

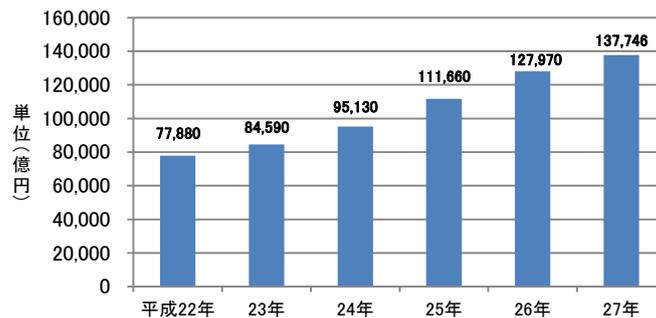
# 拡大する消費者向け電子商取引

～あいちのネットショッピングの現状～

インターネットなどのネットワーク上で契約や決済といった商取引をすることを「電子商取引(Electronic Commerce)」(以下「EC」という。)といいます。

平成27年の日本国内の消費者向けのECの市場規模は、13.8兆円に達し、前年に比べて7.6%という伸びを示しています。(図表-1)

図表-1 日本の消費者向け電子商取引市場規模の推移



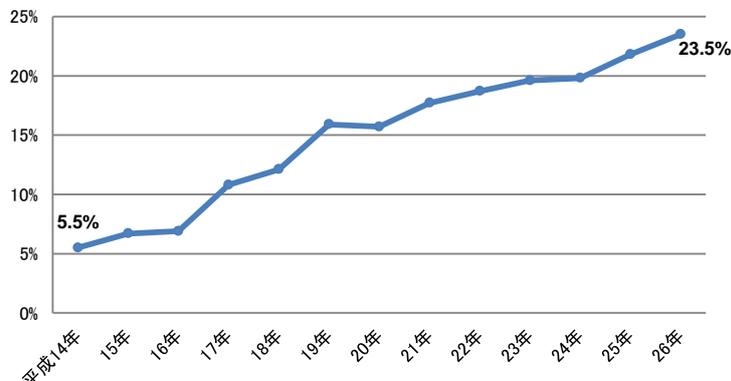
資料:経済産業省「電子商取引に関する市場調査の結果をとりまとめました  
～国内BtoC-EC市場規模は13.8兆円に成長～(平成28年6月14日)」

ECは、取引主体の類型により、企業間のECを「B to B-EC」、企業と消費者のECを「B to C-EC」、消費者間のECを「C to C-EC」の大きく3つに分類されています。ネットショッピングは、この分類のうち「B to C-EC」に含まれています。ここでは、「B to C-EC」の一種としてのネットショッピングの現状について見てみたいと思います。

## ○ネットショッピングの利用世帯の割合

東海4県(愛知県、岐阜県、三重県、静岡県)の世帯について、ネットショッピング利用世帯の割合の推移をみると、平成26年は23.5%で、平成14年の「家計消費状況調査」開始時(5.5%)の4倍以上になっています。(図表-2)

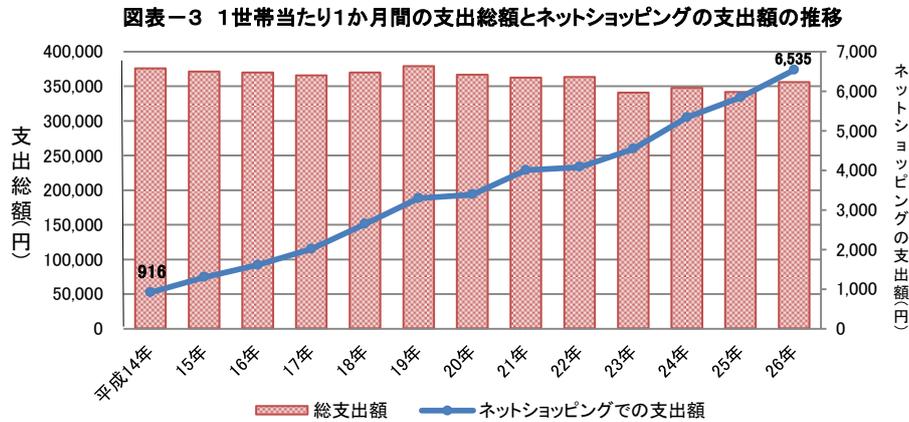
図表-2 ネットショッピングの利用世帯の推移



資料:総務省統計局「家計消費状況調査結果(平成14年～平成26年)」  
(注)ここでの「ネットショッピングの利用世帯」はインターネットを通じて注文をした世帯数を集計総世帯数で除したものをいう。

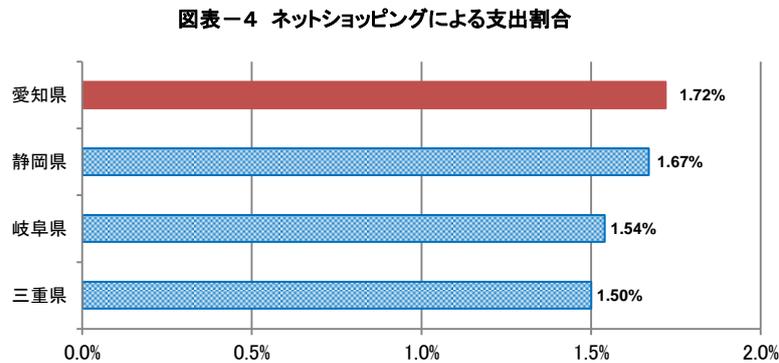
## ○ネットショッピングの支出額及び支出割合

東海4県の世帯について、ネットショッピングでの支出額の推移をみると、平成26年は6,535円で、平成14年の「家計消費状況調査」開始時(916円)の7倍以上になっており、支出総額全体に占める割合も、年々増加していることがわかります。(図表-3)



資料:総務省統計局「家計消費状況調査結果(平成14~平成26年)」  
 (注)「ネットショッピングでの支出額」は、ネットショッピングでの支出の1か月総額を全世帯(ネットショッピングを利用しなかった世帯を含む。)で除したものをいう。  
 年平均結果は、1月~12月の各月の結果を単純平均して算出。  
 対象者:東海4県の二人以上の世帯

東海4県について、各県ごとに支出総額に占めるネットショッピングの支出額の割合をみると、愛知県が1.72%と最も多く、次いで、静岡県(1.67%)、岐阜県(1.54%)、三重県(1.50%)となっています。(図表-4)

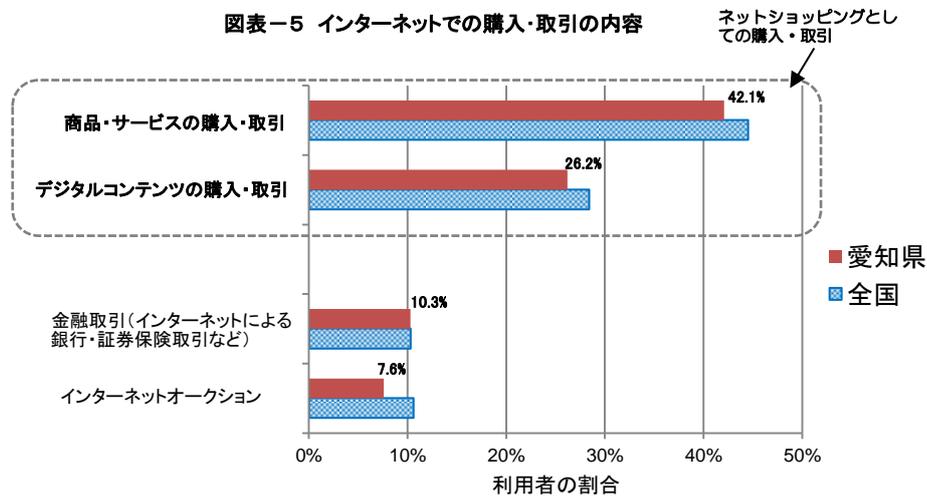


資料:総務省統計局「全国消費実態調査結果(平成26年)」  
 ※対象者:二人以上の世帯

次に、ネットショッピングの取引の内容について見てみます。

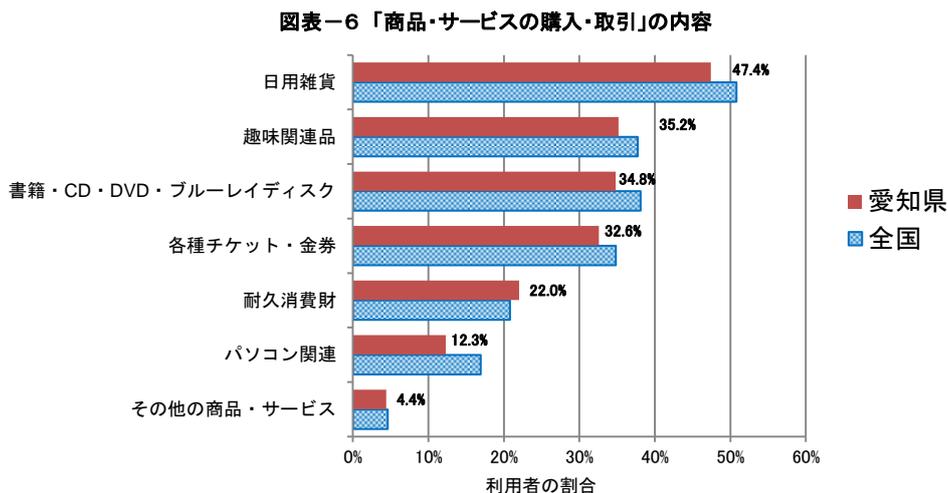
### ○インターネットでの購入・取引

愛知県の世帯について、インターネットでの購入・取引の内容をみると、「商品・サービスの購入・取引」が42.1%と最も多く、次いで「デジタルコンテンツの購入・取引」(26.2%)となっており、インターネット利用者の4割以上がネットショッピングをしていることがわかります。(図表-5)



資料:総務省統計局「通信利用動向調査結果(平成26年)」  
 (注)ここでの「商品・サービスの購入・取引」には、金融取引及びデジタルコンテンツの購入は含まれない。  
 また、「デジタルコンテンツの購入・取引」の「デジタルコンテンツ」は、音楽・音声、映像、ゲームソフト等をいう。  
 ※対象者:平成26年の1年間にインターネットを利用した者  
 複数回答

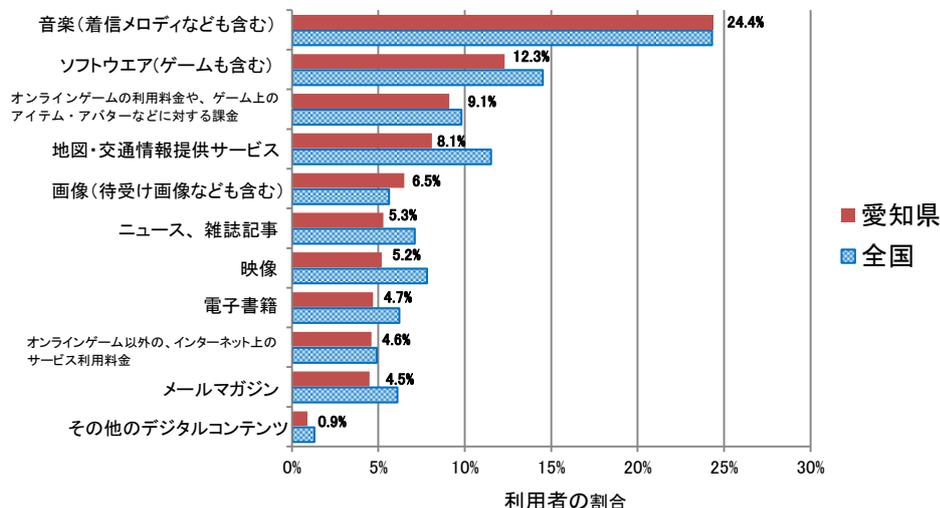
「商品・サービスの購入・取引」をみると、「日用雑貨」の割合が47.4%と最も高く、次いで「趣味関連品」(35.2%)、「書籍・CD・DVD・ブルーレイディスク」(34.8%)、「各種チケット・金券」(32.6%)、「耐久消費財」(22.0%)などとなっています。(図表-6)



資料:総務省統計局「通信利用動向調査結果(平成26年)」  
 (注)「パソコン関連」は、パソコン本体、周辺機器、ソフトウェア(DVDROM等の物品に限る)をいう。  
 「書籍・CD・DVD・ブルーレイディスク」は、電子書籍などデジタル配信されるものを除く。  
 「日用雑貨」は、食料品、衣料品、化粧品、文房具などをいう。  
 「耐久消費財」は、家電、家具などをいう。  
 「趣味関連品」は、アクセサリ、楽器、スポーツ用品、玩具、自動車用品などをいう。  
 「各種チケット・金券」は、交通機関、ホテル・旅館、コンサート等のチケット予約及び購入をいう。  
 「その他の商品・サービス」は、デジタル配信されるものを除く。  
 ※対象者:平成26年の1年間にインターネットでの購入経験を有する15歳以上の者  
 複数回答

「デジタルコンテンツの購入・取引」をみると、「音楽(着信メロディなども含む)」の割合が 24.4%と最も高く、次いで「ソフトウェア(ゲームも含む)」(12.3%)、「オンラインゲームの利用料金や、ゲーム上のアイテム・アバターなどに対する課金」(9.1%)、「地図・交通情報提供サービス」(8.1%)、「画像(待受け画像なども含む)」(6.5%)などとなっています。(図表-5)

図表-5 「デジタルコンテンツの購入・取引」の内容



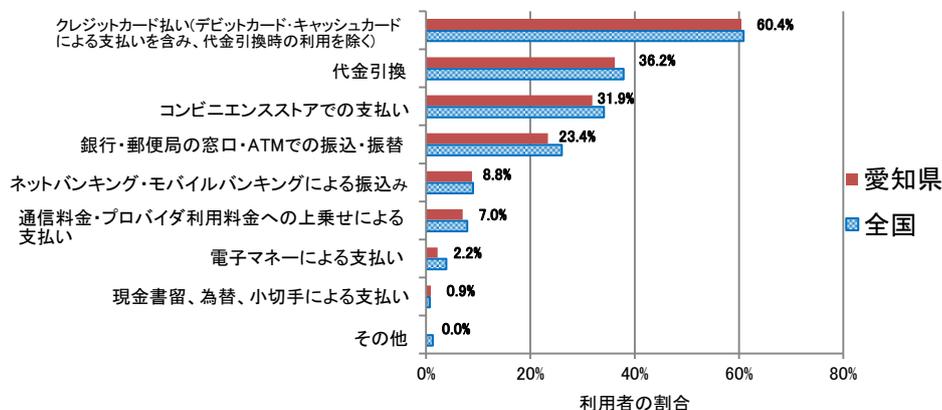
資料:総務省統計局「通信利用動向調査結果(平成26年)」  
 (注)「アバター」は、インターネット等の通信回線を利用したコミュニケーションツールで自分の分身として画面上に登場するキャラクターをいう。  
 ※対象者:平成26年の1年間にインターネットでの購入経験を有する15歳以上の者  
 複数回答

最後に、決済の状況を見てみます。

### ○ネットショッピングの決済方法

愛知県の世帯について、インターネットにより商品・サービス・デジタルコンテンツを購入した者の決済方法をみると、「クレジットカード払い(デビットカード・キャッシュカードによる支払いを含み、代金引換時の利用を除く)」の割合が 60.4%と最も高く、次いで「代金引換」(36.2%)、「コンビニエンスストアの支払い」(31.9%)などとなっています。(図表-6)

図表-6 インターネットで購入する場合の決済方法



資料:総務省統計局「通信利用動向調査結果(平成26年)」  
 (注)デビットカードは、商品購入等の際、代金が銀行口座からの即時に引き落とされるカードをいう。  
 ※対象者:平成26年の1年間にインターネットにより商品・サービス・デジタルコンテンツを購入した15歳以上の者  
 複数回答