

2022年8月12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

経済産業省は、「令和3年度デジタル取引環境整備事業(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)

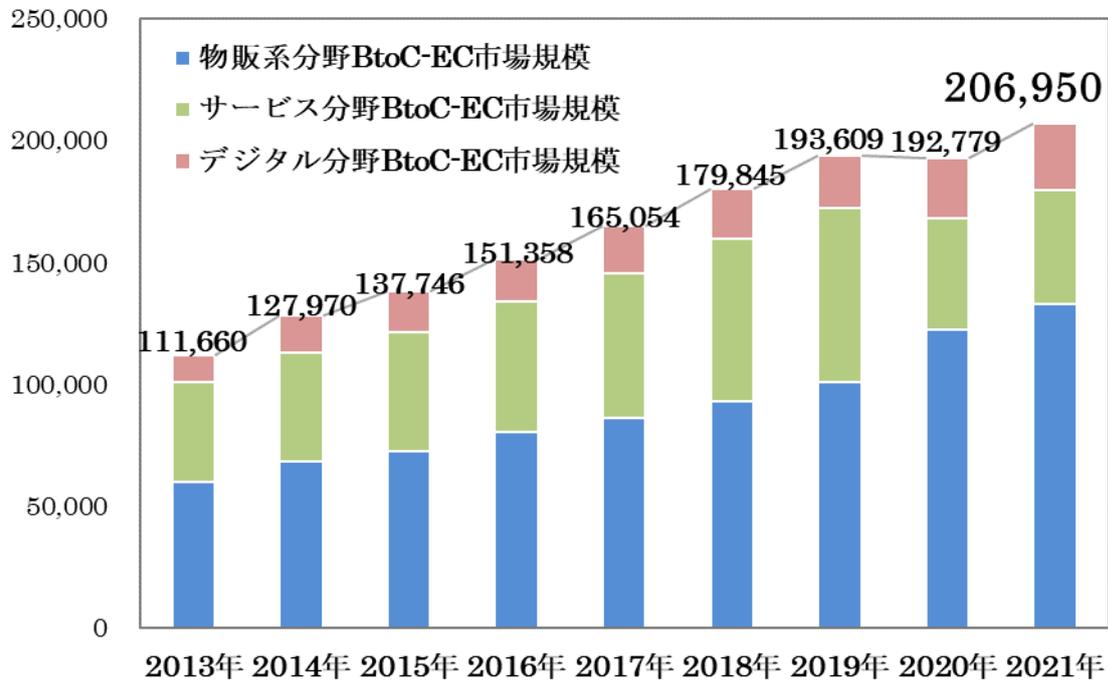
令和3年の日本国内のBtoC-EC(消費者向け電子商取引)市場規模は、20.7兆円(前年19.3兆円、前々年19.4兆円、前年比7.35%増)に拡大しています。また、令和2年の日本国内のBtoB-EC(企業間電子商取引)市場規模は372.7兆円(前年334.9兆円、前々年353.0兆円、前年比11.3%増)に増加しました。

なお、令和元年における日本国内BtoC-EC市場規模は19.4兆円、日本国内BtoB-EC市場規模は350.0兆円であったところ、令和3年における日本国内のBtoC-EC及びBtoB-EC市場規模は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響が強まる前の令和元年における市場規模を超したと評価できます。

※令和2年には新型コロナウイルスの感染症拡大の対策として、外出自粛の呼びかけ及びECの利用が推奨された結果、物販系分野の大幅な市場規模拡大につながった一方、主として旅行サービスの縮小に伴い、サービス系分野の市場規模が大幅に減少しました。その結果、物販系分野の大幅な伸長分とサービス系分野の大幅な減少分が相殺され、令和2年の日本国内BtoC-EC市場規模全体としては、前年より830億円の減少となりました。

また、EC化率※1は、BtoC-ECで8.78%(前年比0.7ポイント増)、BtoB-ECで35.6%(前年比2.1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。

BtoC-EC 市場規模の経年推移（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 の市場規模及び各分野の伸長率

	2019年	2020年	2021年	伸長率 (2021年)
A. 物販系分野	10兆515億円 (EC化率 6.76%)	12兆2,333億円 (EC化率 8.08%)	13兆2,865億円 (EC化率 8.78%)	8.61%
B. サービス系分野	7兆1,672億円	4兆5,832億円	4兆6,424億円	1.29%
C. デジタル系分野	2兆1,422億円	2兆4,614億円	2兆7,661億円	12.38%
総計	19兆3,609億円	19兆2,779億円	20兆6,950億円	7.35%

A. 物販系分野

物販系分野の BtoC-EC 市場規模の内訳をみると、「食品、飲料、酒類」(2兆5,199億円)、「生活家電・AV 機器・PC・周辺機器等」(2兆4,584億円)、「衣類・服装雑貨等」(2兆4,279億円)、「生活雑貨、家具、インテリア」(2兆2,752億円)の割合が大きく、これらの上位4カテゴリ合計が2兆円を突破するとともに、物販系分野の73%を占めています。

新型コロナウイルス感染症拡大に伴う巣ごもり消費の影響で令和2年には物販系分

野の BtoC-EC 市場規模の大幅な拡大が見られたところ、令和3年は消費者の間で徐々に外出機会が回復したにも関わらず、物販系分野の BtoC-EC 市場規模が引き続き増加しています。これは、EC の利用が消費者の間で徐々に定着しつつあることの証左と考えられます。令和3年における物販系分野の BtoC-EC 市場規模は令和2年に比べると伸びが鈍化していますが、我が国の個人消費における物品購入が概ね横ばいで推移していることを鑑みると、物販系分野の BtoC-EC 市場規模の成長率は高いと評価できるでしょう。

EC 化率については、「書籍、映像・音楽ソフト」(46.20%)、「生活家電、AV 機器、PC・周辺機器等」(38.13%)、「生活雑貨、家具、インテリア」(28.25%)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	2019年		2020年		2021年	
	市場規模 (億円) ※下段：前年比	EC化率	市場規模 (億円) ※下段：前年比	EC化率	市場規模 (億円) ※下段：前年比	EC化率
① 食品、飲料、酒類	18,233 (7.77%)	2.89%	22,086 (21.13%)	3.31%	25,199 (14.10%)	3.77%
② 生活家電、AV機器、PC・周辺機器等	18,239 (10.76%)	32.75%	23,489 (28.79%)	37.45%	24,584 (4.66%)	38.13%
③ 書籍、映像・音楽ソフト	13,015 (7.83%)	34.18%	16,238 (24.77%)	42.97%	17,518 (7.88%)	46.20%
④ 化粧品、医薬品	6,611 (7.75%)	6.00%	7,787 (17.79%)	6.72%	8,552 (9.82%)	7.52%
⑤ 生活雑貨、家具、インテリア	17,428 (8.36%)	23.32%	21,322 (22.35%)	26.03%	22,752 (6.71%)	28.25%
⑥ 衣類・服装雑貨等	19,100 (7.74%)	13.87%	22,203 (16.25%)	19.44%	24,279 (9.35%)	21.15%
⑦ 自動車、自動二輪車、パーツ等	2,396 (2.04%)	2.88%	2,784 (16.17%)	3.23%	3,016 (8.33%)	3.86%
⑧ その他	5,492 (4.79%)	1.54%	6,423 (16.95%)	1.85%	6,964 (8.42%)	1.96%
合計	100,515 (8.09%)	6.76%	122,333 (21.71%)	8.08%	132,865 (8.61%)	8.78%

B. サービス系分野

サービス系分野の BtoC-EC 市場規模の内訳をみると、「旅行サービス」(1兆4,003億円)が大きな割合を占めています。令和2年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響で「旅行サービス」、「飲食サービス」、「チケット販売」の市場規模が前年比で大きく

縮小したところ、令和3年は「チケット販売」の市場規模が回復しました。

サービス系分野の BtoC-EC の市場規模

分類	2019年	2020年	2021年
	市場規模 (億円) ※下段：前年比	市場規模 (億円) ※下段：前年比	市場規模 (億円) ※下段：前年比
① 旅行サービス	38,971 (4.80%)	15,494 (▲60.24%)	14,003 (▲9.62%)
② 飲食サービス	7,290 (14.34%)	5,975 (▲18.03%)	4,938 (▲17.36%)
③ チケット販売	5,583 (14.25%)	1,922 (▲65.58%)	3,210 (67.01%)
④ 金融サービス	5,911 (▲1.90%)	6,689 (13.17%)	7,122 (6.47%)
⑤ 理美容サービス	6,212 (26.06%)	6,229 (0.27%)	5,959 (▲4.33%)
⑥ フードデリバリーサービス		3,487	4,794 (37.48%)
⑦ その他（医療、保険、住居 関連、教育等）	7,706 (9.00%)	6,036	6,398 (6.00%)
合計	71,672 (7.82%)	45,832 (▲36.05%)	46,424 (1.29%)

C. デジタル系分野

デジタル系分野の BtoC-EC 市場規模の内訳をみると、「オンラインゲーム」(1兆6,127億円)が大きな割合を占めています。令和2年の伸び率より鈍化しているものの、「オンラインゲーム」、「有料動画配信」、「電子出版(電子書籍・電子雑誌)」市場拡大の背景には、新型コロナウイルス感染症拡大を受けた巣ごもり消費が背景にあると考えられます。

デジタル系分野の BtoC-EC 市場規模

分類	2019年	2020年	2021年
	市場規模 (億円) ※下段：前年比	市場規模 (億円) ※下段：前年比	市場規模 (億円) ※下段：前年比
① 電子出版（電子書籍・電子雑誌）	3,355 (20.58%)	4,569 (36.18%)	5,676 (24.23%)
② 有料音楽配信	706 (9.56%)	783 (10.80%)	895 (14.30%)
③ 有料動画配信	2,404 (62.76%)	3,200 (33.10%)	3,791 (18.47%)
④ オンラインゲーム	13,914 (▲4.00%)	14,957 (7.50%)	16,127 (7.82%)
⑤ その他	1,043 (6.00%)	1,105 (6.00%)	1,171 (6.00%)
合計	21,422 (5.11%)	24,614 (14.90%)	27,661 (12.38%)

(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^{※2} 推計を実施しています。

令和3年の CtoC-EC の市場規模は2兆 2,121 億円(前年比 12.9%増)と推計されました。市場規模拡大の背景には、BtoC-EC 市場同様、新型コロナウイルスの感染症拡大の影響で、インドアで楽しむエンタメ・ホビー用品の購入が増加したことが挙げられます。

CtoC-EC 推定市場規模

	2019年	2020年	2021年	伸び率 (2021年)
CtoC-EC	1兆7,407億円	1兆9,586億円	2兆2,121億円	12.90%

(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3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 2 兆 1,382 億円(前年比 9.7%増)、米国事業者からの越境 EC 購入額は 2 兆 5,783 億円(前年比 11.5%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 (2019年)	越境EC購入額 (2020年)	越境EC購入額 (2021年)	伸び率 (2021年)
日本	3,175 億円	3,416億円	3,727億円	9.10%
米国	1兆5,570億円	1兆7,108億円	2兆409億円	19.30%
中国	3兆6,652億円	4兆2,617億円	4兆7,165億円	10.70%

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 24 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。

※2 CtoC 取引は個人間に留まるものではなく、実際には BtoB、BtoC の取引も含まれていることには留意が必要であり、本市場規模はそれらも含む数値となっています。

(本発表資料のお問合せ先)

商務情報政策局 情報経済課

デジタル取引環境整備室長 日置

担当者：角銅、生稻

電話：03-3501-1511(内線 3961)

03-3501-0397(直通)

03-3501-6639(FAX)