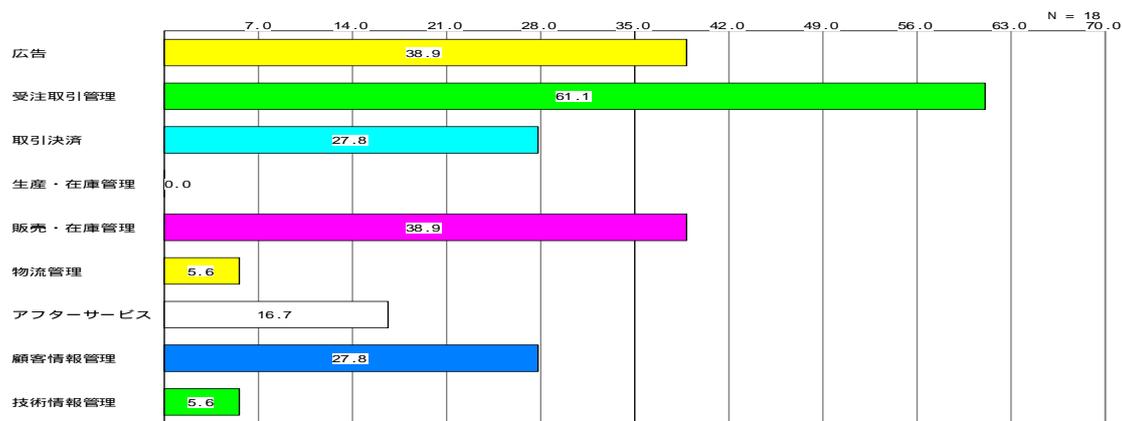


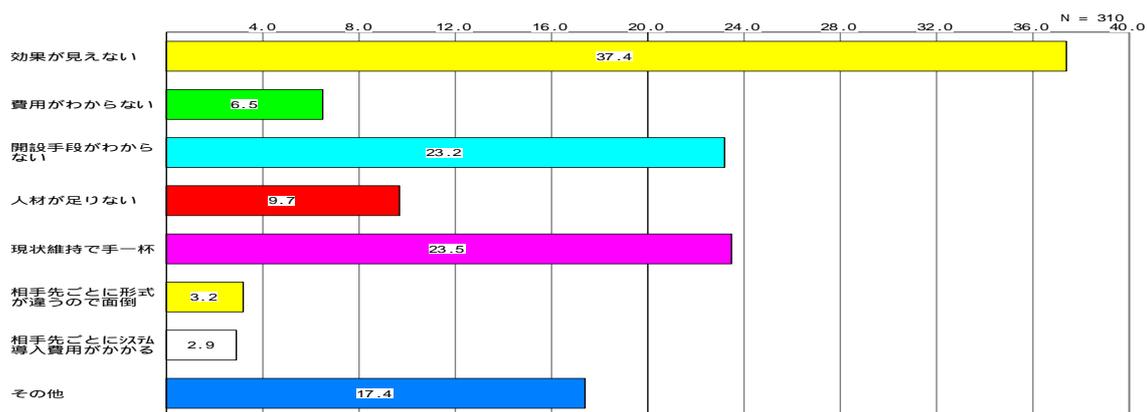
s . 対消費者電子商取引 (B t o C) の内容

受注取引管理が61.1%と最も多く、次いで広告および販売・在庫管理がともに38.9%となっている。



t . 企業間電子取引 (B t o B) や対消費者電子商取引 (B t o C) を行わない理由

効果が見えないが37.4%と最も多く、次いで現状維持で手一杯23.5%、開設手段がわからない23.2%となっている。各企業に応じて、ECの有用性を啓発するとともに、技術支援が必要である。



u . 今後1年以内に始める予定のもの

新たに始める予定は無いが94.1%と圧倒的に多く、次いで企業間電子取引 (B t o B) 3.5%、対消費者電子商取引 (B t o C) 2.9%となっている。

