



国内電子商取引市場規模 (BtoC)

経済産業省は、日本の電子商取引市場の実態等について調査し取りまとめました。

調査結果概要

令和2年の日本国内のBtoC-EC（消費者向け電子商取引）市場規模は、19.3兆円（前年19.4兆円、前年比0.43%減）とほぼ横ばいになりました。また、令和2年の日本国内のBtoB-EC（企業間電子商取引）市場規模は334.9兆円（前年353.0兆円、前年比5.1%減）に減少しました。

新型コロナウイルスの感染症拡大の対策として、外出自粛の呼びかけ及びECの利用が推奨された結果、物販系分野の大幅な市場規模拡大につながった一方、主として旅行サービスの縮小に伴い、サービス系分野の市場規模は、大幅に減少しました。その結果、物販系分野の大幅な伸長分とサービス系分野の大幅な減少分が相殺され、BtoC-EC市場規模全体としては、830億円の減少となりました。BtoC-EC市場規模が増加しなかったのは、本市場調査開始以降、初めてのことです。

出典：経産省ニュースリリース 2021年7月30日

https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/statistics/outlook/210730_new_kohyoshiryo.pdf

また、BtoC-EC市場規模を分野別にみると、下表のとおりとなります。

BtoC-ECの市場規模及び各分野の伸長率

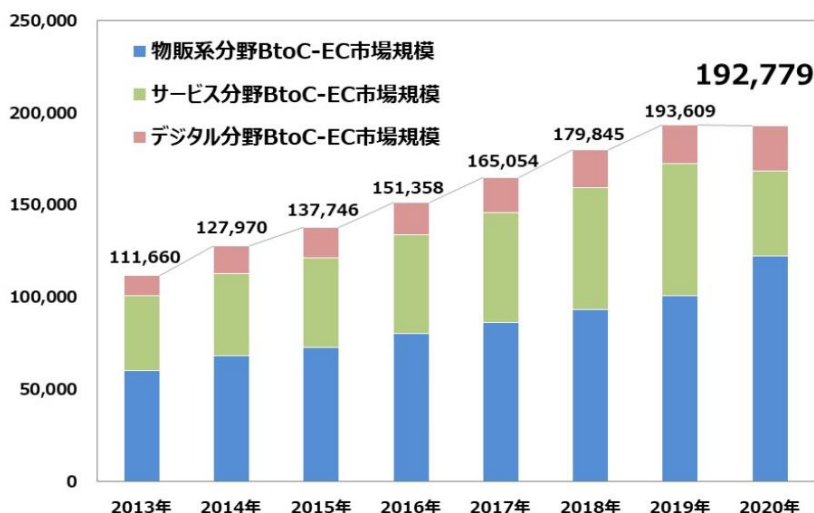
	2019年	2020年	伸長率
A. 物販系分野	10兆515億円 (EC化率 6.76%)	12兆2,333億円 (EC化率 8.08%)	▲ 21.71%
B. サービス系分野	7兆1,672億円	4兆5,832億円	▲ 36.05%
C. デジタル系分野	2兆1,422億円	2兆4,614億円	▲ 14.90%
総計	19兆3,609億円	19兆2,779億円	▲ 0.43%

A. 物販系分野

物販系分野のBtoC-EC市場規模の内訳をみると、「生活家電・AV機器・PC・周辺機器等」(2兆3,489億円)、「衣類・服装雑貨等」(2兆2,203億円)、「食品、飲料、酒類」(2兆2,086億円)、「生活雑貨、家具、インテリア」(2兆1,322億円)の割合が大きく、これらの上位4カテゴリ合計で物販系分野の73%を占めています。また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、全カテゴリにおいて市場規模が大幅に拡大しました。

EC化率については、「書籍、映像・音楽ソフト」(42.97%)、「生活家電、AV機器、PC・周辺機器等」(37.45%)、「生活雑貨、家具、インテリア」(26.03%)において高い値となっています。例えば、「生活家電、AV機器、PC・周辺機器等」は、製品の仕様が明確であり、事前の調査(探索)行為を通じて製品の内容や特徴を理解しやすいという点で、ECとの親和性が高いと言えます。また、「家具・インテリア」についても、各家庭の事情に合わせてサイズ面や色に関して詳細なニーズがあるため、売り場や在庫の制約がないECとの相性が良いと言えます。

BtoC-EC市場規模の経年推移 (単位：億円)



物販系分野のBtoC-EC市場規模

分類	2019年		2020年	
	市場規模 (億円) ※下段：前年比	EC化率	市場規模 (億円) ※下段：前年比	EC化率
① 食品、飲料、酒類	18,233 (7.77%)	2.89%	22,086 (21.13%)	3.31%
② 生活家電、AV機器、PC・周辺機器等	18,239 (10.76%)	32.75%	23,489 (28.79%)	37.45%
③ 書籍、映像・音楽ソフト	13,015 (7.83%)	34.18%	16,238 (24.77%)	42.97%
④ 化粧品、医薬品	6,611 (7.75%)	6.00%	7,787 (17.79%)	6.72%
⑤ 生活雑貨、家具、インテリア	17,428 (8.36%)	23.32%	21,322 (22.35%)	26.03%
⑥ 衣類・服装雑貨等	19,100 (7.74%)	13.87%	22,203 (16.25%)	19.44%
⑦ 自動車、自動二輪車、パーツ等	2,396 (2.04%)	2.88%	2,784 (16.17%)	3.23%
⑧ その他	5,492 (4.79%)	1.54%	6,423 (16.95%)	1.85%
合計	100,515 (8.09%)	6.76%	122,333 (21.71%)	8.08%

B. サービス系分野

サービス系分野の BtoC-EC 市場規模の内訳をみると、「旅行サービス」(1兆5,494億円)が大きな割合を占めています。また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で「旅行サービス」、「飲食サービス」、「チケット販売」の市場規模が大きく縮小しました。

C. デジタル系分野

デジタル系分野の BtoC-EC 市場規模の内訳をみると、「オンラインゲーム」(1兆4,957億円)が大きな割合を占めています。「オンラインゲーム」、「有料動画配信」、「有料音楽配信」市場拡大の背景には、新型コロナウイルス感染症拡大を受け、在宅で過ごす消費者が増え、巣ごもり需要が増加したことがあると考えられます。

～産廃だった卵殻を環境にやさしい「金の卵」に～

- ◆デザートを製造する際に大量に出てくる卵の殻。かつては月に数十万円を支払って産業廃棄物として処理していたものを、バイオマスプラスチックやエコペーパーといった環境にやさしい素材に活用したのが「SAMURAI TRADING (サムライトレーディング)」(埼玉県桶川市)だ。地球温暖化の原因とされる二酸化炭素(CO2)の削減が叫ばれるなか、同社の素材は各方面から注目されている。産廃が今や「金の卵」に変わりつつある。
- ◆同社代表取締役をつとめる櫻井裕也氏は元々、飲食店向けデザートなどの製造・販売を行う会社を運営していた。10年ほど前、アメリカを訪れ、現地のスーパーマーケットを視察。そこで食品売り場の色彩に違和感を覚えた。「日本のスーパーは白っぽいイメージだが、アメリカは茶色っぽい感じだった」(櫻井氏)。原因は紙製トレイだった。日本ではプラスチック製の白いトレイが使われているが、環境問題への意識が高いアメリカではすでに脱プラスチックが進み、紙に置き換わっていたのだ。「アメリカでの流れは日本にも来る」と考えた櫻井氏は、これを契機に脱プラスチックに取り組むことになった。
- ◆その後、会社の経営を父親に引き継いでもらった櫻井氏は2017年にサムライトレーディングを設立し、卵の殻を原料とした素材の開発に専念した。そして、殻を60%含んだバイオマスプラスチック素材「PLASHELL (プラシェル)」の開発に成功。続いて、同じく殻を活用した次世代のエコペーパー「CaMISHELL (カミシェル)」を世に送り出した。「脱プラスチックに加え、紙に殻を配合することで森林の伐採を少なくできれば、二重の意味でCO2削減につながる」(櫻井氏)。相次いで誕生した素材はどちらも高い評価を受け、埼玉県主催の渋沢栄一ビジネス大賞で2019年に奨励賞、翌年には大賞を受賞した。
- ◆今年7月には次世代のバイオマス素材「Shellmine (シェルミン)」が本格発売された。パルプに卵殻、補強材を加えて高圧力で製品化させたもので、殻の比率は55%。メラミン食器と異なり、電子レンジで使用できるのが特徴の一つだ。食器製造・販売のアヅミ産業(さいたま市)がシェルミンを使った商品を売り出しており、多数の問い合わせが寄せられている。すでに大手外食チェーンや大手ホテルチェーンで採用が決定している。
- ◆こうした素材の開発とともに櫻井氏が進めているのが「エコ玉プロジェクト」。卵の殻を使った製品の普及を目指して立ち上げた運動だ。渋沢栄一ビジネス大賞受賞を契機につながりができた金融機関などが賛同し、そこに行政が加わり、官民挙げての運動となった。このほか、CO2を吸収し、津波や土砂崩れなどの災害を抑える効果もあるとして植林活動にも力を入れている。SDGsへの関心が高まるなか、櫻井氏の活動はさらに広がりを見せそうだ。(編集子) e-中小企業ネットマガジン(7/28号)より

※総務省統計局、統計でみる都道府県の姿、社会生活統計指標、居住データに基づき作成

都道府県	着工新設住宅比率(対居住世帯あり住宅数)	持ち家比率(対居住世帯あり住宅数)	借家比率(対居住世帯あり住宅数)	空き家比率(対総住宅数)	居住室数(1住宅当たり)(持ち家)	居住室数(1住宅当たり)(借家)	持ち家住宅の居住室の畳数(1住宅当たり)	借家住宅の居住室の畳数(1住宅当たり)
データ	2019年	2018年	2018年	2018年	2018年	2018年	2018年	2018年
全国平均	1.60%	61.20%	35.60%	13.60%	5.5室	2.58室	41.49	18.14
北海道	1.3	56.3	41.3	13.5	5.32	2.83	42.65	20.73
青森県	1.2	70.3	28.2	15	6.25	2.85	49.05	20.38
岩手県	1.6	69.9	28.6	16.1	6.41	2.84	49	19.87
宮城県	1.7	58.1	38.7	12	5.8	2.51	44.43	17.77
秋田県	1.1	77.3	21.6	13.6	6.44	2.75	51.26	19.67
山形県	1.4	74.9	23.1	12.1	6.63	2.71	50.61	18.66
福島県	1.5	67.7	29.7	14.3	6.17	2.78	46.78	19
茨城県	1.6	71.2	25.9	14.8	5.74	2.66	43.67	18.67
栃木県	1.6	69.1	28.4	17.3	5.76	2.67	43.27	18.81
群馬県	1.5	71.4	26.5	16.7	5.66	2.67	42.69	18.47
埼玉県	1.6	65.7	31	10.2	5.08	2.56	38.3	18.06
千葉県	1.7	65.4	31.6	12.6	5.14	2.53	39.5	17.97
東京都	2	45	49.1	10.6	4.44	2.18	34.76	15.84
神奈川県	1.8	59.1	37.2	10.8	4.78	2.44	37.38	17.45
新潟県	1.4	74	24.3	14.7	6.5	2.61	49.72	18.47
富山県	1.5	76.8	21.6	13.3	7.01	2.51	53.83	18.43
石川県	1.7	69.3	28.5	14.5	6.54	2.54	50.55	18.56
福井県	1.7	74.9	22.8	13.8	6.76	2.72	50.43	19.18
山梨県	1.3	70.2	26.8	21.3	5.91	2.71	45.36	18.61
長野県	1.5	71.2	26.7	19.6	6.28	2.72	48.51	19.23
岐阜県	1.6	74.3	23.2	15.6	6.59	2.82	49.13	19.78
静岡県	1.5	67	30.1	16.4	5.74	2.68	43.8	19.02
愛知県	2.1	59.5	37.7	11.3	5.75	2.6	44.09	18.6
三重県	1.5	72	25.6	15.2	6.18	2.72	45.13	19.12
滋賀県	1.7	71.6	25.9	13	6.47	2.66	47.46	18.93
京都府	1.3	61.3	34.7	12.8	5.44	2.44	38.66	16.67
大阪府	1.7	54.7	41.2	15.2	5.01	2.55	36.84	17.26
兵庫県	1.4	64.8	32.7	13.4	5.51	2.75	41.6	19.24
奈良県	1.2	74.1	24.1	14.1	6.07	3.04	44.49	20.63
和歌山県	1.3	73	24.9	20.3	5.81	2.98	40.77	19.35
鳥取県	1.2	68.8	29	15.5	6.65	2.75	46.74	18.63
島根県	1.5	70.2	28.4	15.4	6.58	2.82	45.39	19
岡山県	1.6	64.9	31.5	15.6	6.15	2.69	44.02	18.48
広島県	1.5	61.4	35.7	15.1	5.66	2.73	42.04	18.87
山口県	1.2	67.1	30.4	17.6	5.84	2.84	41.51	19.08
徳島県	1.3	69.2	27.7	19.5	6.06	2.92	44.63	19.94
香川県	1.3	69.3	29	18.1	6.18	2.87	45.7	20.12
愛媛県	1.3	66.5	31.4	18.2	5.72	2.96	40.35	20.02
高知県	1	64.9	31.8	19.1	5.64	2.97	38.98	19.64
福岡県	1.7	52.8	44.4	12.7	5.3	2.64	40.14	18.71
佐賀県	1.8	66.9	31.2	14.3	6.16	2.98	45.75	20.13
長崎県	1.2	63.7	34.2	15.4	5.59	3	38.88	19.53
熊本県	2.1	61.9	34.5	13.8	5.59	2.88	41.05	19.47
大分県	1.6	63.6	34	16.8	5.82	2.87	41.95	19.49
宮崎県	1.4	65.7	32.9	15.4	5.28	2.89	37.98	19.42
鹿児島県	1.5	64.6	33.8	19	5.09	2.85	35.46	18.79
沖縄県	1.5	44.4	49.5	10.4	4.89	2.86	36.4	19.74

1位から10位

38位から47位