

2023年8月31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4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。

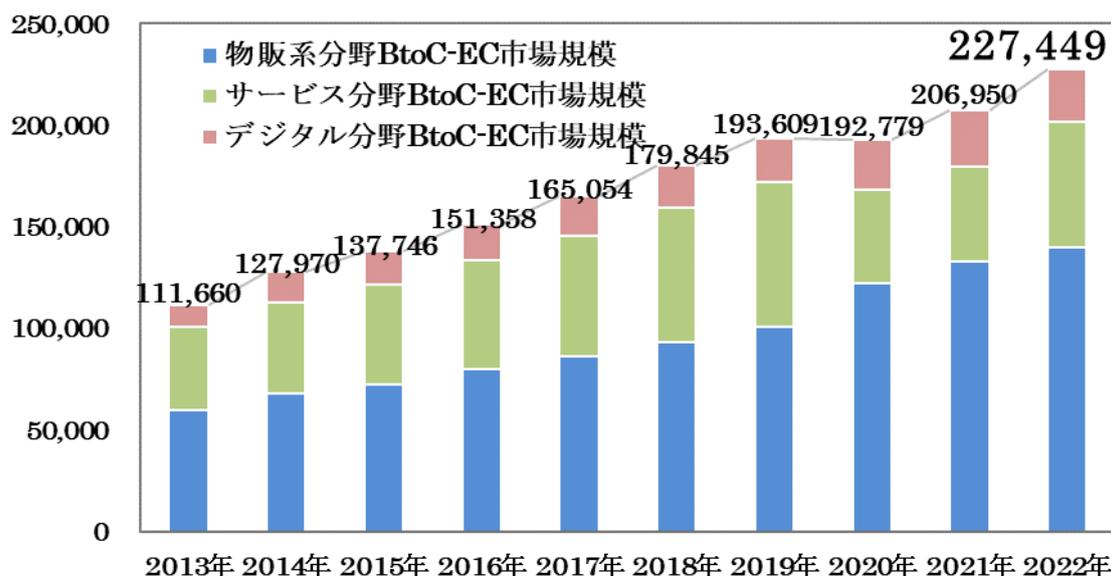
1. 調査結果概要

(1) 国内電子商取引市場規模(BtoC及びBtoB)

令和4年の日本国内のBtoC-EC(消費者向け電子商取引)市場規模は、22.7兆円(前年20.7兆円、前々年19.3兆円、前年比9.91%増)に拡大しています。また、令和4年の日本国内のBtoB-EC(企業間電子商取引)市場規模は420.2兆円(前年372.7兆円、前々年334.9兆円、前年比12.8%増)に増加しました。

また、EC化率※1は、BtoC-ECで9.13%(前年比0.35ポイント増)、BtoB-ECで37.5%(前年比1.9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増減率

	2021 年	2022 年	増減率
A. 物販系分野	13 兆 2,865 億円 (EC 化率 8.78%)	13 兆 9,997 億円 (EC 化率 9.13%)	5.37%
B. サービス系分野	4 兆 6,424 億円	6 兆 1,477 億円	32.43%
C. デジタル系分野	2 兆 7,661 億円	2 兆 5,974 億円	▲6.10%

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 7,505 億円)、「生活家電・AV 機器・PC・周辺機器等」(2 兆 5,528 億円)、「衣類・服装雑貨等」(2 兆 5,499 億円)、「生活雑貨、家具、インテリア」(2 兆 3,541 億円)の割合が大きく、これらの上位 4 カテゴリーが2兆円を超過するとともに、物販系分野の 73%を占めています。

EC 化率については、「書籍、映像・音楽ソフト」(52.16%)、「生活家電、AV 機器、PC・周辺機器等」(42.01%)、「生活雑貨、家具、インテリア」(29.59%)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	2021 年		2022 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
① 食品、飲料、酒類	25,199 (14.10%増)	3.77%	27,505 (9.15%増)	4.16%
② 生活家電、AV 機器、PC・周辺機器等	24,584 (4.66%増)	38.13%	25,528 (3.84%増)	42.01%
③ 書籍、映像・音楽ソフト	17,518 (7.88%増)	46.20%	18,222 (4.02%増)	52.16%
④ 化粧品、医薬品	8,552 (9.82%増)	7.52%	9,191 (7.48%増)	8.24%
⑤ 生活雑貨、家具、インテリア	22,752 (6.71%増)	28.25%	23,541 (3.47%増)	29.59%

⑥	衣類・服装雑貨等	24,279 (9.35%増)	21.15%	25,499 (5.02%増)	21.56%
⑦	自動車、自動二輪車、パーツ等	3,016 (8.33%増)	3.86%	3,183 (5.55%増)	3.98%
⑧	その他	6,964 (8.42%増)	1.96%	7,327 (5.22%増)	1.89%
合計		132,865 (8.61%増)	8.78%	139,997 (5.37%増)	9.13%

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」(2 兆 3,518 億円)が大きな割合を占めています。令和4年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により大幅に落ち込んでいた旅行サービス、飲食サービス、チケット販売が外出需要の増加と共に大きく回復しました。

サービス系分野の BtoC-EC の市場規模

分類	2021 年	2022 年
	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	14,003 (▲9.62%)	23,518 (67.95%)
② 飲食サービス	4,938 (▲17.36%)	6,601 (33.69%)
③ チケット販売	3,210 (67.01%)	5,581 (73.89%)
④ 金融サービス	7,122 (6.47%)	7,557 (6.11%)
⑤ 理美容サービス	5,959 (▲4.33%)	6,139 (3.01%)
⑥ フードデリバリーサービス	4,794 (37.48%)	5,300 (10.56%)
⑦ その他 (医療、保険、住居関連、教育等)	6,398 (6.00%)	6,782 (6.00%)
合計	46,424 (1.29%)	61,477 (32.43%)

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 3,097 億円)が大きな割合を占めていますが、市場規模は前年比マイナス 18.79%と減少しています。

デジタル系分野の BtoC-EC 市場規模

分類	2021 年	2022 年
	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）	5,676 (24.23%)	6,253 (10.16%)
② 有料音楽配信	895 (14.30%)	1,023 (14.27%)
③ 有料動画配信	3,791 (18.47%)	4,359 (14.98%)
④ オンラインゲーム	16,127 (7.82%)	13,097 (▲18.79%)
⑤ その他	1,171 (6.00%)	1,242 (6.00%)
合計	24,614 (14.90%)	25,974 (▲6.10%)

(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4年の CtoC-EC の市場規模は2兆 3,630 億円(前年比 6.8%増)と推計されました。

CtoC-EC 推定市場規模

	2021 年	2022 年	伸び率
CtoC-EC	2兆 2,121 億円	2兆 3,630 億円	6.8%

(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4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 2,569 億円(前年比 5.6%増)、米国事業者からの越境 EC 購入額は 2 兆 7,499 億円(前年比 6.7%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	3,954 億円	6.1%
米国	2 兆 2,111 億円	8.3%
中国	5 兆 68 億円	6.2%

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 25 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 仙田

担当者: 角銅、本多

電話: 03-3501-1511(内線 3961)

03-3501-0397(直通)

03-3501-6639(FAX)