

IT Topics & News

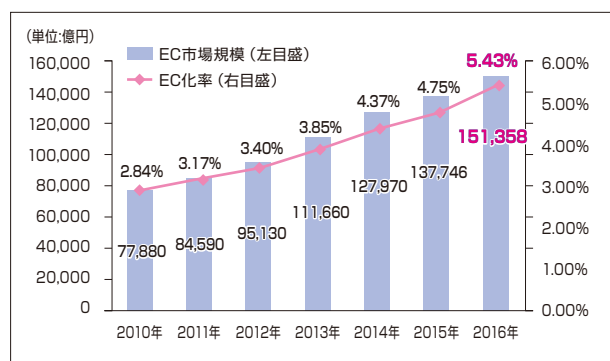
国内BtoC-EC市場が15兆円を突破 中国向け越境EC市場も1兆円超【経済産業省】

経済産業省は、「平成28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）」を実施し、日本の電子商取引市場の実態及び日米中3か国間の越境電子商取引の市場動向について調査。4月24日に調査結果を公表した。

企業間取引であるBtoB、企業と消費者間の取引であるBtoCにおける電子商取引（EC）の市場規模（図1）は年々増大し、平成28年の国内電子商取引市場規模は、BtoB-ECで291兆円（前年比1.3%増）、BtoC-ECで15.1兆円（前年比9.9%増）に拡大した。

全商取引のうちどれだけECが使われているのかを示すEC化率は、BtoB-ECで28.3%、BtoC-ECでは5.43%と、

（図1）日本のBtoC-EC市場規模の推移



出典：『平成28年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備』（経済産業省 商務情報政策局 情報経済課）

BtoBのEC化が進んでいることがわかる。ただ、アパレル産業では、全商取引総額13兆9,954億円に対してBtoC-ECの市場規模は1兆5,292億円でEC化率は10.93%に達しているなど、商品によっては、BtoC-ECが普及しつつある分野も見受けられた。BtoC-EC市場の伸び率は大きく加速しており、今後も成長が期待される。

海外では、2016年の物販系分野における米国のEC化率が7%、中国は15%を超えてEC先進国となっている。日本の消費者による米国、及び中国からの越境ECの購入額（図2）は、米国からが2,170億円、中国からは226億円と小規模にとどまったが、中国の消費者が日本、米国から購入する越境ECは共に1兆円を突破しており、前年比32.6%に達する。日本も前年比7.5%増と、越境ECが着実に浸透していることが明らかとなった。

（図2）越境EC市場規模（2016年）

（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)		2,170	226	2,396
		7.5%	7.9%	7.5%
米国 (対前年比)	6,156		4,259	10,415
	14.4%		16.5%	15.2%
中国 (対前年比)	10,366	11,371		21,737
	30.3%	34.7%		32.6%
合計 (対前年比)	16,522	13,542	4,486	34,549
	23.9%	29.5%	16.0%	24.9%

出典：『平成28年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備』（経済産業省 商務情報政策局 情報経済課）