

平成21年10月14日

## 「平成20年度我が国のIT利活用に関する調査研究」 (電子商取引に関する市場調査)の結果公表について

経済産業省は、「平成20年度我が国のIT利活用に関する調査研究(電子商取引に関する市場調査)」を実施し、我が国電子商取引市場の実態並びに、日本、米国、欧州主要各国、アジア主要各国におけるインターネットビジネスの実態について分析しました。今般、その結果を取りまとめましたので、公表します。

### 1. 本調査について

本調査は平成20年1月から平成20年12月までの電子商取引市場を調査したもので、平成10年度より毎年実施し、今回で11回目となります。

今回の調査は、次世代電子商取引推進協議会(略称:ECOM、会長:國領二郎 慶応義塾大学 総合政策学部教授)の協力を得て、平成20年12月から平成21年3月にかけて、事業者を対象にしてインタビュー並びに文献調査等を実施し、我が国における電子商取引市場の実態の分析を実施しました。

また、我が国並びに、米国、欧州主要各国、アジア主要各国におけるインターネットビジネスの実態を情報通信機器(パソコン、携帯電話端末、カーナビゲーション・システム、IPTV)毎に把握分析を実施しました。

本調査の詳細については、補足資料をご参照ください。

## 2. 調査結果

### (1) B to B EC (企業間電子商取引) 市場規模について

~我が国のインターネットによる企業間EC市場規模は  
約159兆円、前年比1.7%減~

	2006年	2007年	2008年(前年比)
市場規模	148兆	162兆	159兆(1.7%)
EC化率	12.6%	13.3%	13.5%(+0.2ポイント)

日本におけるB to B EC市場規模は、158兆8,600億円、前年と比較して1.7%減と、市場規模金額ではマイナス成長となりました。但し、ECの拡大浸透を示す指標であるEC化率( )については、13.5%、前年と比較して0.2ポイント増と拡大しています。

#### ( ) EC化率について

- EC化率：全ての商取引における、電子商取引(EC)による取引の割合。

### (2) B to C EC (消費者向け電子商取引) 市場規模について

~我が国の消費者向けEC市場規模は6.1兆円、  
前年比13.9%増~

	2006年	2007年	2008年(前年比)
市場規模	4.4兆	5.3兆	6.1兆(+13.9%)
EC化率	1.3%	1.5%	1.8%(+0.3ポイント)

日本におけるB to C EC市場規模は、6兆890億円となり、前年と比較して13.9%増となりました。また、ECの拡大浸透を示す指標であるEC化率についても、1.79%、前年と比較して0.27ポイント増と拡大しています。

### (3) 世界各国におけるインターネット関連ビジネス市場の実態

#### 調査対象地域 / 対象ビジネス形態について

本調査における、インターネット関連ビジネス市場の実態把握を実施した対象地域は、日本、米国、欧州主要各国（イギリス、フランス、ドイツ中心）、アジア主要各国（中国、韓国、シンガポール中心）の4つの国、地域を対象としています。

また、調査対象とした、インターネット関連ビジネス形態としては、電子商取引のみならず、ブログやSNSを中心としたインターネットビジネス全般について、パソコン、携帯電話端末、カーナビゲーション・システム端末（以降、カーナビと略す。）、IPTV端末の4つの情報通信機器毎のビジネス動向並びに、各情報通信端末の融合による新たなサービスについて調査を行っています。

### (4) 調査結果概要

#### インターネット関連ビジネス市場全体のトレンド

平成19年度の調査では、Web 2.0的な考え方に基づいたCGMが普及し、事業者からの一方的なサービス提供に加えて、YouTubeやmixiなど消費者参加型のサービスやこれを補完するための新たなサービスが大幅に普及したトレンドについて紹介しました。

平成20年度におけるインターネット環境の大きなトレンドとしては、AppleのiPhoneのサービス提供、google mapと日産自動車のカーナビサービスでの連携、アクトビラとTSUTAYAのサービスでの連携など、モバイル、カーナビ・PND、IPTVといったPC以外のインターネット接続ウィンドウが充実してきたことです。これにより生活の中でインターネットとの結節点が大幅に増加したと言えます。

#### 情報ウィンドウ間の連携方法

PC、モバイル、カーナビ、IPTVといった情報ウィンドウ間のサービス連携方法は主に2つに分けられます。

- 1) 同一コンテンツを複数ウィンドウにてサービス展開
- 2) サービスのプロセスに応じたウィンドウ間連携

1の例として、米国の大手SNS事業者であるFacebookでは、PC向けSNSと同様のサービスをモバイル向けSNSとしてサービス展開しており、携帯電話からFacebookの閲覧、写真やテキスト送付、サイトへの書き込みやプロフィールの更新が可能となっています。

次に、2の例として、パイオニアのカーナビサービスでは、PCや携帯電話で目的地や周辺情報を検索し、ドライブルートを決定し、その情報を

「ナビフォルダ」に保存することで、カーナビから「ナビフォルダ」を閲覧することが可能となっています。

#### 情報ウィンドウ間の連携サービスの拡大方向

情報ウィンドウ間の連携サービスの拡大方向としては、垂直統合モデルと、水平展開モデルの2種類に分けることができます。

垂直統合モデルとして代表的なのが、Appleのサービスモデルであり、PC(Mac)、コンテンツ(iTunes)、デバイス(Mac PC、iPhone、iPod)を全て自社の製品とサービスでまかない、トータルな価値を提供するものです。

水平展開モデルの例としては、複数ウィンドウで一連のサービスプロセスを一貫して提供するプラットフォームモデルや、googleの携帯OSアンドロイド上での様々なサービス展開が挙げられます。

#### (5) 各国のインターネット関連ビジネス市場の実態

##### 我が国のインターネット関連ビジネス市場の実態

～パソコン向けネットビジネスは、ECとコミュニティ系サイトが牽引。

モバイル・インターネットは世界でも類を見ない発展を見せている。  
カーナビ、IPTVは徐々に拡大している。～

#### ア．PC向けインターネットビジネスの動向

EC、SNSに代表されるCGMが主流であり、堅調に拡大を続けています。景気悪化を受け、「生活防衛」をキーワードとした、低価格、支払い手段、送料等を含むトータルな割安感を訴求するショップや、口コミサイトへの支持が高まっています。また、実店舗とのクーポン連動等の動きも加速しています。

一回当たりの購買単価は減少傾向にありますが、購買頻度が増加することで、市場規模は拡大を見せており、その結果として、楽天市場の2008年度の取扱高は約6,638億円、対前年比123.6%と不景気にもかかわらず堅調な業績をあげています。

一方、SNSは、オープン化が加速しており、サービスの高度化と連動して、広くコミュニケーション・インフラとしての定着が進展しています。

#### イ．モバイル・インターネットビジネスの動向

EC、デジタルコンテンツ等の商取引端末としては、世界的に見ても、日本が圧倒的に多国に比べ進展していると言えます。

SNSやプロフィールサイトに代表されるコミュニケーション手段としての利用方法も完全に定着しています。特に、若年層中心に独自のコミュニケーション手段としての発展を遂げています。また、PC、モバイル双方で同様のサービスを展開している場合には、モバイル向けサイトのほうが活発化する傾向にあります。例えば、SNS事業者であるミクシィの運営する「mixi(PC向けサイト)」の月間PVは41.7億PVであるのに対し、「mixiモバイル」の月間PVは101.3億PVとモバイル向けサイトが活況を呈しています。

#### ウ．カーナビ向けインターネットビジネスの動向

据置型の多機能カーナビ端末を中心に普及が進展している我が国においては、通信対応カーナビ端末が比較的早い時期より普及しています。現在、PC上のサイト等で、詳細な情報検索を行い、カーナビ上で連携することで、サービスの高度化を図る取り組みが進展しています。日産自動車が開発している「カーウイングス」では、PC上で目的地までのドライブルート検索が可能であり、PC上で設定したドライブ計画が、インターネットを介してカーナビに連携可能となっています。

一方、他の国、地域で主流となっている、可搬型、低価格のカーナビ(PND)機器に関しては、今後、小型PCや携帯電話等が提供する機能と重なりながら、製品自体が融合していく可能性があります。

#### エ．IPTV向けインターネットビジネスの動向

地上波デジタル放送の完全移行スケジュールと連動し、IPTV向け各種サービス(インターネットプロトコルを利用して、テレビ画面上に、デジタルテレビ放送や、各種情報提供、Video On Demandサービス等を提供するサービス)が急速に進展しています。例えば、アクトビラでは、2008年12月から人気の高いNHKの番組を、VODで視聴可能なNHKオンデマンドを開始するなど、通信事業者や、有線放送事業者、テレビ受像機メーカーを中心に設立された事業者等が、インターネット経由のテレビ向けサービスを積極的に推進しています。

米国のインターネット関連ビジネス市場の実態

～3G端末の普及に伴い、モバイル・インターネット利活用が加速中。  
各種情報通信機器の融合によるサービスの高度化も始まっている～

#### ア．PC向けインターネットビジネスの動向

2008年のB to C ECは、1,300億ドル、前年比6%増であり、成長は鈍化しているものの堅調に推移しています。

Amazonなど一部の大手事業者の一人勝ちの様相を見せていますが、こうした大手事業者が自社のプラットフォームを中小事業者に開放する動きも見られ始めています。

我が国と同様に、EC、SNSに代表されるCGMが主流ですが、広告収入によるビジネスモデルに替わる新たな収益を、大手事業者は現在模索中です。

デジタルコンテンツ分野では、放送向けコンテンツのPC配信が本格化しつつあります。

#### イ．モバイル・インターネットビジネスの動向

モバイルECは日本程活発ではありませんが、AppleのiPhone 3Gの登場により、他の国、地域に比べ、進展が遅れていた第三代携帯電話端末が2008年に急速に普及しました。それに伴い、大手事業者による積極的な取り組みが活発化しています。

また、携帯電話端末でブラウジングを行うのではなく、ショートメッセージ機能を活用したECが大手事業者を中心に提供されている点に特長があります。

日本と同様に、パーソナルメディア特性としての親和性の高さから、SNS等に代表されるコミュニティ系サービスが若年者層を中心に支持を高めています。例えば、Facebookの提供するFacebook Mobileでは、携帯電話からFacebookを閲覧したり、他のメンバーサイトへの書き込みやプロフィール更新も可能となっています。

#### ウ．カーナビ向けインターネットビジネスの動向

可搬型で低価格なPND端末が主流となっており、付加価値向上のために、通信機能を付加した端末が登場しています。

また、車社会である米国においては、水平展開モデルである、一部PCや携帯電話と融合したカーナビ向けの高度な情報提供サービスが開始されており、例えば、カーナビアプリケーションを開発しているTelnavでは、PND事業者だけでなく、スマートフォンやAT&Tなどの携帯電話にも同様のアプリケーションを提供しています。

#### エ．IPTV向けインターネットビジネスの動向

全世界的にも、放送のデジタル化が進展する中、米国においても通信事業者、CATV事業者を中心に普及が進展しています。通信事業者である

Verizonの提供するFiosTVでは、PC上のウェブページに個人ポータルが用意されており、番組情報収集やお気に入り番組にブックマークをつけることができるほか、携帯電話からの録画予約も可能となるサービスが提供されています。

このように、PCや携帯電話端末からの予約連動等のサービスも一部開始されていますが、サービス自体は、現在、草創期にあります。

また、IPTV用のウィジェット等の開発が積極的に進められており、2009年には本格化する動きが見られ始めています。

欧州主要各国のインターネット関連ビジネス市場の実態  
～モバイル・インターネット、カーナビ、IPTVともに拡大傾向にあるが、その進展には差異が見られる～

#### ア．PC向けインターネットビジネスの動向

BtoC ECとSNSに代表されるコミュニティ系サービスが市場を牽引しているのは、欧州各国でも共通です。一部、BtoC ECにおいては、注文はネット、商品は実店舗に取りに行くスタイルが主流となっている点に、特色が見られます。例えば、英国最大の小売事業者であるTescoでは、ネットショップと店舗の両方を持ち、店舗で販売していない商品の注文をネットショップにて受け付け、顧客が都合の良い時間に実店舗で受け取るというモデルが展開されています。

#### イ．モバイル・インターネットビジネスの動向

モバイルコマースは、日本程進展していませんが、SNSに代表されるコミュニティ系サービスは利用者からの支持を集めています。現状では、EUの大手通信事業者であるVodafoneがMySpaceと、O2がMySpaceやFacebookとそれぞれ提携を発表しています。但し、国により、その進展には差異が見られます。

#### ウ．カーナビ向けインターネットビジネスの動向

米国と同様に、PND端末が主流となっています。インターネット端末としての利活用は、現段階では活発化しているとは言いがたいですが、PCや携帯電話端末と情報連動したサービスは見られ始めています。ナビゲーションソフトウェア事業者のTomTomでは、PND端末に限らずVodafoneとの提携により、携帯電話の位置情報を活用しリアルタイム交通情報の提供を行っています。こうした動きもあり、今後、PNDと

携帯電話におけるサービスや製品自体の融合の可能性がります。

#### エ．IPTV向けインターネットビジネスの動向

日本、米国等と同様、デジタル放送への移行に伴い普及しつつありますが、国により、普及の度合いには差があります。サービス自体も草創期の段階です。主なIPTVサービス事業者としては、英国の通信事業者であるBTが挙げられます。トリプルプレイサービスとしてBT VisionというIPTVサービスを提供しており、無料デジタル放送や、無料ラジオチャンネル、ペーパービューサービスを提供し、視聴可能なコンテンツの拡充を図っています。

#### アジア主要各国のインターネット関連ビジネス市場の実態

～各通信機器ともに、普及が進んでいる。中国を中心に今後の爆発的な進展が期待されるが、現段階では、ビジネス草創期にある～

#### ア．PC向けインターネットビジネスの動向

2008年現在、中国BtoC EC市場規模は、1,280億人民元、前年比129%増と、爆発的に拡大を続けています。

韓国では、11.7兆ウォン、前年比14%増と堅調に推移しています。

BtoC ECに比べ、相対取引の場として機能するCtoC ECが盛んな中国や、マーケット・プレイス機能としてのオープン・マーケットが盛んな韓国等、BtoC ECに関しては、各国独自の発展を遂げています。

また、アジア主要各国においても、SNSに代表されるコミュニティ系サービスの支持は非常に高くなっています。

#### イ．モバイル・インターネットビジネスの動向

モバイルECは、大手事業者を中心として、サービスが提供されていますが、普及が進んでいるとは言えません。

一方、SNSに代表されるコミュニティ系サービスは、特に地方からの出稼ぎ者が主なインターネットアクセス手段としてモバイルを利用しているために、現在、爆発的に拡大しており、今後の進展が期待されています。例えば、中国では、天下網が国内最大のモバイルコミュニケーションサイトを運営しており、1年間で約1.5倍程度の利用者の増加が見込まれているところです。

### ウ．カーナビ向けインターネットビジネスの動向

米国、欧州主要各国と同様に、PND市場が拡大中です。現状では通信機能を持たない端末が主流ですが、他の国、地域と同様に、携帯電話端末とPND端末の融合も始まっています。端末融合の例として、中国のPNDメーカーであるROUTONでは、携帯電話とPNDの連携を強化しており、Bluetooth機能を用いて、携帯電話上の全てのソフトウェアをPND上で使用することが可能となっています。

### エ．IPTV向けインターネットビジネスの動向

主要各国とも、デジタル放送移行に向けた普及が進展中ですが、サービス

自体は、未だ草創期にあるといえます。韓国では、KTが運営するMegaTVにて、IPTV上のショッピング番組でリモコンを用いて注文・決済が可能なサービスが始まっているほか、テレビ上でフォトアルバムなどが作成可能となっており、インターネットになじみの薄い高齢層の取り込みを進めているところです。

(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 村瀬 佳史

担当者：伊藤、小林

電話：03-3501-1511(内線 3961~3)

03-3501-0397(直通)