

「平成27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

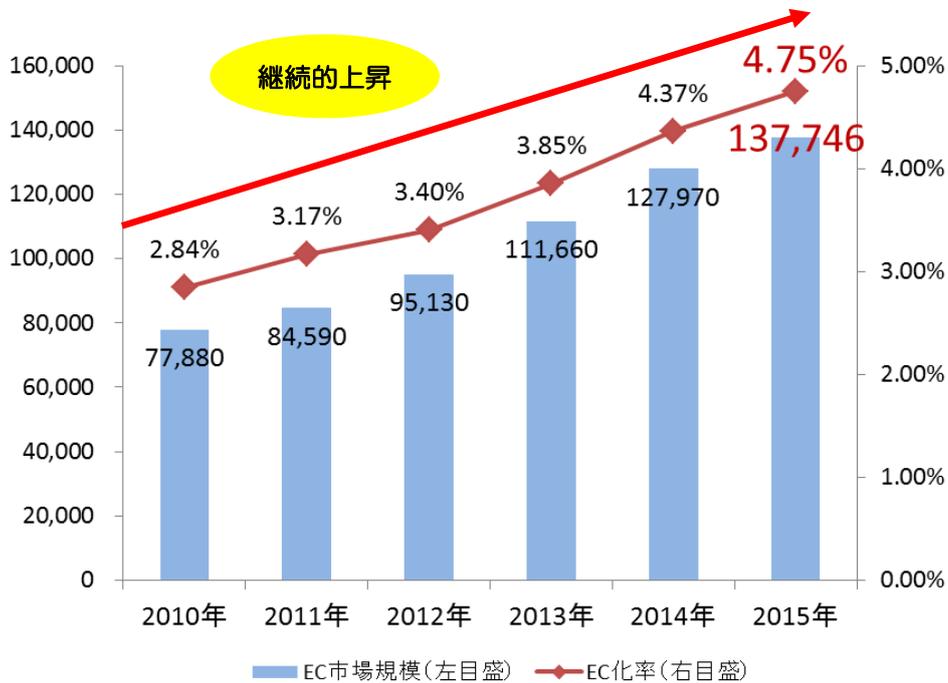
全体動向

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)



	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年 (前年比)
市場規模 (兆円)	7.8	8.5	9.5	11.2	12.8	13.8 (+7.6%)
EC化率 (%)	2.84	3.17	3.40	3.85	4.37	4.75 (+0.38)

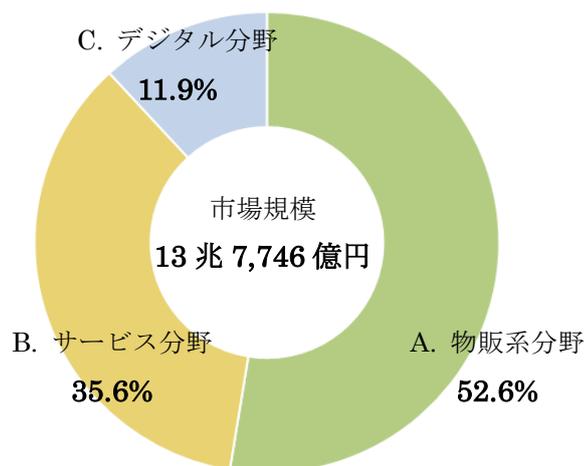
分野別動向

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。

高い伸び率

図表 1-2 分野別 BtoC-EC 市場規模及び構成比率の推移

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



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。

図表 1-3 BtoC-EC (物販) におけるスマートフォン経由の市場規模

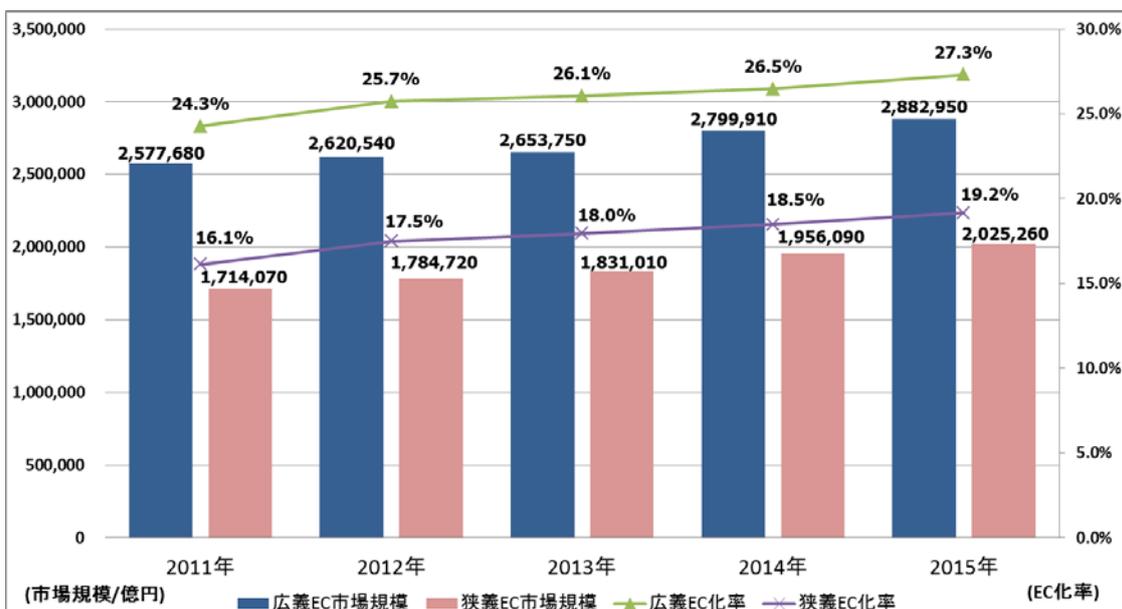
2015年の物販の BtoC-EC 市場規模..... (A)	7兆2,398億円
うち、スマートフォン経由..... (B)	1兆9,862億円
スマートフォン比率 (B) ÷ (A)	27.4%

(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



	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年 (前年比)
広義*市場規模(兆円)	258	262	265	280	288 (+3.0%)
広義*EC化率 (%)	24.3	25.7	26.1	26.5	27.3 (+0.8)
狭義*市場規模(兆円)	171	178	183	196	203 (+3.5%)
狭義*EC化率 (%)	16.1	17.5	18.0	18.5	19.2 (+0.7)

※ 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

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

大分類	中分類	2014年		2015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	129,360	9.1%	141,390	9.3%	9.6%
製造	食品	204,200	47.1%	205,120	0.5%	49.0%
	繊維・日用品・化学	314,820	35.2%	300,060	-4.7%	36.3%
	鉄・非鉄金属	175,060	30.2%	177,690	1.5%	31.5%
	産業関連機器・精密機器	118,820	28.4%	122,800	3.3%	29.5%
	電気・情報関連機器	299,360	46.7%	323,850	8.2%	48.3%
	輸送用機械	374,680	54.6%	409,300	9.2%	56.4%
情報通信	情報通信	91,350	16.4%	104,470	14.4%	17.0%
運輸	運輸	84,470	14.0%	88,270	4.5%	14.5%
卸売	卸売	845,400	24.6%	835,940	-1.1%	25.4%
金融	金融	127,700	19.1%	136,540	6.9%	19.7%
サービス	広告・物品賃貸	20,220	11.1%	21,810	7.9%	11.7%
その他	小売	12,020	N/A	12,980	8.0%	N/A
	その他サービス業	2,450	N/A	2,730	11.4%	N/A
合計		2,799,910	N/A	2,882,950	3.0%	N/A
合計(その他を除く)		2,785,440	26.5%	2,867,240	2.9%	27.3%

図表 1-6 業種別狭義 BtoB-EC 市場規模の推移

大分類	中分類	2014年		2015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	112,070	7.9%	122,490	9.3%	8.6%
製造	食品	51,300	11.8%	51,530	0.4%	12.5%
	繊維・日用品・化学	212,280	23.7%	202,330	-4.7%	24.1%
	鉄・非鉄金属	130,850	22.6%	132,820	1.5%	23.3%
	産業関連機器・精密機器	83,930	20.1%	86,750	3.4%	20.8%
	電気・情報関連機器	214,960	33.5%	232,550	8.2%	34.2%
	輸送用機械	303,070	44.1%	331,080	9.2%	44.9%
情報通信	情報通信	78,560	14.1%	89,850	14.4%	14.6%
運輸	運輸	74,780	12.4%	78,140	4.5%	12.8%
卸売	卸売	559,600	16.3%	553,340	-1.1%	16.7%
金融	金融	102,810	15.4%	109,930	6.9%	15.8%
サービス	広告・物品賃貸	18,720	10.3%	20,190	7.9%	11.1%
その他	小売	11,140	N/A	12,030	8.0%	N/A
	その他サービス業	2,010	N/A	2,240	11.4%	N/A
合計		1,956,090	N/A	2,025,260	3.5%	N/A
合計(その他を除く)		1,942,930	18.5%	2,011,000	3.5%	19.2%

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）

（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）		2,019 6.9%	210 6.8%	2,229 6.9%
米国 （対前年比）	5,381 10.5%		3,656 12.0%	9,037 11.1%
中国 （対前年比）	7,956 31.2%	8,442 34.2%		16,398 32.7%
合計 （対前年比）	13,337 22.0%	10,461 27.9%	3,866 11.6%	27,664 22.6%

(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）

消費国	販売国	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2019/2015
日本	米国	2,019	2,261	2,510	2,761	3,023	-
	中国	210	235	261	287	314	-
	(合計)	2,229	2,497	2,771	3,048	3,338	1.50
米国	日本	5,381	6,081	6,822	7,614	8,451	-
	中国	3,656	4,131	4,635	5,173	5,742	-
	(合計)	9,037	10,212	11,457	12,787	14,193	1.57
中国	日本	7,956	10,788	14,305	18,568	23,359	-
	米国	8,442	11,447	15,179	19,703	24,786	-
	(合計)	16,398	22,236	29,484	38,271	48,145	2.94