

## 電子商取引の状況

2001年の電子商取引の市場規模は、企業間取引（B to B）が前年比58%増の約34兆円、消費者向け（B to C）が同80%増の約1.5兆円に拡大し、1年前の予測は下回ったものの、順調に成長している。

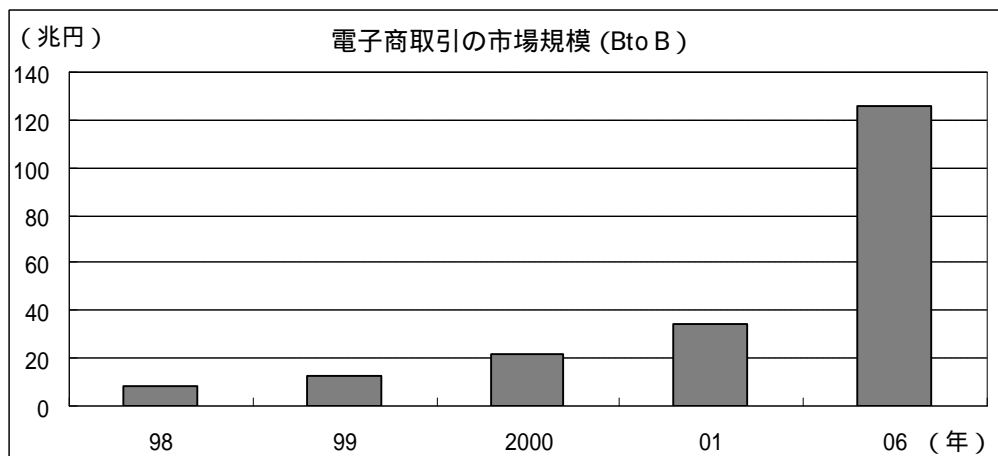
2006年の市場規模は企業間が125兆円、消費者向けが16兆円と予測され、両取引合わせて5年間で4倍になる見通し。

### 1. 企業間電子商取引（B to B）

#### （1）市場規模

2001年の市場規模は前年比58%増の約34兆円に拡大した。1年前に予測した市場規模（約35.7兆円）を約5%下回ったが、順調に成長している。

また、どの品目分野においても電子商取引額が一様に拡大しているが、なかでも特定企業間のネット取引が急進展している。



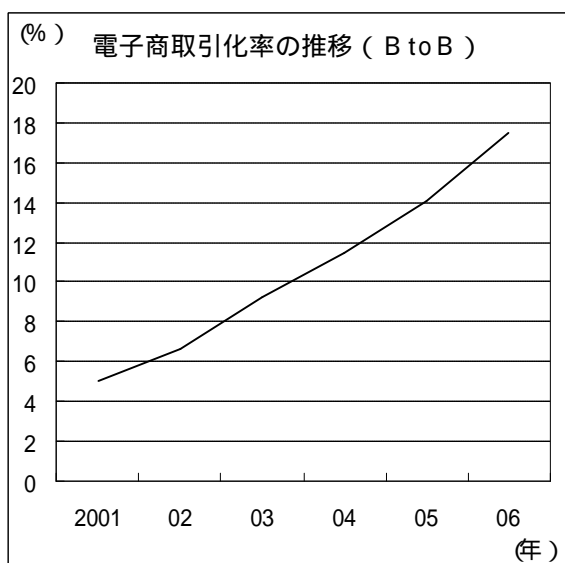
（注）2006年は予測値

資料：経済産業省「平成13年度電子商取引に関する市場規模実態調査」

#### （2）将来展望

2006年には、B to B市場規模が約125.4兆円に達するものと予想される。また、電子商取引化率も17%を突破する見通し。

事業別にみると、2006年には建設や繊維・日用品等が、次第に金額規模を拡大していくことが見込まれている。



2006年の事業別構成比  
(市場規模125.43兆円)

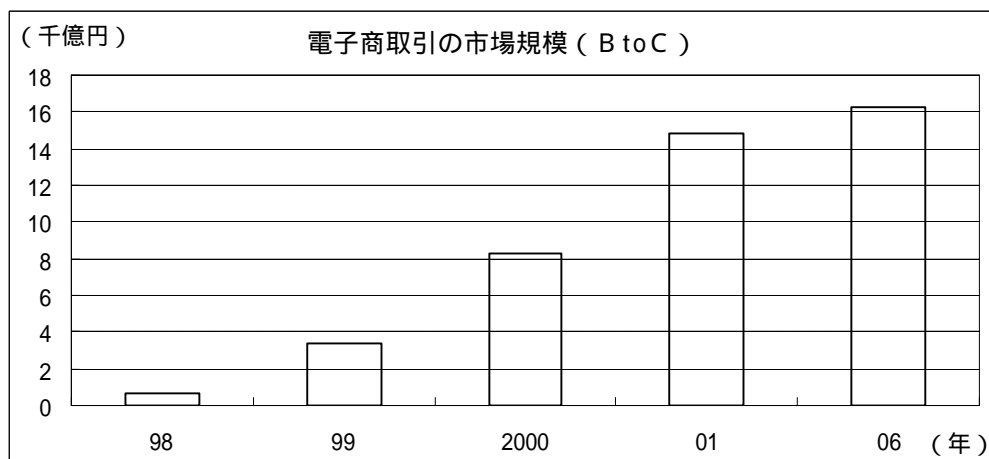
事業分野	構成比
電子・情報関連機器	24.72
自動車	18.7
建設	11.54
繊維・日用品	8.75
鉄・非鉄・原材料	6.57
食品	6.52
化学	5.65
産業関連、精密機械	5.57
運輸・旅行サービス	5.14
紙・事務用品	4.11
情報処理・ソフトウェア関連	1.83
電力・ガス・水道サービス	0.65
その他サービス	0.12
通信・放送サービス	0.11
金融・保険サービス	0.03

資料：経済産業省「平成13年度電子商取引に関する市場規模実態調査」

## 2. 消費者向け電子商取引 (B to C)

### (1) 市場規模

2001年の市場規模は大手の取り組みが本格化し、有望な販売チャネルの一つとして電子商取引額が完全に定着したことから、前年比前年比80%増の約1.5兆円に拡大した。1年前に予測した市場規模(約1.7兆円)を約15%下回ったが、厳しい経済情勢のなか、順調に拡大している。



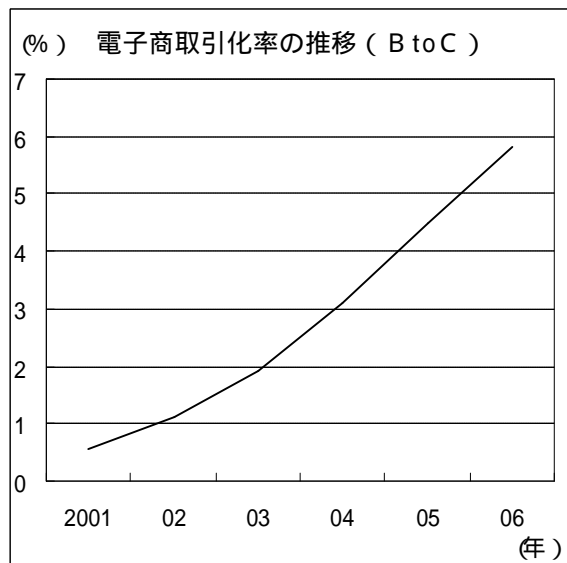
(注) 2006年は予測値

資料：経済産業省「平成13年度電子商取引に関する市場規模実態調査」

## (2) 将来展望

旅行、サービス等の品目が市場を牽引することで、今後5年間でB to C市場は16兆2,970億円にまで増加する見込み。また、電子商取引化率も5%を突破する見通し。

事業別にみると、2006年には、サービス、旅行の割合が高まり、事業間の偏りは現状に比べ縮小していくと推定される。



2006年の事業別構成比  
(市場規模16.30兆円)

事業分野	構成比
各種サービス	15.8
旅行	14.6
自動車	14.2
不動産	8.7
衣類・アクセサリ	8.2
食料品	7.3
エンタテインメント	6.9
趣味・雑貨・家具	6.5
その他物販	6.4
金融	3.8
PCおよび関連製品	3.4
書籍・音楽	3.3
ギフト商品	1.0

資料：経済産業省「平成13年度電子商取引に関する市場規模実態調査」