

「平成26年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る
基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」調査結果要旨

1 国内電子商取引市場規模動向

(1) 消費者向け電子商取引（以下「BtoC-EC」）市場規模

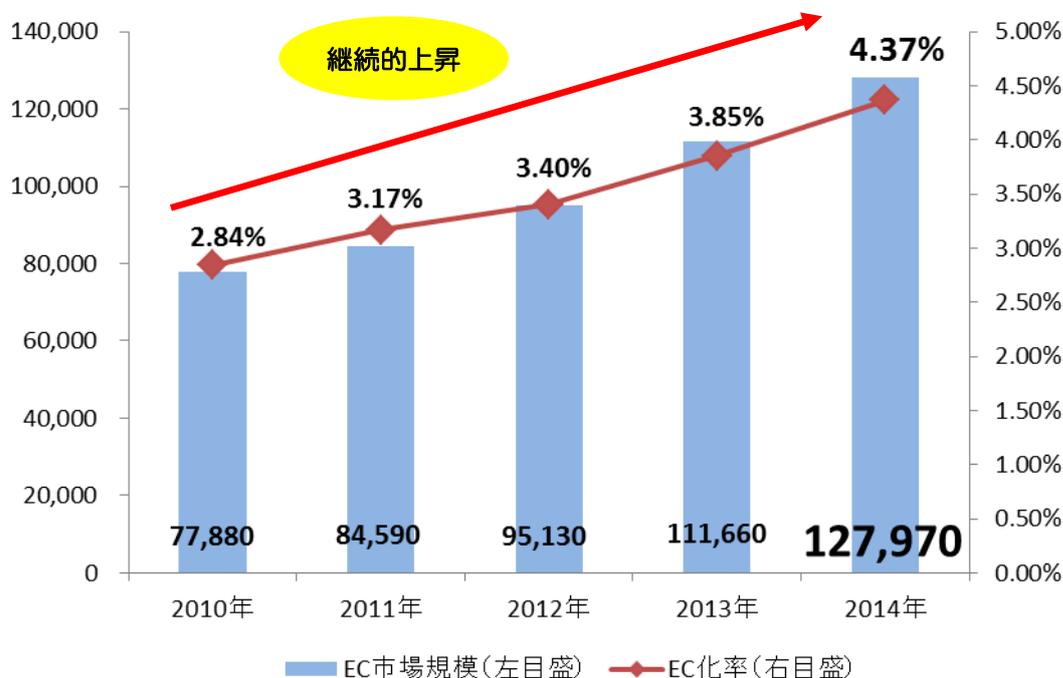
全体動向

2014年における日本のBtoC-EC市場規模は12.8兆円となり、前年比14.6%の増加となりました。また、電子商取引（以下「EC」）の浸透度合を示す指標であるEC化率*についても、4.37%となり、前年から0.52ポイント上昇しています。

※ 全ての商取引における、ECによる取引の割合。BtoC-ECにおけるEC化率は、物販系分野における値を指す。

図表 1-1 日本のBtoC-EC市場規模の推移

(単位：億円)



| | 2010年 | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年(前年比) |
|----------|-------|-------|-------|-------|--------------|
| 市場規模(兆円) | 7.8 | 8.5 | 9.5 | 11.2 | 12.8(+14.6%) |
| EC化率(%) | 2.84 | 3.17 | 3.40 | 3.85 | 4.37(+0.52) |

分野別動向

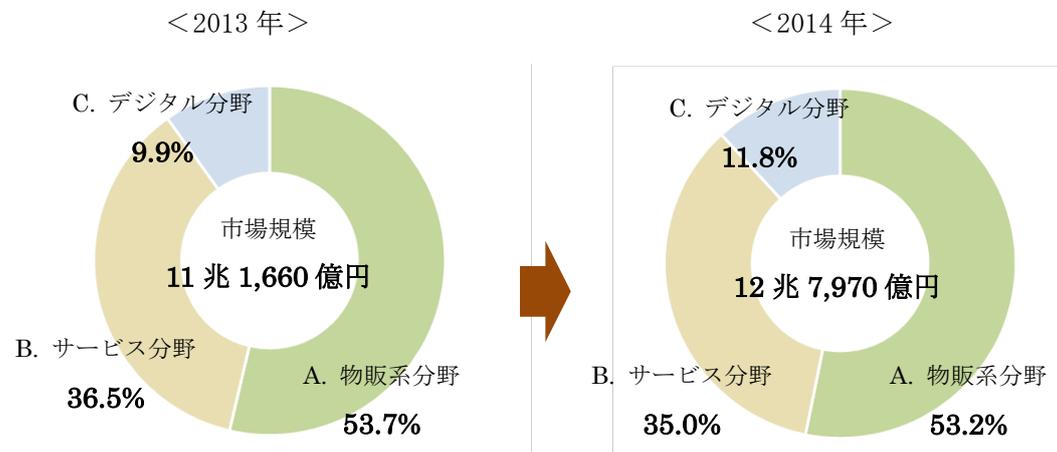
2014年には、物販系分野・サービス分野・デジタル分野の全てにおいて、前年に比べて市場規模が拡大しました。特に、デジタル分野においては、対前年比で37.1%の高い伸びを示しています。

図表 1-2 分野別 BtoC-EC 市場規模及び構成比率の推移

| | 2013年 | 2014年 | 伸び率 |
|-----------|---------------------------|---------------------------|-------|
| A. 物販系分野 | 5兆9,931億円 (EC化率 3.85%) | 6兆8,042億円 (EC化率 4.37%) | 13.5% |
| B. サービス分野 | 4兆0,710億円 | 4兆4,816億円 | 10.1% |
| C. デジタル分野 | 1兆1,019億円 | 1兆5,111億円 | 37.1% |
| 総計 | 11兆1,660億円 | 12兆7,970億円 | 14.6% |

高い伸び率

【構成比率】

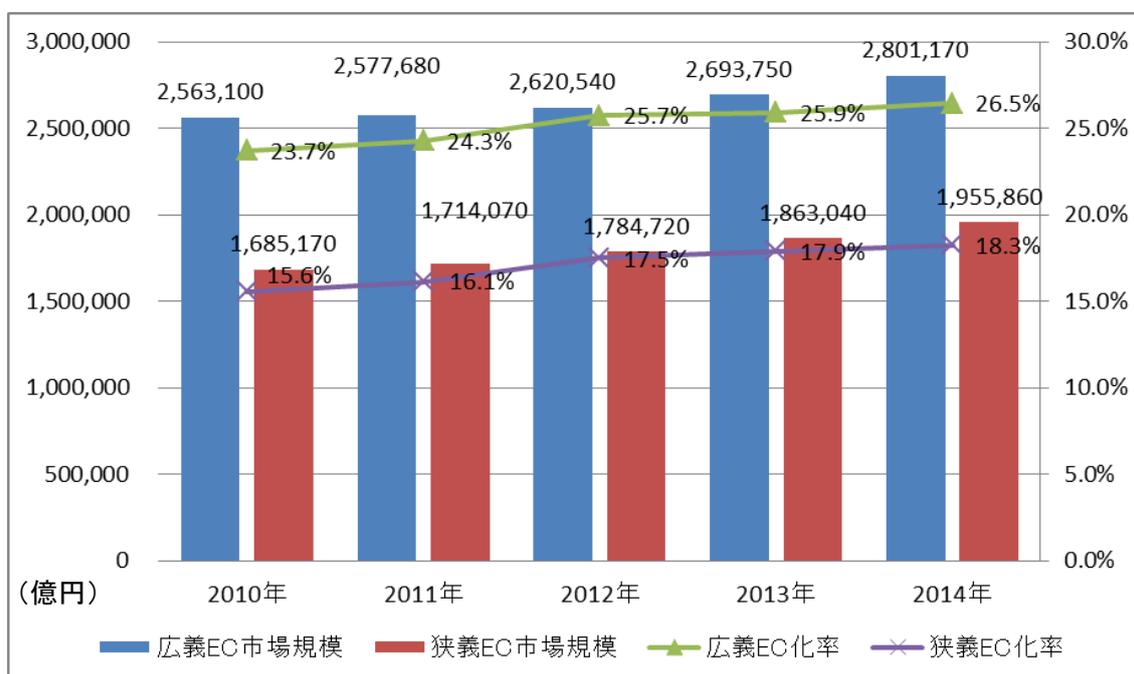


(2) 企業間電子商取引（以下「BtoB-EC」）市場規模

全体動向

2014年における日本のBtoB-EC市場規模は広義280兆円、狭義196兆円と、それぞれ前年比4.0%、5.0%の増加となりました。ECの浸透度合を示す指標であるEC化率についても、広義26.5%、狭義18.3%となり、前年からそれぞれ0.6ポイント、0.4ポイント上昇しています。

図表 1-3 日本のBtoB-EC市場規模の推移



| | 2010年 | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 (前年比) |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------------|
| 広義*市場規模(兆円) | 256 | 258 | 262 | 269 | 280 (+4.0%) |
| 広義*EC化率 (%) | 23.7 | 24.3 | 25.7 | 25.9 | 26.5 (+0.6) |
| 狭義*市場規模(兆円) | 169 | 171 | 178 | 186 | 196 (+5.0%) |
| 狭義*EC化率 (%) | 15.6 | 16.1 | 17.5 | 17.9 | 18.3 (+0.4) |

※ 広義EC：コンピューターネットワークシステムを介して、商取引（受発注）が行われ、かつ、その成約金額が捕捉されるもの。VAN・専用回線、TCP/IPプロトコルを利用していない従来型EDI（例：全銀手順、EIAJ手順等を用いたもの）が含まれる。

狭義EC：インターネット技術を用いたコンピューターネットワークシステムを介して、商取引（受発注）が行われ、かつ、その成約金額が捕捉されるもの。「インターネット技術」とは、TCP/IPプロトコルを利用した技術を指しており、公衆回線上のインターネットの他、エクストラネット、インターネットVPN、IP-VPN等が含まれる。

業種別動向

2014年は、広義・狭義ともに、「建設」「運輸」等の業種で BtoB-EC 市場規模の拡大が見られた一方、「情報通信」「金融」等の業種では BtoB-EC 市場規模の縮小が見られました。

また、広義・狭義とも、全ての業種において、EC化率が上昇しています。

図表 1-4 業種別広義 BtoB-EC 市場規模の推移

| | | 2013年 | | 2014年 | | |
|------------|-------------|----------------------|------------|----------------------|--------|------------|
| | | 広義 EC市場規模 (億円) | 広義 EC化率 | 広義 EC市場規模 (億円) | 対前年比 | 広義 EC化率 |
| 建設 | 建設・不動産業 | 109,410 | 8.4% | 129,550 | 118.4% | 9.1% |
| 製造 | 食品 | 209,210 | 46.4% | 205,260 | 98.1% | 47.1% |
| | 繊維・日用品・化学 | 310,750 | 34.8% | 316,240 | 101.8% | 35.2% |
| | 鉄・非鉄金属 | 159,970 | 29.5% | 175,040 | 109.4% | 30.2% |
| | 産業関連機器・精密機器 | 117,620 | 27.7% | 118,660 | 100.9% | 28.4% |
| | 電気・情報関連機器 | 271,910 | 46.0% | 293,070 | 107.8% | 46.7% |
| | 輸送用機械 | 359,790 | 53.8% | 373,080 | 103.7% | 54.6% |
| 情報通信 | 情報通信 | 96,620 | 15.9% | 90,480 | 93.6% | 16.4% |
| 運輸 | 運輸 | 76,420 | 13.6% | 84,180 | 110.2% | 14.0% |
| 卸売 | 卸売 | 789,750 | 24.2% | 852,470 | 107.9% | 24.6% |
| 金融 | 金融 | 161,200 | 18.7% | 127,360 | 79.0% | 19.1% |
| サービス | 広告・物品賃貸 | 18,280 | 10.3% | 19,950 | 109.1% | 11.1% |
| その他 | 小売 | 10,590 | N/A | 13,180 | 124.5% | N/A |
| | その他サービス業 | 2,230 | N/A | 2,650 | 118.8% | N/A |
| 合計 | | 2,693,750 | N/A | 2,801,170 | 104.0% | N/A |
| 合計(その他を除く) | | 2,680,930 | 25.9% | 2,785,340 | 103.9% | 26.5% |

図表 1-5 業種別狭義 BtoB-EC 市場規模の推移

| | | 2013年 | | 2014年 | | |
|------------|-------------|----------------------|------------|----------------------|--------|------------|
| | | 狭義 EC市場規模 (億円) | 狭義 EC化率 | 狭義 EC市場規模 (億円) | 対前年比 | 狭義 EC化率 |
| 建設 | 建設・不動産業 | 93,570 | 7.2% | 112,230 | 119.9% | 7.9% |
| 製造 | 食品 | 50,200 | 11.1% | 51,570 | 102.7% | 11.8% |
| | 繊維・日用品・化学 | 208,370 | 23.3% | 213,240 | 102.3% | 23.7% |
| | 鉄・非鉄金属 | 118,620 | 21.9% | 130,840 | 110.3% | 22.6% |
| | 産業関連機器・精密機器 | 82,220 | 19.4% | 83,830 | 102.0% | 20.1% |
| | 電気・情報関連機器 | 194,080 | 32.8% | 210,440 | 108.4% | 33.5% |
| | 輸送用機械 | 290,000 | 43.3% | 301,780 | 104.1% | 44.1% |
| 情報通信 | 情報通信 | 82,670 | 13.6% | 77,820 | 94.1% | 14.1% |
| 運輸 | 運輸 | 67,390 | 12.0% | 74,510 | 110.6% | 12.4% |
| 卸売 | 卸売 | 518,360 | 15.9% | 564,280 | 108.9% | 16.3% |
| 金融 | 金融 | 129,110 | 15.0% | 102,540 | 79.4% | 15.4% |
| サービス | 広告・物品賃貸 | 16,810 | 9.5% | 18,470 | 109.9% | 10.3% |
| その他 | 小売 | 9,810 | N/A | 12,120 | 123.5% | N/A |
| | その他サービス業 | 1,830 | N/A | 2,190 | 119.7% | N/A |
| 合計 | | 1,863,040 | N/A | 1,955,860 | 105.0% | N/A |
| 合計(その他を除く) | | 1,851,400 | 17.9% | 1,941,550 | 104.9% | 18.3% |

2 日米中の3か国相互間の越境電子商取引（以下「越境EC」）の動向

(1) 消費者向け越境EC市場規模

2014年において、日本の消費者による米国及び中国事業者からの越境ECによる購入額は2千億円（前年比8.9%増）、米国の消費者による日本及び中国事業者からの越境ECによる購入額は8千億円（前年比13.0%増）、中国の消費者による日本及び米国事業者からの越境ECによる購入額は1.2兆円（前年比53.0%増）となりました。

日米中3か国相互間の消費者向け越境EC市場の中では、中国の消費者による購入額が最大の規模となっており、前年比の伸びも著しく大きなものとなりました。

図表 2-1 2014年 日本、米国、中国相互間の消費者向け越境EC市場規模（推計値）

（単位：億円）

| 国 （消費国） | 日本からの 購入額 | 米国からの 購入額 | 中国からの 購入額 | 合計 |
|--------------|------------------|-----------------|-----------------|------------------|
| 日本 （対前年比） | | 1,889 108.8% | 197 110.3% | 2,086 108.9% |
| 米国 （対前年比） | 4,868 112.6% | | 3,266 113.6% | 8,134 113.0% |
| 中国 （対前年比） | 6,064 155.4% | 6,290 150.8% | | 12,354 153.0% |
| 合計 （対前年比） | 10,931 132.9% | 8,179 138.5% | 3,463 113.4% | 22,573 131.4% |

(2) 今後の越境 EC のポテンシャル

2018年までの越境EC市場規模を試算したところ、消費国としての推計市場規模は、2014年から2018年までの間に日本は約1.4倍、米国は約1.6倍、中国は約2.3倍の規模となり、日米中3か国間における越境ECによる購入総額合計は、2018年までに約4.4兆円にまで拡大する可能性があることが分かりました。

図表 2-2 日本、米国、中国相互間の消費者向け越境 EC 市場規模ポテンシャル（推計値）

| 消費国 | 販売国 | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 | 2018/2014 |
|-----|------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|
| 日本 | 米国 | 1,889 | 2,074 | 2,258 | 2,448 | 2,647 | - |
| | 中国 | 197 | 216 | 235 | 255 | 276 | - |
| | (合計) | 2,086 | 2,290 | 2,493 | 2,703 | 2,923 | 140.1% |
| 米国 | 日本 | 4,868 | 5,534 | 6,250 | 7,006 | 7,803 | - |
| | 中国 | 3,266 | 3,713 | 4,193 | 4,700 | 5,235 | - |
| | (合計) | 8,134 | 9,247 | 10,443 | 11,706 | 13,038 | 160.3% |
| 中国 | 日本 | 6,064 | 8,006 | 9,994 | 12,047 | 13,943 | - |
| | 米国 | 6,290 | 8,305 | 10,366 | 12,496 | 14,463 | - |
| | (合計) | 12,354 | 16,311 | 20,360 | 24,543 | 28,406 | 229.9% |

3 EUにおけるEC関連法制度

日本のEC事業者がEU域内の消費者向けに越境ECを行う場合に関連する法制度について、各制度の内容や、特に個人情報保護法制、VAT税制、消費者保護法制について見られた近年の動きをまとめました。

図表 3-1 EUにおける越境ECに関する主要法制度とトピック

| 項目 | 動向・トピック |
|--------|---|
| 個人情報保護 | <ul style="list-style-type: none"> 個人データ保護指令が個人データ保護規則へと改正される見込み 個人データ保護規則へと改正された場合、EU域外である日本に対しても「域外適用」の影響を受ける可能性あり 行政罰の対象となった場合、最大で1億ユーロ、または企業の場合には年間世界売上の5%の課徴金（いずれか高額な方）が課される見込み |
| 税制 | <ul style="list-style-type: none"> 電子的サービス提供のルールが改正された VATは、「モノ（物販）」の売買と、「電子的サービス」の提供に対して賦課される（2015年3月現在） EUに物販が輸入される際は、「EU関税法に」基づき、関税がかかる。ただし、150ユーロ以下の少額取引については関税が免除される |
| 広告関連規制 | <ul style="list-style-type: none"> EU各国で法令の平準化の流れ 広告規制として不公正取引方法指令がある。この指令の中には「ブラックリスト」が存在し、EU加盟国に強制的に適用される 食品関係、医薬品関係、たばこ関係でもそれぞれに広告規制が存在 |
| 消費者保護 | <ul style="list-style-type: none"> クーリングオフのルールが変更され、これまで原則7日間であったが、14日に延長された 消費者は商品到着後14日以内であれば、いかなる理由であっても注文を取り消す権利を有する |
| 決済関連規制 | <ul style="list-style-type: none"> 資金受領時に本人確認の障壁 年間2,500ユーロを超過する資金受領の場合、本人確認を行う必要がある。 |