

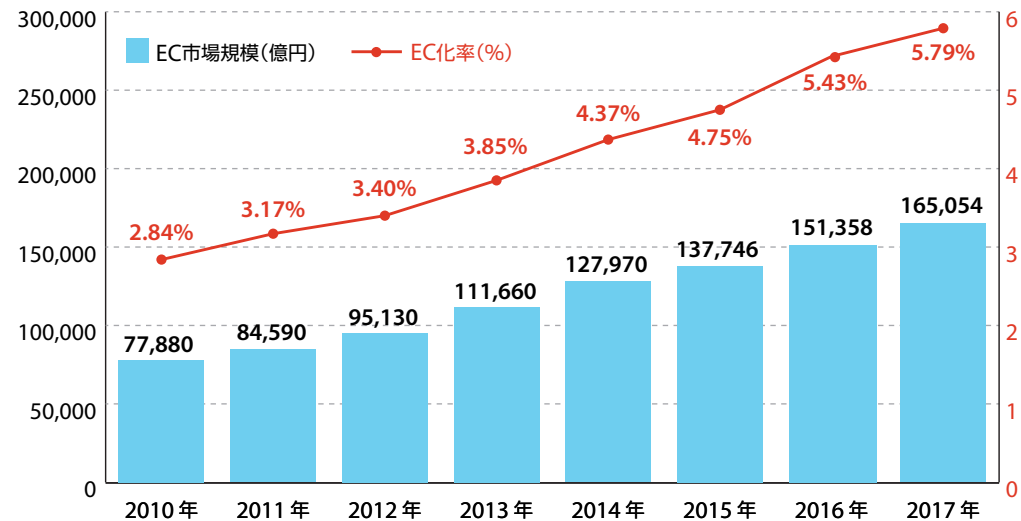
市場規模 / EC化率

日本の
EC市場規模は
16.5兆円。
EC化率は5.79%

「平成29年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」
(経済産業省)

発表:2018年4月25日

資料名:図表 4-4:BtoC-ECの市場規模およびEC化率の経年推移



日本のBtoC-EC市場規模の推移(2010年~2017年)

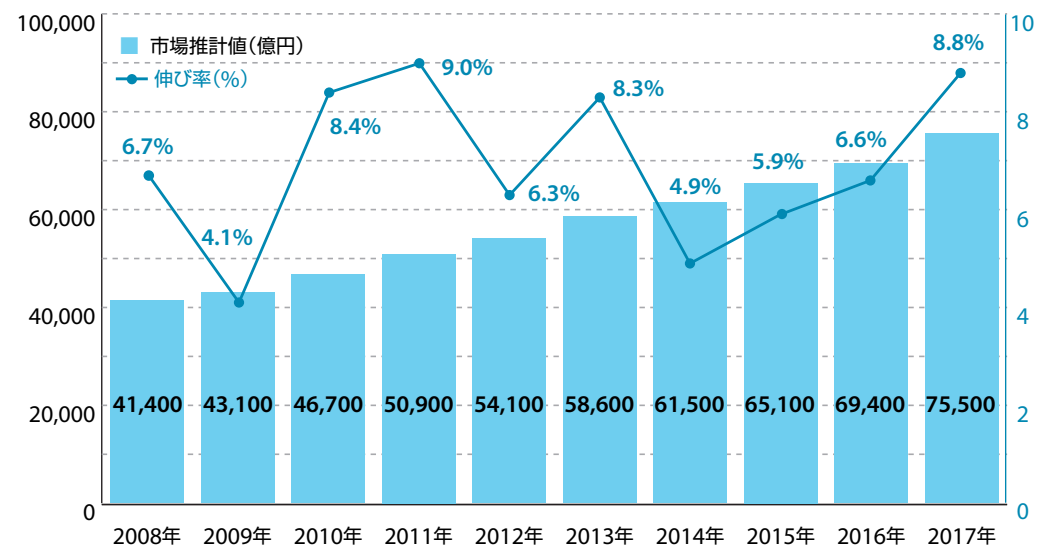
(経済産業省の左記の資料をもとにネットショップ担当者フォーラム編集部が作成)

市場規模

JADMAの調査によると、通販・EC市場は7.5兆円

「2017年度通販市場売上高調査」
(公益社団法人日本通信販売協会)

発表:2018年8月27日



通販市場規模の推移(2008年~2017年)

(JADMAの左記の資料をもとにネットショップ担当者フォーラム編集部が作成)

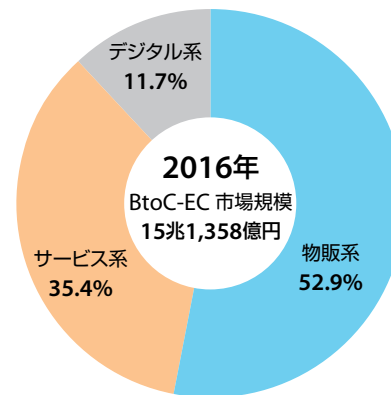
市場規模

物販系 BtoC-ECは 7.5%の伸び率

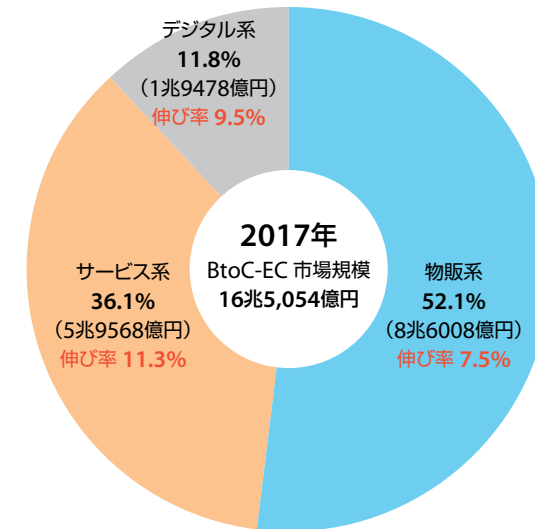
「平成29年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」
(経済産業省)

発表:2018年4月25日

資料名:図表 4-3:BtoC-EC市場規模および各分野の構成比率



サービス系……旅行、サービス、チケット、金融など
デジタル系……電子書籍・電子雑誌、音楽・動画配信、オンラインゲーム など



日本のBtoC-EC市場規模の推移(2010年~2017年)

(経済産業省の左記の資料をもとにネットショップ担当者フォーラム編集部が作成)

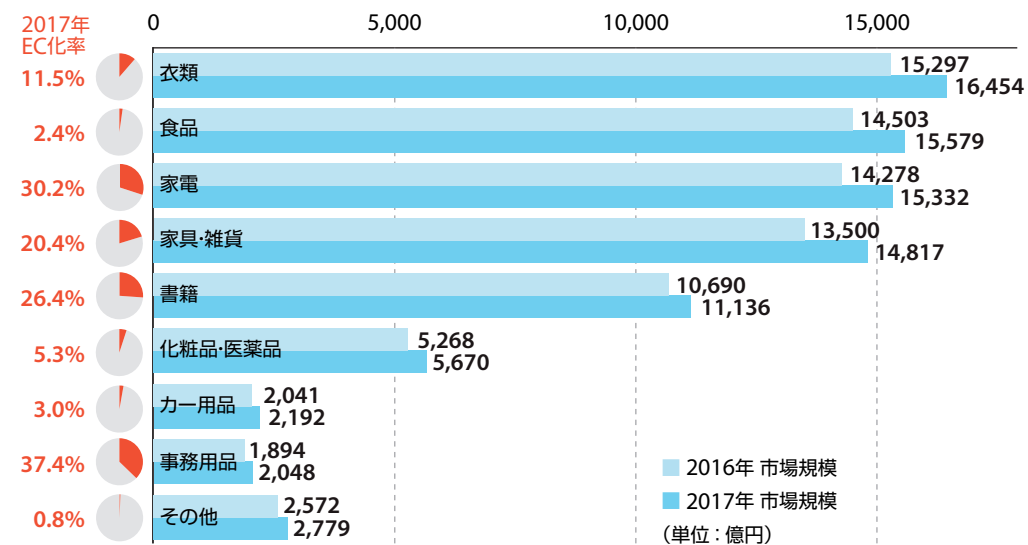
市場規模／分野別

衣類、食品、 生活家電、 インテリアが 市場をけん引

「平成29年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」
(経済産業省)

発表:2018年4月25日

資料名:図表 4-10:物販系分野のBtoC-EC
市場規模



分野別の市場規模とEC化率(2016年~2017年)

(経済産業省の左記の資料をもとにネットショップ担当者フォーラム編集部が作成)

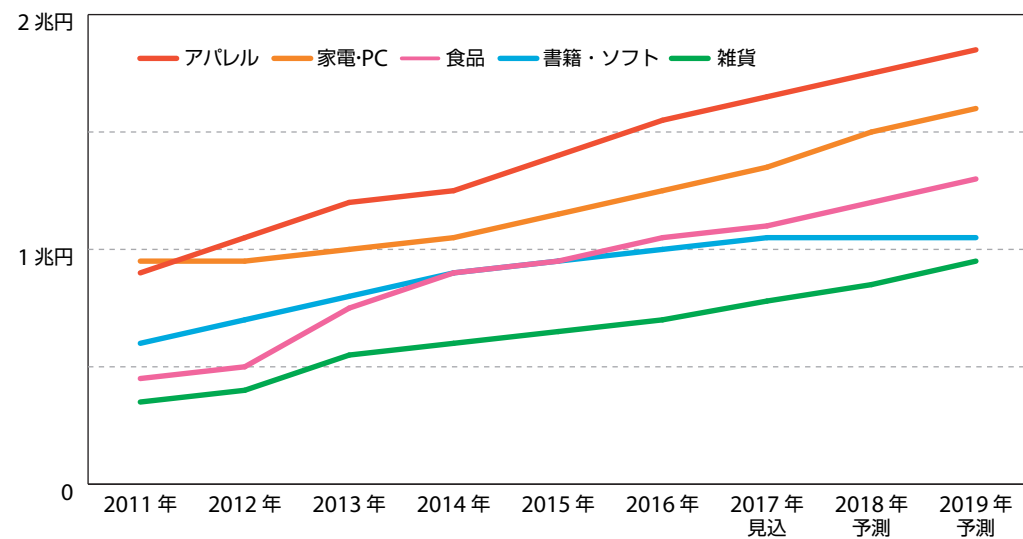
市場規模／分野別

成長率が高いのは
食品・産直品、
生活雑貨、
アパレル

「通販・e-コマースビジネスの実態と今後 2018」
(富士経済)

発表:2018年2月19日

資料名:EC(物販)国内市場における注目商品カテゴリー



各分野のBtoC-EC市場規模の推移と予測

(富士経済の左記の資料をもとにネットショップ担当者フォーラム編集部が作成)

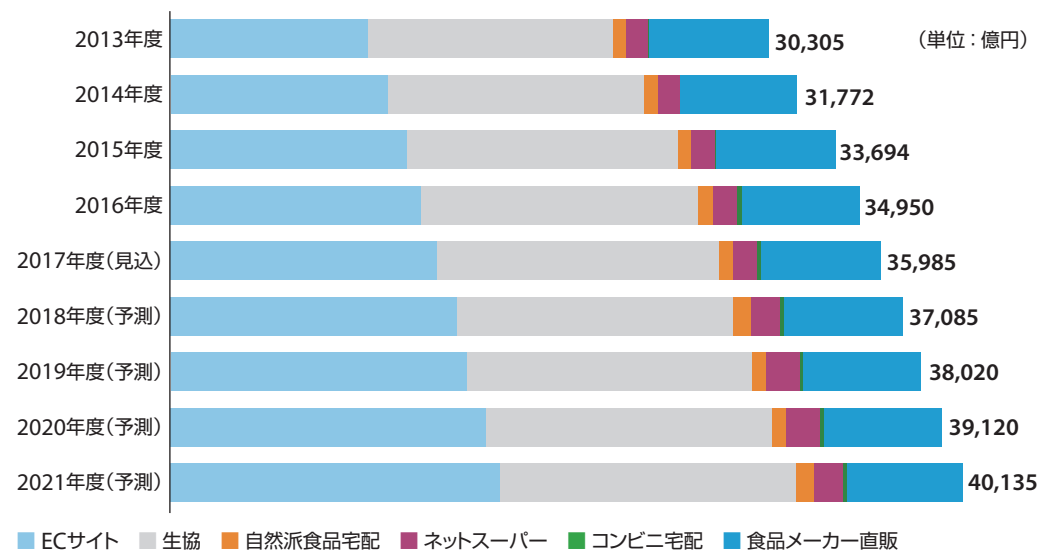
市場規模 / 食品

食品は 4兆円市場に 成長見込み

「2018年版 食品の通信販売市場」
(矢野経済研究所)

発表:2018年7月24日

資料名:図1 食品通販市場規模推移と予測



食品通販市場規模の推移と予測

(矢野経済研究所の左記の資料をもとにネットショップ担当者フォーラム編集部が作成)

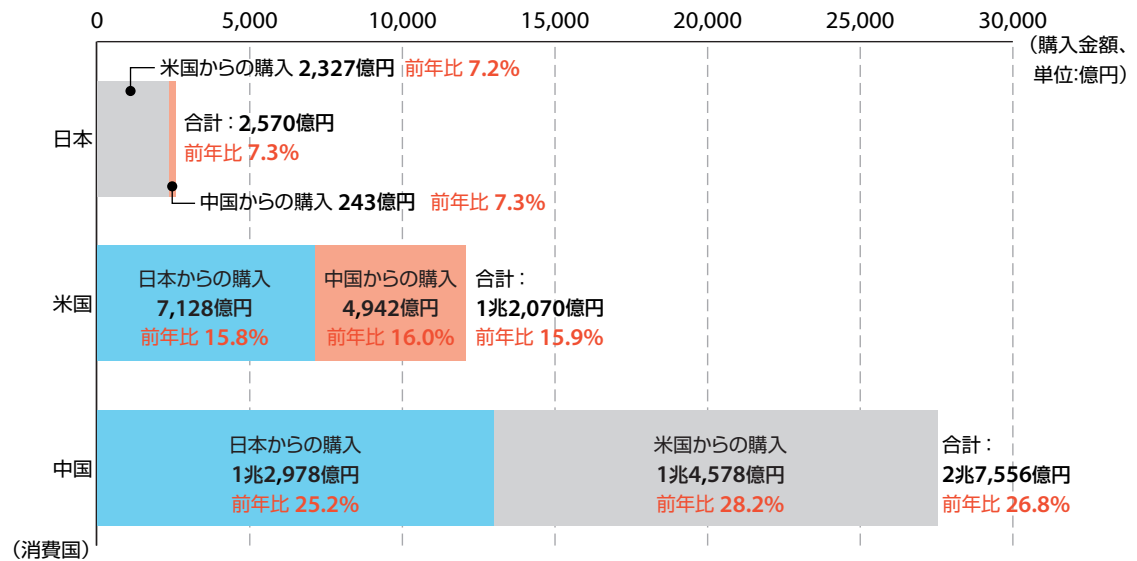
市場規模 / 越境EC

中国消費者は日本の商品を
1兆2,978億円
購入している

「平成29年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」
(経済産業省)

発表:2018年4月25日

資料名:図表 1-8:越境EC市場規模(2017年)



日本・米国・中国の越境EC市場規模(2017年)

(経済産業省の左記の資料をもとにネットショップ担当者フォーラム編集部が作成)



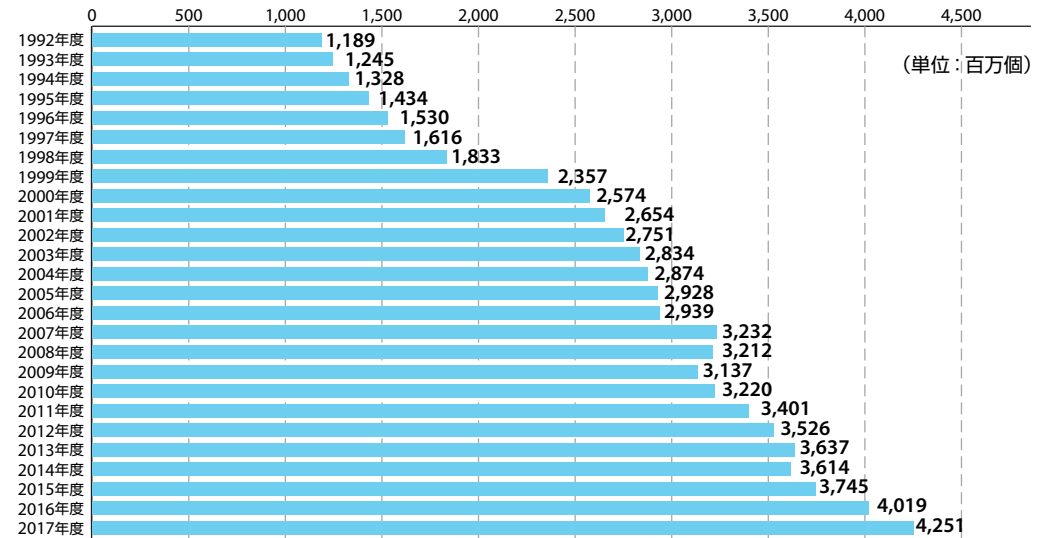
市場規模 / 宅配

宅配便取扱個数が
42億個を突破。
増加率は
前年度比5.8%

「平成29年度 宅配便取扱実績について」
(国土交通省)

発表:2018年9月7日

資料名:宅配便取扱個数の推移



宅配便取扱個数の推移(1992年~2017年)※2007年度からゆうパックを調査対象に追加
(国土交通省の左記の資料をもとにネットショップ担当者フォーラム編集部が作成)

消費者動向 / デバイス

ネット通販の利用デバイス。 20代はスマホが過半数を占める

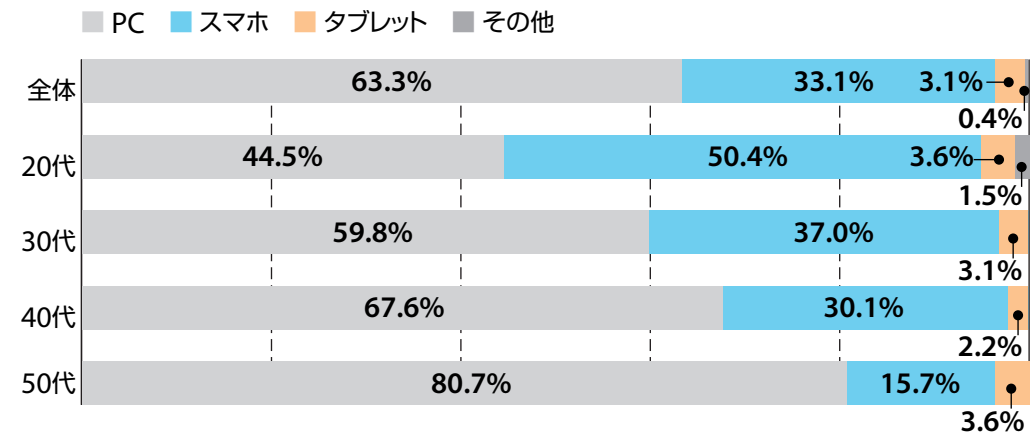
「サマーセールに関するオンライン・ショッピング動向調査」
(CRITEO)

発表:2018年7月30日

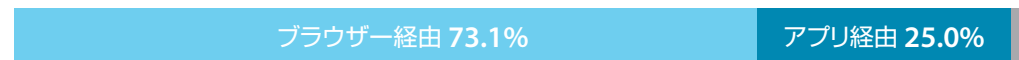
調査期間:2018年7月

調査対象:20歳～59歳のオンライン・ショッピング利用
経験者・男女600名

資料名:ネット通販で最も利用するデバイス(年代別) /
オンラインでの買い物で使用する端末



購入経路



ネット通販でもっとも利用するデバイス(年代別)と、スマホで購入する際の経路

(CRITEOの左記の資料をもとにネットショップ担当者フォーラム編集部が作成)

消費者動向 / スマホ

半数近くは スマホでの 購入経験がない

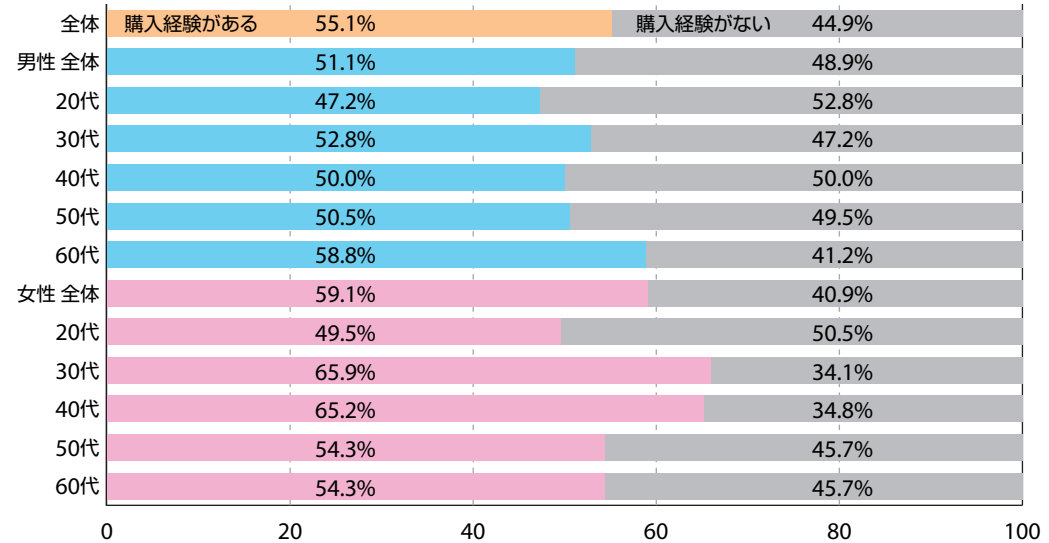
「スマートフォンにおける打消し表示に関する実態調査
報告書」(消費者庁)

発表:2018年5月16日

調査期間:2017年10月2日~2018年2月28日

調査対象:普段スマートフォンを利用している全国の消
費者1000人

資料名:【属性別】過去1年間のスマートフォンでの購入
経験



過去1年間のスマホでの購入経験(年代別)

(消費者庁の左記の資料をもとにネットショップ担当者フォーラム編集部が作成)

消費者動向 / ECモール

女性がよく使う
モールは楽天。
男性はAmazon

「ECサイトの使い分け」(ドウ・ハウス)

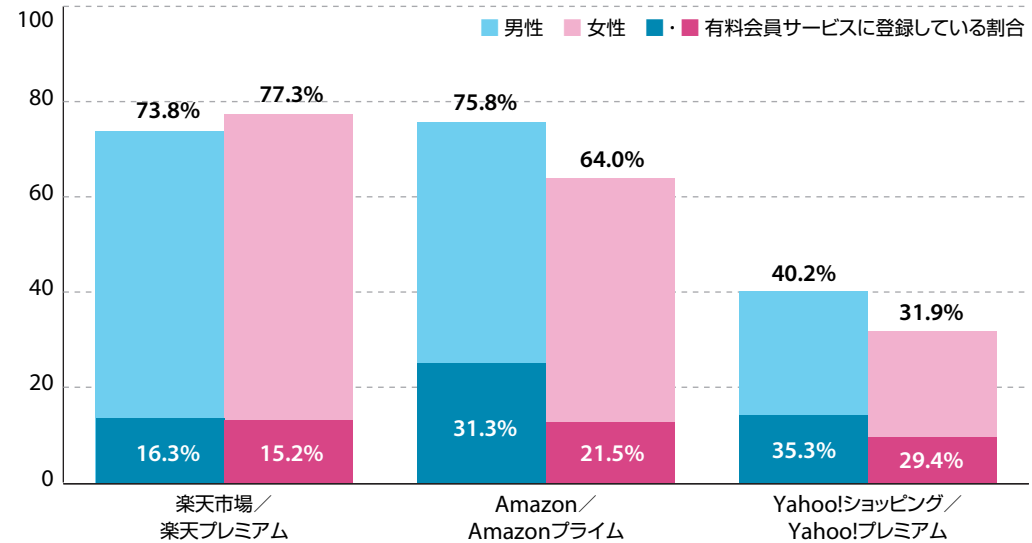
発表:2018年8月13日

調査期間:2018年2月21日~3月9日

調査対象:20代~60代の男女1000人

資料名:普段購入しているECサイト(上位サイトを抜粋) /

【図3】利用している有料サービス



普段購入しているモール(男女別・複数回答)と、有料会員サービスに登録している割合
(ドウ・ハウスの左記の資料をもとにネットショップ担当者フォーラム編集部が作成)

消費者動向 / 決済

モバイル決済の経験者は20%、QRコード決済の利用経験者は9.1%

「QRコード決済・モバイル決済の利用実態と今後の利用意向に関する調査 2018年」
(デロイトトーマツ)

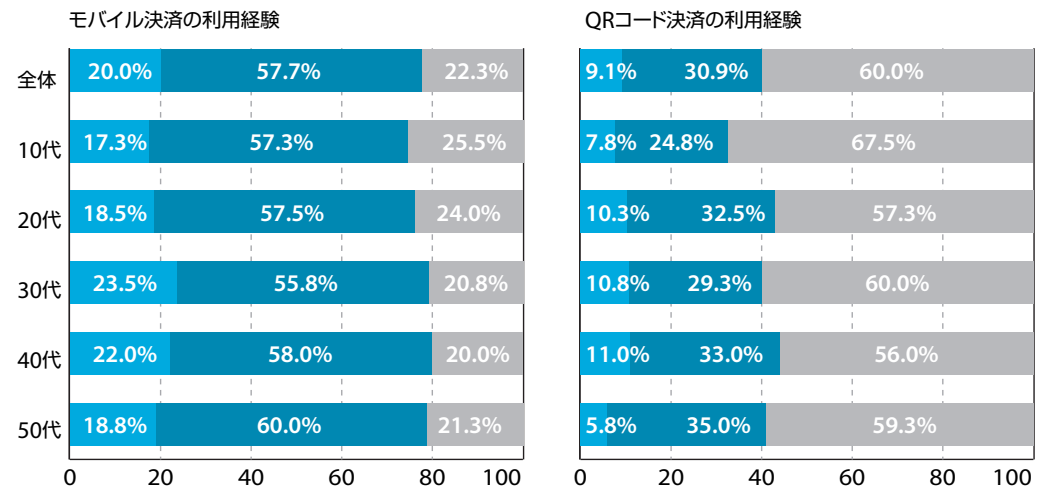
発表:2018年8月13日

調査対象:スマホを保有し、アプリ利用の経験がある2000人(10代・20代・30代・40代・50代各男女200人ずつ)

調査期間:2018年5月18日~22日

資料名:QRコード決済およびモバイル決済の利用状況

■ 利用したことがある ■ 知っているが利用したことはない ■ 聞いたことがなかった



モバイル決済、QRコード決済の利用状況(年代別)

(デロイトトーマツの左記の資料をもとにネットショップ担当者フォーラム編集部が作成)