

スームアップ経済統計

日本のネット消費は過去5年で倍増 (経済産業省・電子商取引に関する市場調査)

ジャパンマクロアドバイザーズ チーフエコノミスト

大久保 琢史

インターネットを通じた個人消費は、今後も高成長が期待できる。電子書籍、映像のネット配信、モバイルゲームなど革新的なサービスが毎年、数多く生まれている。また、今年に入ってから話題となっている一般医薬品のネット販売解禁のように、電子取引（Eコマース）が従来の流通経路を代替し、成長している。

日本でのEコマースの動向を把握するうえで、経済産業省が年次で発表している「電子商取引に関する市場調査」が包括的な統計として参考になる。9月27日に発表された最新の報告書によれば、消費者向けEコマースの市場規模は2012年には9・5兆円と、前年比12・5%の伸びとなっている。また、

Eコマース比率（すべての商取引に占めるEコマースの割合）は、小売・サービス業で3・1%と推計されている。07年と比較すると、市場規模（5・3兆円）、Eコマース比率（1・5%）ともに、ほぼ倍増している

ことがわかる。この統計では業種別の市場規模、Eコマース比率も発表されている。たとえば、医薬化粧品は、07年の1・47%から12年には4・02%とほぼ3倍増となっており、一般医薬品についての規制緩和以前から、急成長を遂げている分野であることがわかる。

それでは、Eコマースは今後従来のような急成長を続けることができるのだろうか。この分野で日本よりも先行するアメリカの動向が参考になるだろう。

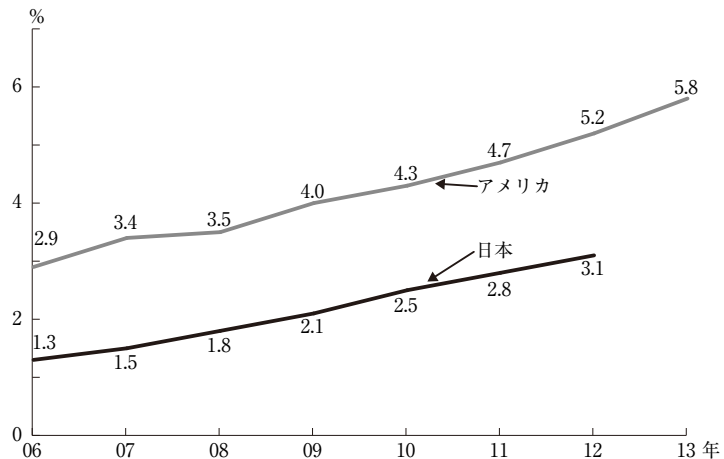
アメリカでは、商務省国勢調査局が

四半期ごとにEコマースについて統計を発表している。直近の13年4～6月期をみると、Eコマース比率は5・8%とほぼ日本の倍、市場規模は年換算で2590億ドル（約25・4兆円）となっている。アメリカのEコマース比率をさかのぼると07年4～6月期にちょうど現在の日本と同率の3・1%となっており、6年間で2

倍弱の5・8%まで上昇したことになる。日本でも、Eコマースの伸びの余地はまだまだ高いといえよう。

経済産業省発表の報告書には、Eコマースを利用した購入商品についての日米調査比較があるが、これは日本のEコマースが今後どの分野で伸びうるかのヒ

〔図表〕 日本のEコマースは今後6年でさらに倍増する可能性がある



(注) アメリカの13年の数値は4～6月期。それ以外は年平均。

ントともなる。日本側で利用率が低いのは、電子書籍（日本・5・6%、アメリカ・21・1%）、音楽・映像ダウンロード（日本・10・4%、アメリカ・29・4%）、ソフト・ゲームダウンロード（日本・5・7%、アメリカ・19・8%）であり、今後の動向が注目される。