

# 2003年の日本の電子商取引規模は70兆円超

企業間電子商取引が大きく進展

## 通産省予測、アンダーセン コンサルティングと共同調査

### 【概要】

通商産業省(機械情報産業局 電子政策課)とアンダーセン コンサルティングは、共同で日本の電子商取引規模の調査を実施、2003年の日本の電子商取引規模は、企業 - 消費者(B to C)が3兆円、企業間(B to B)が68兆円、合わせて70兆円を超えるものと予測した。日本の電子商取引の規模については、これまで通産省として公式の予測発表はなく、これが初めてのものである。調査は1998年11月から1999年3月にかけて実施した。

通産省はこの調査を今後の情報化推進、電子商取引推進に向けた政策立案の重要な基礎資料と位置づけ、今後この結果を対外的に広く使用し、また国際的にもPRしていく予定である。一方アンダーセン コンサルティングは、顧客企業へのコンサルティングにおける重要な基礎情報として使用していく予定である。

### 【範囲】

この調査は電子商取引においても、特にインターネット技術(TCP/IP技術)を用いたものに焦点を当てた。インターネット技術は電子商取引の中核をなす技術と考えられ、公衆インターネットあるいはエクストラネットは電子商取引のインフラとして米国においても、今後爆発的な拡大が予想されている。

この調査ではこのようなインターネット技術を利用した電子商取引について、企業 - 消費者間(B to C)、企業間(B to B)双方について、それぞれ10数程度の商品・サービスセグメントごとに、現在から5年後(1998年~2003年)における市場規模の予測を行った。特にB to Bについては、これまで我が国でまとまった調査がなく、初めての試みであると考えている。

### 【予測の方法】

日本の取引規模、特に現状規模は、個別企業に対するアンケート、面談により推計した。

将来値の予測は、電子商取引の促進・阻害要因をB to C、B to Bそれぞれ10~20個程度抽出し、これらの日米格差の評価結果、米国の取引規模予測値、日本の取引規模予測値とを、予測モデル上で定量的に結び付けた。

米国の取引規模予測値については、各種調査機関により発表がなされているが、調査機関によって非常に大きな差がある。このため定義の違いに起因する差などを補正し、本予測モデルへのインプットとして利用した。

【予測結果】

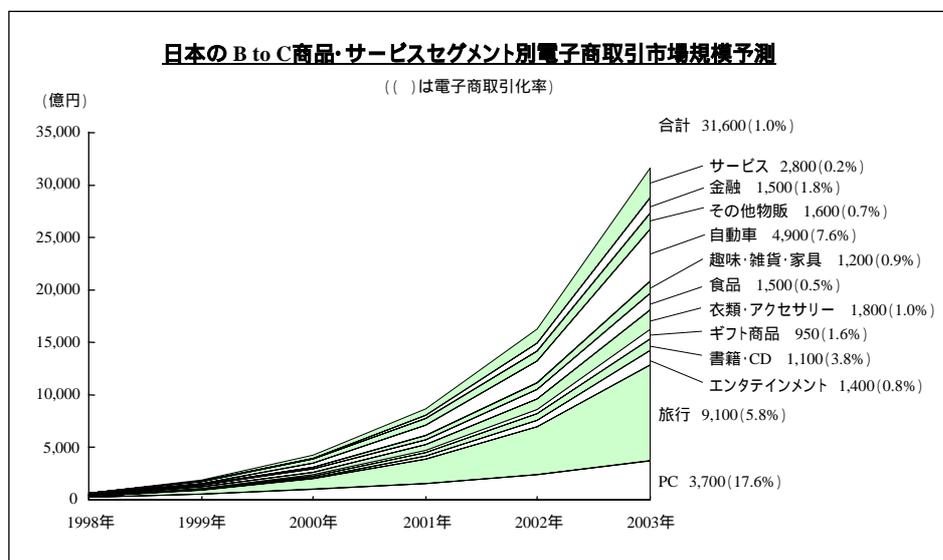
日米電子商取引規模比較				
	日本		米国	
	1998年	2003年	1998年	2003年
B-C	650億円 (0.02%)	3.16兆円 (1%)	2.25兆円 (0.4%)	21.3兆円 (3.2%)
B-B	8.62兆円 (1.5%)	68.4兆円 (11.2%)	19.5兆円 (2.5%)	165.3兆円 (19.1%)

\$ = ¥120  
( )は電子商取引化率

B to C

現在の日本における企業 - 消費者間(B to C)の電子商取引市場規模はおよそ 650 億円、これが 2003 年には、約 3 兆 1600 億円と約 50 倍に拡大すると予測する。B to C について、従来から「日本はインターネットユーザーの比率が低い」あるいは「女性ユーザーが少ない」と言われてきたが、PCの家庭への普及率の向上に加え、携帯電話、ゲーム機等、新たなインターネット接続端末が消費者に浸透してくるため、2001年頃は大きな制約ではなくなる。

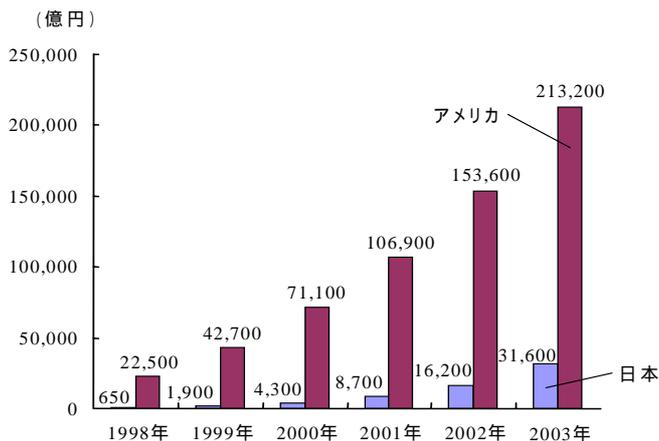
商品セグメント別に見ると、現状においては、PC、書籍・CD が先行しているが、2003 年には旅行や自動車が必要な伸びを示し、PC、書籍・CD を引き離すと見る。



米国との比較では、米国の現状の B to C 市場規模は約 2 兆 2,500 億円 (1\$=120 円で換算)、日本の約 35 倍である。2003 年の米国の B to C は約 21 兆 3200 億円に成長すると見る。

全取引に対する電子商取引化進展の割合で比較すると、現状日本は米国の約 4~5 年遅れである。米国は現在市場の急成長期を迎えており、米国に遅れること 3~4 年、2001 年以降に、日本は急成長期の入り口にさしかかると見る。このときに備えて、電子商取引による新たなメリットを消費者に提供するための、コンテンツ、インフラを整えるサプライヤー側の努力が今から必要になる。

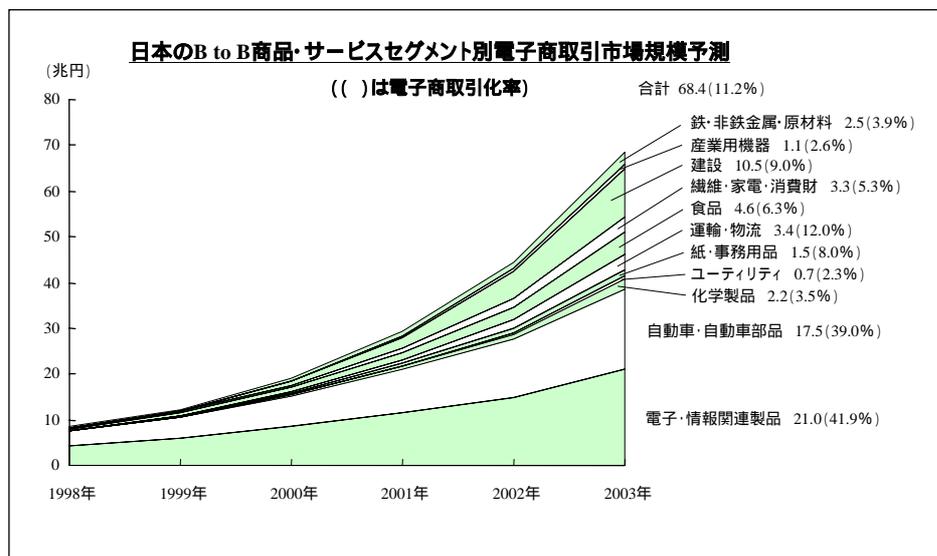
日米 B to C 電子商取引市場規模推移



### B to B

一方企業間電子商取引 (B to B) は、B to C よりはるかに高い割合で進展する。1998 年の取引規模は約 8.6 兆円と推定する。商品・サービスセグメント別に見ると、電子・情報関連製品と自動車・自動車部品が全取引規模の 9 割以上を占める。

2003 年では、日本の企業間電子商取引規模は 68 兆円に達すると見る。これは電子・情報関連製品、自動車・自動車部品の電子商取引化が今後も進展するのに加え、その他の各種分野、とりわけ建設、運輸・物流の電子商取引化が加速すると考えるためである。



米国の企業間電子商取引(B to B)については、現状日本の2倍強 19.5兆円に達している  
と見る(1\$=120円で換算)。金額ベースでの日米格差はB to Cに比べはるかに小さい。

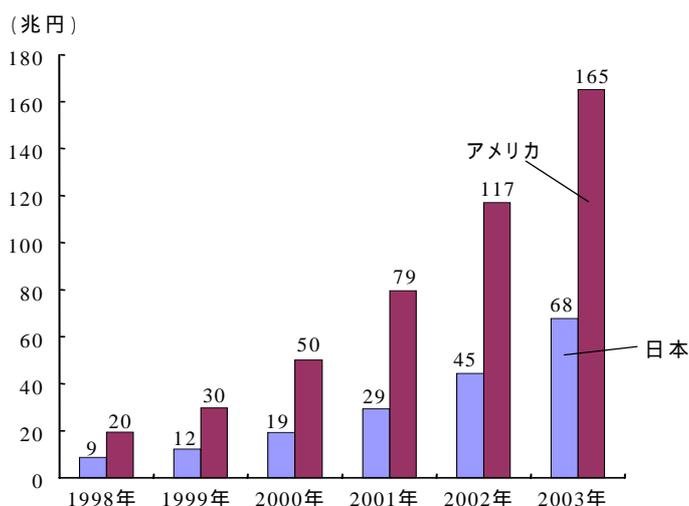
米国においてもやはり電子・情報関連製品、自動車・自動車部品の電子商取引化が先行し  
ているが、例えば電力・ガス、化学製品の取引においても電子商取引化が進んでいる点な  
どが日本と異なっている。

2003年では、米国のB to B取引規模は165兆円となる。

全取引に対する電子商取引化の進展する割合で見ると、日本は米国の1年強遅れ程度で日米  
の格差はほぼ同程度で推移すると見る。

取引金額の比較では、日本は米国にさして見劣りしないが、米国が日本と異なるのは、電子商取  
引を事業構造、産業構造の変革に結びつけている点である。日本でも今後B to Bでは電子商取  
引金額規模の多寡ではなく、電子商取引の活用の質が問われる。中小企業を含むあらゆる取引  
先への拡大、各種取引情報の統合など、電子商取引を多面的に活用し、事業構造、産業構造の  
変革に結び付けていくことが求められる。

日米B to B電子商取引市場規模



以上