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

2015年における日本のBtoC-EC市場規模は13.8兆円となり、前年比7.6％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、4.75％となり、前年から0.38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)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>市場規模（兆円）</td>
<td>7.8</td>
<td>8.5</td>
<td>9.5</td>
<td>11.2</td>
<td>12.8</td>
<td>13.8（+7.6％）</td>
</tr>
<tr>
<td>EC化率（％）</td>
<td>2.84</td>
<td>3.17</td>
<td>3.40</td>
<td>3.85</td>
<td>4.37</td>
<td>4.75（+0.38）</td>
</tr>
</tbody>
</table>
分野別動向
2015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。当該3分野の中ではサービス分野が9.4%と最も高い伸びを示しています。

<table>
<thead>
<tr>
<th>区分</th>
<th>分野</th>
<th>2014年</th>
<th>2015年</th>
<th>伸び率</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>A.</td>
<td>物販系分野</td>
<td>6兆8,042億円 (EC化率4.37%)</td>
<td>7兆2,398億円 (EC化率4.75%)</td>
<td>6.4%</td>
</tr>
<tr>
<td>B.</td>
<td>サービス分野</td>
<td>4兆4,816億円</td>
<td>4兆9,014億円</td>
<td>9.4%</td>
</tr>
<tr>
<td>C.</td>
<td>デジタル分野</td>
<td>1兆5,111億円</td>
<td>1兆6,334億円</td>
<td>8.1%</td>
</tr>
<tr>
<td>総計</td>
<td></td>
<td>12兆7,970億円</td>
<td>13兆7,746億円</td>
<td>7.6%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

スマートフォン動向
物販分野におけるスマートフォン経由のBtoC-ECの市場規模を推計したところ、1兆9,862億円という推計結果となりました。これは物販のBtoC-EC市場規模7兆2,398億円の27.4%に相当する金額です。
（2）企業間電子商取引（以下「BtoB-EC」）市場規模

全体動向

2015年における日本のBtoB-EC市場規模は広義288兆円、狭義203兆円と、それぞれ前年比3.0％、3.5％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27.3％、狭義19.2％となり、前年からそれぞれ0.8ポイント、0.7ポイント上昇しています。

図表1-4 日本のBtoB-EC市場規模の推移

<table>
<thead>
<tr>
<th>年代</th>
<th>安価市場規模（兆円）</th>
<th>業者市場規模（兆円）</th>
<th>安価EC化率（％）</th>
<th>業者EC化率（％）</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2011</td>
<td>258</td>
<td>171</td>
<td>24.3</td>
<td>16.1</td>
</tr>
<tr>
<td>2012</td>
<td>262</td>
<td>174</td>
<td>25.7</td>
<td>17.5</td>
</tr>
<tr>
<td>2013</td>
<td>265</td>
<td>183</td>
<td>26.1</td>
<td>18.0</td>
</tr>
<tr>
<td>2014</td>
<td>280</td>
<td>196</td>
<td>26.5</td>
<td>18.5</td>
</tr>
<tr>
<td>2015</td>
<td>288 (+3.0％)</td>
<td>203 (+3.5％)</td>
<td>27.3 (+0.8)</td>
<td>19.2 (+0.7)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

※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」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等が含まれるもの。
業種別動向

2015年は、「繊維・日用品・化学」「卸売」を除く全業種でBtoB-EC市場規模の拡大が見られました。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1-5 業種別広義BtoB-EC市場規模の推移

<table>
<thead>
<tr>
<th>大分類</th>
<th>中分類</th>
<th>2014年</th>
<th>2015年</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>広義EC市場規模 (億円)</td>
<td>広義EC化率</td>
<td>広義EC市場規模 (億円)</td>
</tr>
<tr>
<td>建設</td>
<td>建設・不動産業</td>
<td>129,360</td>
<td>9.1%</td>
</tr>
<tr>
<td>製造</td>
<td>食品</td>
<td>314,820</td>
<td>35.2%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>繊維・日用品・化学</td>
<td>175,060</td>
<td>30.2%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>産業関連機器・精密機器</td>
<td>118,820</td>
<td>28.4%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>電気・情報関連機器</td>
<td>299,360</td>
<td>46.7%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>輸送用機械</td>
<td>374,680</td>
<td>54.6%</td>
</tr>
<tr>
<td>情報通信</td>
<td>情報通信</td>
<td>78,560</td>
<td>14.1%</td>
</tr>
<tr>
<td>運輸</td>
<td>運輸</td>
<td>84,470</td>
<td>14.0%</td>
</tr>
<tr>
<td>卸売</td>
<td>卸売</td>
<td>845,400</td>
<td>24.6%</td>
</tr>
<tr>
<td>金融</td>
<td>金融</td>
<td>127,700</td>
<td>19.1%</td>
</tr>
<tr>
<td>サービス</td>
<td>広告・物品賃貸</td>
<td>20,220</td>
<td>11.1%</td>
</tr>
<tr>
<td>その他</td>
<td>小売</td>
<td>12,020</td>
<td>N/A</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>その他サービス業</td>
<td>2,450</td>
<td>N/A</td>
</tr>
<tr>
<td>合計</td>
<td>2,799,910</td>
<td>N/A</td>
<td>2,882,950</td>
</tr>
</tbody>
</table>

図表1-6 業種別狭義BtoB-EC市場規模の推移

<table>
<thead>
<tr>
<th>大分類</th>
<th>中分類</th>
<th>2014年</th>
<th>2015年</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>狭義EC市場規模 (億円)</td>
<td>狭義EC化率</td>
<td>狭義EC市場規模 (億円)</td>
</tr>
<tr>
<td>建設</td>
<td>建設・不動産業</td>
<td>112,070</td>
<td>7.9%</td>
</tr>
<tr>
<td>製造</td>
<td>食品</td>
<td>212,280</td>
<td>23.7%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>繊維・日用品・化学</td>
<td>130,850</td>
<td>22.6%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>産業関連機器・精密機器</td>
<td>83,930</td>
<td>20.1%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>電気・情報関連機器</td>
<td>214,960</td>
<td>33.5%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>輸送用機械</td>
<td>303,070</td>
<td>44.1%</td>
</tr>
<tr>
<td>情報通信</td>
<td>情報通信</td>
<td>78,560</td>
<td>14.1%</td>
</tr>
<tr>
<td>運輸</td>
<td>運輸</td>
<td>74,780</td>
<td>12.4%</td>
</tr>
<tr>
<td>卸売</td>
<td>卸売</td>
<td>559,600</td>
<td>16.3%</td>
</tr>
<tr>
<td>金融</td>
<td>金融</td>
<td>102,810</td>
<td>15.4%</td>
</tr>
<tr>
<td>サービス</td>
<td>広告・物品賃貸</td>
<td>18,720</td>
<td>10.3%</td>
</tr>
<tr>
<td>その他</td>
<td>小売</td>
<td>11,140</td>
<td>N/A</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>その他サービス業</td>
<td>2,010</td>
<td>N/A</td>
</tr>
<tr>
<td>合計</td>
<td>1,942,930</td>
<td>18.5%</td>
<td>2,011,000</td>
</tr>
</tbody>
</table>
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

2015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2.2千億円（前年比6.9%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9千億円（前年比11.1%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1.6兆円（前年比32.7%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、前年比の伸びも大きなものとなりました。

図表2-1 2015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）

<table>
<thead>
<tr>
<th>国（消費国）</th>
<th>日本からの購入額</th>
<th>米国の購入額</th>
<th>中国からの購入額</th>
<th>合計</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>日本</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>合計</td>
</tr>
<tr>
<td>（対前年比）</td>
<td>2,019</td>
<td>210</td>
<td>2,229</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>6.9%</td>
<td>6.8%</td>
<td>6.9%</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>米国</td>
<td>5,381</td>
<td></td>
<td>3,656</td>
<td>9,037</td>
</tr>
<tr>
<td>（対前年比）</td>
<td>10.5%</td>
<td></td>
<td>12.0%</td>
<td>11.1%</td>
</tr>
<tr>
<td>中国</td>
<td>7,956</td>
<td>8,442</td>
<td></td>
<td>16,398</td>
</tr>
<tr>
<td>（対前年比）</td>
<td>31.2%</td>
<td>34.2%</td>
<td></td>
<td>32.7%</td>
</tr>
<tr>
<td>合計</td>
<td>13,337</td>
<td>10,461</td>
<td>3,866</td>
<td>27,664</td>
</tr>
<tr>
<td>（対前年比）</td>
<td>22.0%</td>
<td>27.9%</td>
<td>11.6%</td>
<td>22.6%</td>
</tr>
</tbody>
</table>
(2) 今後の越境ECのポテンシャル

2019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、2015年から2019年までの間に日本は約1.5倍、米国は約1.6倍、中国は約2.9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、2019年までに約6.6兆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）

各国越境EC市場規模推計（2015年～2019年）

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>日本</td>
<td>米国</td>
<td>2,019</td>
<td>2,261</td>
<td>2,510</td>
<td>2,761</td>
<td>3,023</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>中国</td>
<td>210</td>
<td>235</td>
<td>261</td>
<td>287</td>
<td>314</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td>(合計)</td>
<td></td>
<td>2,229</td>
<td>2,497</td>
<td>2,771</td>
<td>3,048</td>
<td>3,338</td>
<td>1.50</td>
</tr>
<tr>
<td>米国</td>
<td>日本</td>
<td>5,381</td>
<td>6,081</td>
<td>6,822</td>
<td>7,614</td>
<td>8,451</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>中国</td>
<td>3,656</td>
<td>4,131</td>
<td>4,635</td>
<td>5,173</td>
<td>5,742</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td>(合計)</td>
<td></td>
<td>9,037</td>
<td>10,212</td>
<td>11,457</td>
<td>12,787</td>
<td>14,193</td>
<td>1.57</td>
</tr>
<tr>
<td>中国</td>
<td>日本</td>
<td>7,956</td>
<td>10,788</td>
<td>14,305</td>
<td>18,568</td>
<td>23,359</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>米国</td>
<td>8,442</td>
<td>11,447</td>
<td>15,179</td>
<td>19,703</td>
<td>24,786</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td>(合計)</td>
<td></td>
<td>16,398</td>
<td>22,236</td>
<td>29,484</td>
<td>38,271</td>
<td>48,145</td>
<td>2.94</td>
</tr>
</tbody>
</table>