

2020年7月22日

## 電子商取引に関する市場調査の結果を取りまとめました

**【2020年8月7日発表資料差し替え】訂正表に掲載の部分につきまして誤りがございましたので修正します。**

経済産業省は、「令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）」を実施し、日本の電子商取引市場の実態等について調査し取りまとめました。

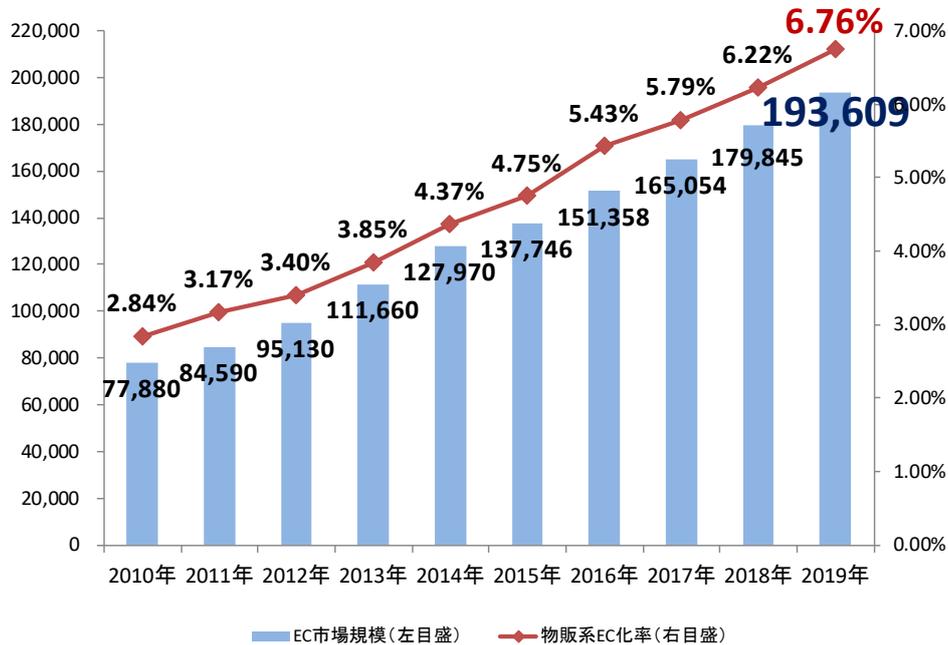
### 1.調査結果概要

#### (1)国内電子商取引市場規模（BtoC及びBtoB）

令和元年の日本国内のBtoC-EC（消費者向け電子商取引）市場規模は、19.4兆円（前年18.0兆円、前年比7.65%増）に拡大しています。また、令和元年の日本国内のBtoB-EC（企業間電子商取引）市場規模は353.0兆円（前年344.2兆円、前年比2.5%増）に拡大しています。

また、EC化率<sup>※1</sup>は、BtoC-ECで6.76%（前年比0.54ポイント増）、BtoB-ECで31.7%（前年比1.5ポイント増）と増加傾向にあり、商取引の電子化が引き続き進展しています。

日本の BtoC-EC 市場規模の推移(単位:億円)



また、BtoC-EC 市場規模を分野別にみると、下表のとおりとなります。

BtoC-EC市場規模および各分野の構成比率

	2018年	2019年	伸び率
A. 物販系分野	9兆2,992億円 (EC化率 6.22%)	10兆515億円 (EC化率 6.76%)	8.09%
B. サービス系分野	6兆6,471億円	7兆1,672億円	7.82%
C. デジタル系分野	2兆382億円	2兆1,422億円	5.11%
総計	17兆9,845億円	19兆3,609億円	7.65%

#### A.物販系分野

物販系分野の市場規模の内訳をみると、「衣類・服装雑貨等」(1兆9,100億円)、「食品、飲料、酒類」(1兆8,233億円)、「生活家電、AV機器、PC・周辺機器等」(1兆8,239億円)が大きな割合を占めています。

また、EC化率については、「事務用品、文房具」(41.75%)、「書籍、映像・音楽ソフト」(34.18%)、「生活家電、AV機器、PC・周辺機器等」(32.75%)において高い値となっています。

物販系分野のBtoC-EC市場規模

分類	2018 年		2019 年	
	市場規模 (億円)	EC 化率 (%)	市場規模 (億円)	EC 化率 (%)
① 食品、飲料、酒類	16,919 (8.60%)	2.64%	18,233 (7.77%)	2.89%
② 生活家電、AV 機器、PC・ 周辺機器等	16,467 (7.40%)	32.28%	18,239 (10.76%)	32.75%
③ 書籍、映像・音楽ソフト	12,070 (8.39%)	30.80%	13,015 (7.83%)	34.18%
④ 化粧品、医薬品	6,136 (8.21%)	5.80%	6,611 (7.75%)	6.00%
⑤ 生活雑貨、家具、インテ リア	16,083 (8.55%)	22.51%	17,428 (8.36%)	23.32%
⑥ 衣類・服装雑貨等	17,728 (7.74%)	12.96%	19,100 (7.74%)	13.87%
⑦ 自動車、自動二輪車、パ ーツ等	2,348 (7.16%)	2.76%	2,396 (2.04%)	2.88%
⑧ 事務用品、文房具	2,203 (7.57%)	40.79%	2,264 (2.76%)	41.75%
⑨ その他	3,038 (9.31%)	0.85%	3,228 (6.26%)	0.92%
合計	<b>92,992</b> <b>(8.12%)</b>	<b>6.22%</b>	<b>100,515</b> <b>(8.09%)</b>	<b>6.76%</b>

B.サービス系分野

サービス系分野の市場規模の内訳をみると、「旅行サービス」(3兆8,971億円)が大きな割合を占めています。

### サービス系分野のBtoC-EC市場規模

分類	2018年	2019年
	市場規模 (億円)	市場規模 (億円) ※下段：昨年比
① 旅行サービス	37,186 (10.27%)	38,971 (4.80%)
② 飲食サービス	6,375 (41.61%)	7,290 (14.34%)
③ チケット販売	4,887 (6.34%)	5,583 (14.25%)
④ 金融サービス	6,025 (▲0.79%)	5,911 (▲1.90%)
⑤ 理美容サービス	4,928 (17.67%)	6,212 (26.06%)
⑥ その他（医療、保険、住居関連、教育等）	7,070 (9.00%)	7,706 (9.00%)
合計	66,471 (11.59%)	71,672 (7.82%)

### C. デジタル系分野

デジタル系分野の市場規模の内訳をみると、「オンラインゲーム」(1兆3,914億円)が大きな割合を占めています。

### デジタル系分野のBtoC-EC市場規模

分類	2018年	2019年
	市場規模 (億円)	市場規模 (億円) ※下段：昨年比
① 電子出版（電子書籍・電子雑誌）	2,783 (7.57%)	3,355 (20.58%)
② 有料音楽配信	645 (12.51%)	706 (9.56%)
③ 有料動画配信	1,477 (12.00%)	2,404 (62.76%)

④	オンラインゲーム	14,494 (3.00%)	13,914 (▲4.00%)
⑤	その他	984 (6.00%)	1,043 (6.00%)
合計		20,382 (4.64%)	21,422 (5.11%)

## (2)国内電子商取引市場規模(CtoC)

近年、EC チャンネルの一つとして個人間 EC(CtoC-EC)が急速に拡大していることを踏まえ、平成 28 年から、CtoC-EC 市場規模推計を実施しています。

令和元年の CtoC-EC の市場規模は 1 兆 7,407 億円(前年比 9.5%増)と推計されています。

CtoC-EC推定市場規模(単位:億円)

	2018 年	2019 年	伸び率
CtoC-EC	1 兆 5,891 億円	1 兆 7,407 億円	9.5%

## (3)日本・米国・中国の3か国間における越境電子商取引の市場規模

令和元年において、日本・米国・中国の 3 か国間における越境 EC の市場規模は、いずれの国の間でも増加しました。なお、中国消費者による日本事業者からの越境 EC 購入額は 1 兆 6,558 億円(前年比 7.9%増)、米国事業者からの越境 EC 購入額は 2 兆 94 億円(前年比 16.3%増)であり、昨年に引き続き増加しています。

日本・米国・中国 3 カ国の越境 EC 市場規模

国	越境 EC 購入額	伸び率
日本	3,175 億円	14.8%
米国	1 兆 5,570 億円	11.8%
中国	3 兆 6,652 億円	12.3%

## 2.電子商取引に関する市場調査について

本調査は、電子商取引市場動向や利用者実態を調査したものであり、平成 10 年度から毎年実施し、今回で 22 回目となります。

日本国内の BtoC-EC、BtoB-EC、CtoC-EC の市場規模に加え、越境 EC の消費者向け市場動向(日本、米国及び中国相互間)について、調査を実施しております。

※1 本調査におけるEC化率とは、全ての商取引金額(商取引市場規模)に対する、電子商取引市場規模の割合を指します。EC化率の算出対象は、BtoC-ECにおいては物販系分野とし、BtoB-ECにおいては業種分類上「その他」以外とされた業種としています。

本調査の詳細については、以下の資料を併せて御参照ください。

<別紙> 報告書

(本発表資料のお問い合わせ先)  
商務情報政策局情報経済課長 松田  
担当者: 村瀬、佐久間  
電話:03-3501-1511(内線 3961~3)  
03-3501-0397(直通)  
03-3501-6639(FAX)