

平成 29 年 3 月 14 日  
物 価 統 計 室

## インターネット通信販売の現状について

## 1. インターネットを利用した購入割合

「平成 26 年全国消費実態調査」では、購入先に関する調査も行っており、調査結果から、消費支出のうち「通信販売（インターネット）」を利用した支出の割合を計算することができる（ただし、平成 26 年 11 月の家計簿の結果である点に注意<sup>1</sup>。）

## (1) 消費支出全体

「通信販売（インターネット）」を利用した購入割合は、二人以上の世帯では 1.7%<sup>2</sup>となっている。

## (2) 費目・品目別（二人以上の世帯）

二人以上の世帯について、「通信販売（インターネット）」を利用した購入割合が比較的高い費目及び品目みると、以下のようにになっている<sup>3</sup>。

費目	中分類	品目または小分類	インターネット 購入金額割合(%)	費目	中分類	品目または小分類	インターネット 購入金額割合(%)			
家具・家事用品			4.2	被服及び履物			3.1			
	家庭用耐久財				6.6	生地・糸類			6.7	
			電気掃除機		14.0	和服			5.8	
			炊事用電気器具		9.2		婦人用和服			4.8
			ストーブ・温風ヒーター		6.2	履物類			3.9	
			食卓セット		5.4		運動靴			4.8
			電子レンジ		5.2		男子靴			4.2
		寝具類				5.4	婦人靴			4.1
			布団		5.2	子供靴			3.3	
	室内装備・装飾品				5.1	洋服			3.5	
			室内装飾品		7.4		子供用洋服			4.1
			照明器具		7.1		スカート			4.0
			敷物		3.7		婦人用コート			3.6
	家事雑貨				4.1		婦人服			3.5
			台所用品		5.5		婦人用スラックス			3.2
			食卓用品		3.7		男子用コート			3.2
	教養娯楽				4.0	下着類			2.6	
教養娯楽用耐久財				10.5	子供用下着類			3.8		
			パソコン関連用品	17.4	シャツ・セーター類			2.4		
			カメラ	12.3		子供用シャツ・セーター類			3.0	
			パソコン	11.4	その他の消費支出			2.2		
教養娯楽用品				5.0		諸雑費			2.2	
			音楽・映像収録済メディア	23.9		理美容用電気器具			7.6	
			スポーツ用具	9.5		化粧品			6.6	
			ペットフード	6.9		浴用・洗顔石けん			3.3	
			耐久性文房具	5.5		整髪・養毛剤			3.2	
書籍・他の印刷物			3.3	かばん類				4.3		
		書籍	7.7	装身具				3.1		
		教養娯楽サービス	2.7	交通・通信				1.3		
保健医療			3.9			交通			4.2	
		健康保持用摂取品	13.5		航空運賃			40.3		
		保健医療用品・器具	3.2	通信			1.3			
	コンタクトレンズ	10.7	携帯電話				8.7			
	紙おむつ(乳幼児用)	4.2	自動車等関係費				0.4			
	医薬品	0.8	自転車購入			3.5				
				<b>消費支出全体(二人以上の世帯)</b>				<b>1.7</b>		

<sup>1</sup> インターネットを利用した支出額には季節性があり、「家計消費状況調査」によると、7月や12月（ボーナス月）の支出が比較的多い傾向となっている。

<sup>2</sup> 「家計消費状況調査」の平成 28 年平均結果（二人以上の世帯）によると、インターネットを利用した支出額の割合は 2.7%となっている。

<sup>3</sup> 1か月の支出が 100 円未満の項目又はバスケット項目については、除外している。（バスケット項目とは、例えば、「他の被服」など、主要な分類に区分されない種々な品目の集まりを指す。）

## 2. 消費者向け電子商取引（以下「BtoC-EC」）市場規模及び EC 化率

### (1) 全体

経済産業省の「電子商取引に関する市場調査<sup>4</sup>」によると、2015年のBtoC-ECの市場規模は、13兆7,746億円（対前年比7.6%増）となっている。

また、電子商取引の浸透度合を示す指標であるEC化率<sup>5</sup>は4.75%（対前年0.38ポイント増）となっている。

	2014年	2015年	伸び率
総計	12兆7,970億円	13兆7,746億円	7.6%
うち物販系分野	6兆8,042億円 (EC化率 4.37%)	7兆2,398億円 (EC化率 4.75%)	6.4%
うちサービス系分野	4兆4,816億円	4兆9,014億円	9.4%

### (2) 物販系分野

物販系分野のEC化率を分類別にみると「生活家電、AV機器、PC・周辺機器等（28.34%）」が最も高くなっている。

分類	2014年		2015年	
	市場規模 (億円)	EC化率	市場規模 (億円)	EC化率
生活家電、AV機器、PC・周辺機器等	12,706	24.13%	13,103	28.34%
事務用品、文房具	1,599	28.12%	1,707	28.19%
書籍、映像・音楽ソフト	8,969	19.59%	9,544	21.79%
雑貨、家具、インテリア	11,590	15.49%	12,120	16.74%
衣類・服装雑貨等	12,822	8.11%	13,839	9.04%
化粧品、医薬品	4,415	4.18%	4,699	4.48%
自動車、自動二輪車、パーツ等	1,802	1.98%	1,874	2.51%
食品、飲料、酒類	11,915	1.89%	13,162	2.03%
その他	2,227	0.56%	2,348	0.63%
合計	68,043	4.37%	72,398	4.75%

### (3) サービス系分野

サービス系分野で最もBtoC-ECの市場規模が大きいのは旅行サービスである。

分類	2014年	2015年
	市場規模 (億円)	市場規模 (億円)
旅行サービス	26,304	28,850
飲食サービス	1,764	2,379
チケット販売	3,300	3,750
金融サービス	6,318	6,192
理美容サービス	7,131	2,420
その他(医療、保険、住居関連、教育等)		5,423
合計	44,816	49,014

※航空券の予約において、既に約半分以上がインターネットで行われていると推測される（本編資料から抜粋）。

<sup>4</sup> 企業及び消費者における電子商取引利用の発展・拡大による経済社会の変化や影響等を分析するため、平成10年度（1998年）より継続的に実施されている。主な調査項目としては、企業間及び消費者向け電子商取引の市場規模、電子商取引化率（全ての取引金額に占める電子的な取引金額の比率）、企業・消費者における電子商取引の利活用動向など。詳細は経済産業省のHP等を参照。

<sup>5</sup> 全ての商取引における、電子商取引（EC）の割合。BtoC-ECにおけるEC化率は、物販系分野における値を指す。物販系分野以外のEC化率については推計の対象外。