

2025 年 8 月 26 日

令和 6 年度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 6 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。

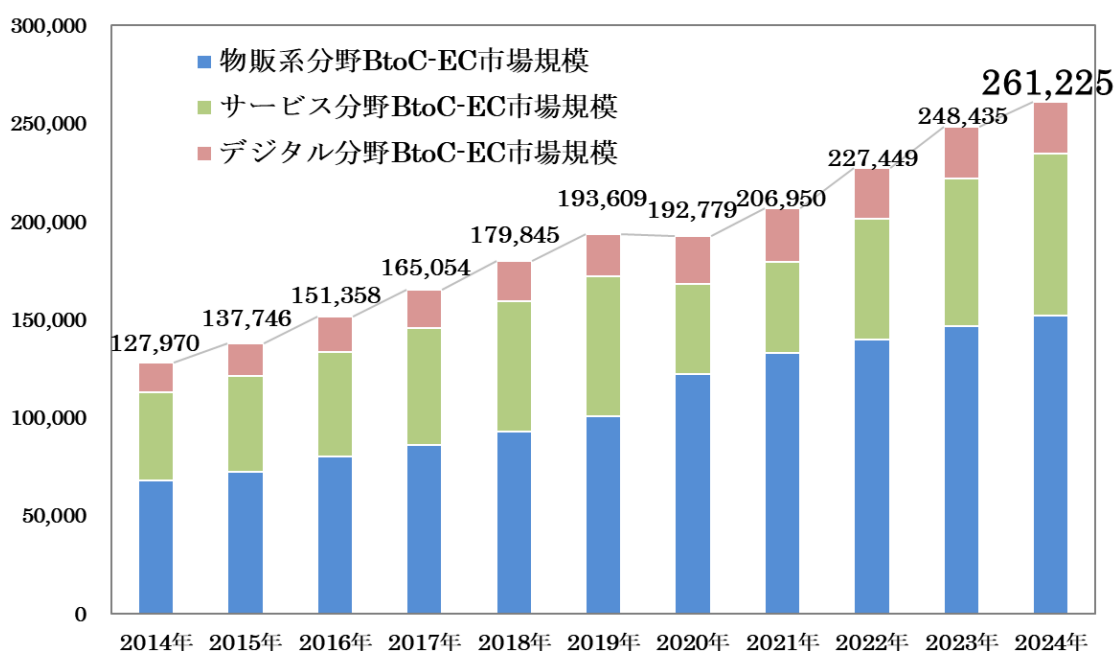
1. 調査結果概要

(1) 国内電子商取引市場規模（BtoC 及び BtoB）

2024 年の日本国内の BtoC-EC（消費者向け電子商取引）市場規模は、26.1 兆円（前年 24.8 兆円、前々年 22.7 兆円、前年比 5.1%増）に拡大しています。また、2024 年の日本国内の BtoB-EC（企業間電子商取引）市場規模は 514.4 兆円（前年 465.2 兆円、前々年 420.2 兆円、前年比 10.6%増）に増加しました。

また、EC 化率^{※1}は、BtoC-EC で 9.8%（前年比 0.4 ポイント増）、BtoB-EC で 43.1%（前年比 3.1 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増減率

	2023 年	2024 年	増減率
A. 物販系分野	14 兆 6,760 億円 (EC 化率 9.38%)	15 兆 2,194 億円 (EC 化率 9.78%)	3.70%
B. サービス系分野	7 兆 5,169 億円	8 兆 2,256 億円	9.43%
C. デジタル系分野	2 兆 6,506 億円	2 兆 6,776 億円	1.02%

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」(3 兆 1,163 億円)、「生活家電・AV 機器・PC・周辺機器等」(2 兆 7,443 億円)、「衣類・服装雑貨等」(2 兆 7,980 億円)、「生活雑貨、家具、インテリア」(2 兆 5,616 億円)の割合が大きく、これらの上位 4 カテゴリーが2兆円を超過しています。

EC 化率については、「書籍、映像・音楽ソフト」(56.45%)、「生活家電、AV 機器、PC・周辺機器等」(43.03%)、「生活雑貨、家具、インテリア」(32.58%)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（▲は減）

分類		2023 年		2024 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	29,299 (6.52%増)	4.29%	31,163 (6.36%増)	4.52%
②	生活家電、AV 機器、PC・周辺機器等	26,838 (5.13%増)	42.88%	27,443 (2.26%増)	43.03%
③	書籍、映像・音楽ソフト	18,867 (3.54%増)	53.45%	18,708 (▲0.84%)	56.45%
④	化粧品、医薬品	9,709 (5.64%増)	8.57%	10,150 (4.54%増)	8.82%
⑤	生活雑貨、家具、インテリア	24,721 (5.01%増)	31.54%	25,616 (3.62%増)	32.58%
⑥	衣類・服装雑貨等	26,712 (4.76%増)	22.88%	27,980 (4.74%増)	23.38%
⑦	自動車、自動二輪車、パーツ等	3,223 (1.26%増)	3.64%	3,336 (3.50%増)	4.16%
⑧	その他	7,391 (0.87%増)	1.91%	7,797 (5.49%増)	2.08%
合計		146,760 (4.83%増)	9.38%	152,194 (3.70%増)	9.78%

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」(3 兆 5,249 億円)が大きな割合を占めています。2024 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、金融サービスが昨年・一昨年に引き続き大きく回復しました。

サービス系分野の BtoC-EC の市場規模(▲は減)

分類		2023 年	2024 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	31,953 (35.87%増)	35,249 (10.32%増)
②	飲食サービス	8,165 (23.68%増)	9,692 (18.70%増)
③	チケット販売	6,658 (19.30%増)	7,061 (6.05%増)
④	金融サービス	8,483 (12.25%増)	9,890 (16.59%増)
⑤	理美容サービス	6,854 (11.65%増)	7,302 (6.54%増)
⑥	フードデリバリーサービス	5,868 (10.72%増)	5,442 (▲7.26%)
⑦	その他(医療、保険、住居関連、教育等)	7,189 (6.00%増)	7,621 (6.01%増)
合計		75,169 (22.27%増)	82,256 (9.43%増)

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 2,553 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 0.58%と前年比ほぼ横ばいとなっています。

デジタル系分野の BtoC-EC 市場規模（▲は減）

分類		2023 年	2024 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）	6,683 (6.87 %増)	6,722 (0.58 %増)
②	有料音楽配信	1,165 (13.87%増)	1,233 (5.84%増)
③	有料動画配信	4,717 (8.20%増)	4,873 (3.31%増)
④	オンラインゲーム	12,626 (3.60%減)	12,553 (▲0.58%)
⑤	その他	1,316 (6.00%増)	1,395 (6.00%増)
合計		26,506 (2.05%増)	26,776 (1.02%増)

(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、2016 年から、CtoC-EC 市場規模※2 推計を実施しています。

2024 年の CtoC-EC の市場規模は 2 兆 5,269 億円 (前年比 1.82%増) と推計されました。

CtoC-EC 推定市場規模

	2023 年	2024 年	伸び率
CtoC-EC	2 兆 4,817 億円	2 兆 5,269 億円	1.82%

(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

2024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2兆6,372億円(前年比8.5%増)、米国事業者からの越境EC購入額は3兆1,397億円(前年比6.0%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	4,410億円	4.8%
米国	2兆7,144億円	7.3%
中国	5兆7,769億円	7.2%

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、1998年度から毎年実施し、今回で27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 岩谷

担当者:野村、西井

電話:03-3501-1511(内線 3961)

メール:bzl-s-shojo-johokeizai★meti.go.jp

※[★]を[@]に置き換えてください。