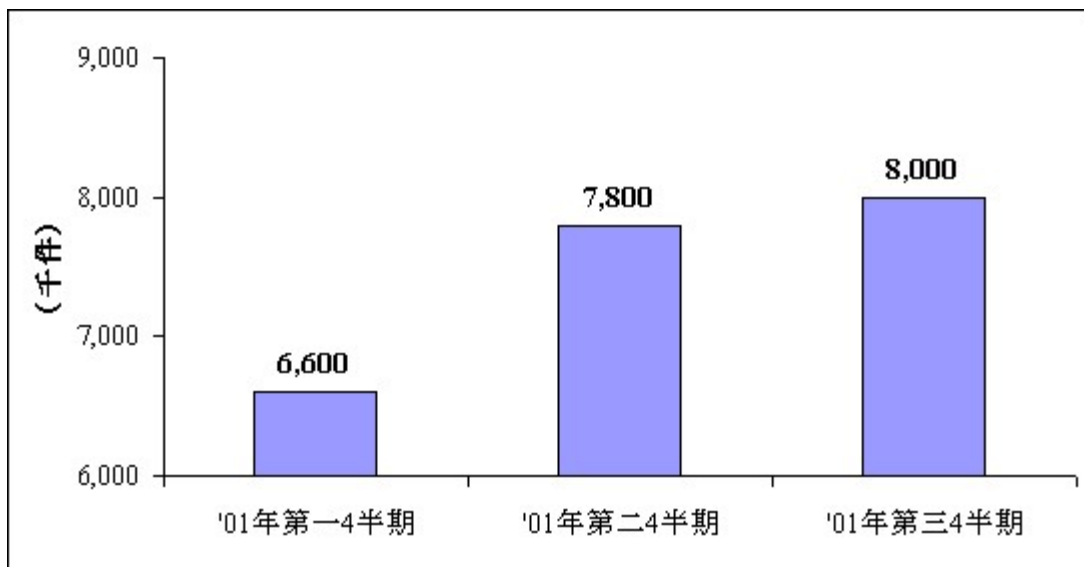
### 11. 産業別B2C電子商取引

- ・ 金融業の売上高が、2001年第一4半期から第三4半期へ25%の増加と過去最高の成長率を記録しており、第三4半期のB2C電子商取引の62%を占めている。
- ・ 小売業の占める割合は2番目であり、全売上高の14%を占めている。
- ・ 製造業は第一4半期から第三4半期へ51%の減少を記録した。



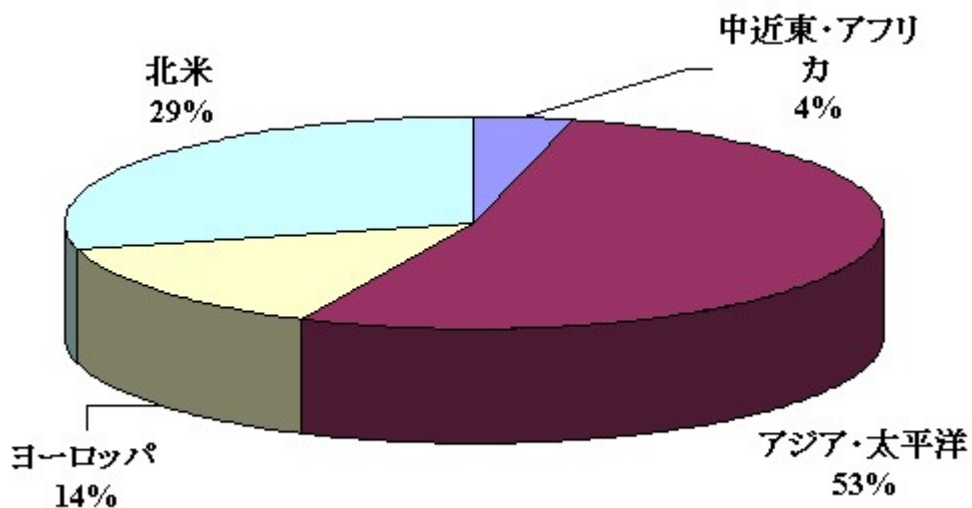
### 12. B2C取引件数

- ・ 第二4半期から第三4半期の売上高は6%減少したが、B2C取引件数は増加した。



### 13. 電子商取引の海外市場

- ・ アジア太平洋地域が、B2B・B2C海外電子商取引の主要市場である。
- ・ アジア太平洋地域の主要取引国は、マレーシア、オーストラリア、日本、香港である。
- ・ アメリカは、海外売上高の最大の市場国である。



### 14. 定義

- ・ B2B電子商取引: 企業間電子商取引とは、コンピューターを媒介とする、排他的なネットワーク(例、BookNet、ShopNet、MIPS)、若しくは、コンピューターを媒介とする、オープンなネットワーク(例、インターネット、Singapore ONE)、を通じてなされる全ての商取引を指す。商品やサービスに対する、代金支払いや配達は、オンライン・オフラインの何れかでなされる。(注意事項: 外国為替取引、先物取引、デリバティブ(派生商品)取引、代金支払い、不成立であったオンライン入札、GIRO(銀行引き落とし)、銀行間決済、その他金融取引は、B2B電子商取引に含まれない。)



- ・ B2C電子商取引：企業・消費者間電子商取引とは、オープンなネットワーク(例、インターネット、Singapore ONE)を通じて行われる全ての小売取引を指す。商品やサービスの消費者への直接販売を含む。(注意事項:オフラインで行われた取引のオンラインでの代金支払い(若しくは、資金の振り替え)、不成立であったオンライン入札、はB2C電子商取引に含まれない。)

以上