

「平成25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)」の結果公表について (調査結果要旨)

1. 国内電子商取引市場規模動向

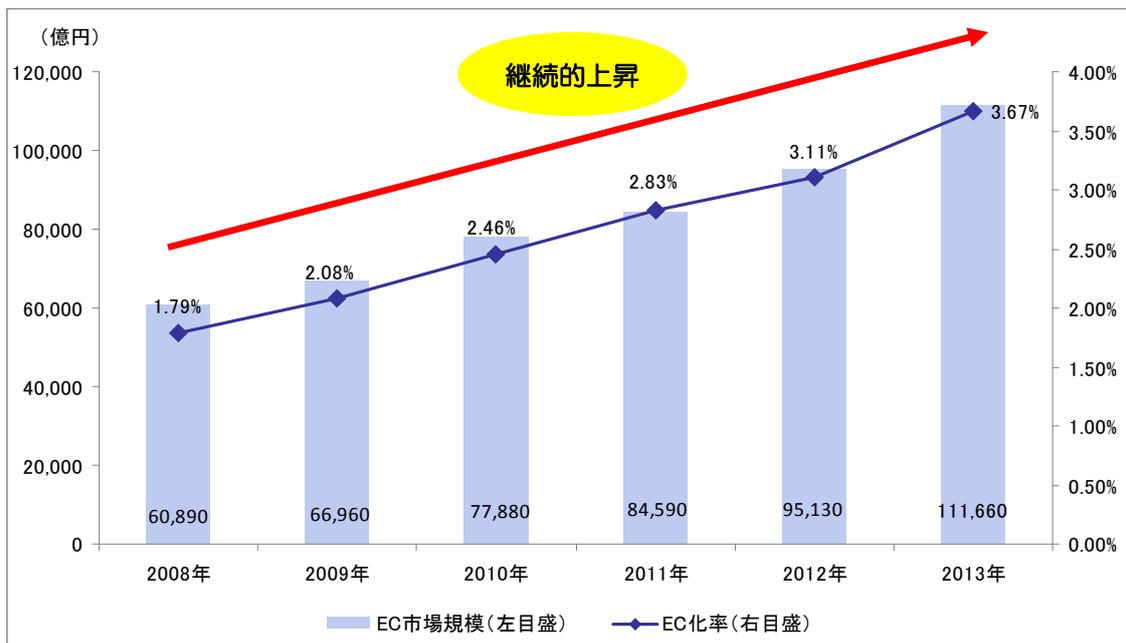
(1) 消費者向け電子商取引 (以下「BtoC-EC」) 市場規模

全体動向

日本のBtoC-EC市場規模は11.2兆円となり、前年比17.4%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、3.7%となり、前年から0.6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、小売業・サービス業における値を指す。

図1-1 日本のBtoC-EC市場規模の推移



	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年 (前年比)
市場規模 (兆円)	6.1	6.7	7.8	8.5	9.5	11.2 (+17.4%)
EC化率 (%)	1.8	2.1	2.5	2.8	3.1	3.7 (+0.6ポイント)

業種別動向

2013 年は、ほとんどの業種で前年に比べて市場規模が拡大しました。特に、衣料・アクセサリー小売業、宿泊旅行・飲食業及び医療化粧品小売業においては、対前年比で 20 パーセント以上の高い伸びを示しています（表 1-1 黄色部分）。

また、全ての業種において、EC 化率が上昇しています。

表 1-1 業種別 BtoC-EC 市場規模の推移

高い伸び率

業種	2012年		2013年			
	EC市場規模 (億円)	EC化率	EC市場規模 (億円)	対前年比	EC化率	
小売業	総合小売業	18,910	5.05%	22,000	116.4%	6.39%
	衣料・アクセサリー小売業	1,750	1.33%	2,200	125.8%	1.65%
	食料品小売業	6,050	0.96%	7,060	116.7%	1.08%
	自動車・パーツ小売業	14,260	4.29%	16,480	115.6%	4.84%
	家具・家庭用品小売業					
	電気製品小売業					
	医療化粧品小売業	5,010	4.02%	6,030	120.4%	4.56%
	スポーツ・本・音楽・玩具小売業	4,000	2.74%	4,670	116.6%	3.26%
サービス業	宿泊・旅行業	14,960	6.16%	18,260	122.1%	7.38%
	飲食業					
	娯楽業	1,470	0.94%	1,660	112.9%	1.19%
建設業	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
製造業	1,160	N/A	1,150	99.3%	N/A	
情報通信業	22,950	N/A	26,970	117.5%	N/A	
運輸業	3,070	N/A	3,630	118.0%	N/A	
金融業	680	N/A	690	100.7%	N/A	
卸売業	860	N/A	860	100.1%	N/A	
その他						
合計	95,130	N/A	111,660	117.4%	N/A	
合計(小売・サービス)	66,410	3.11%	78,360	118.0%	3.67%	