

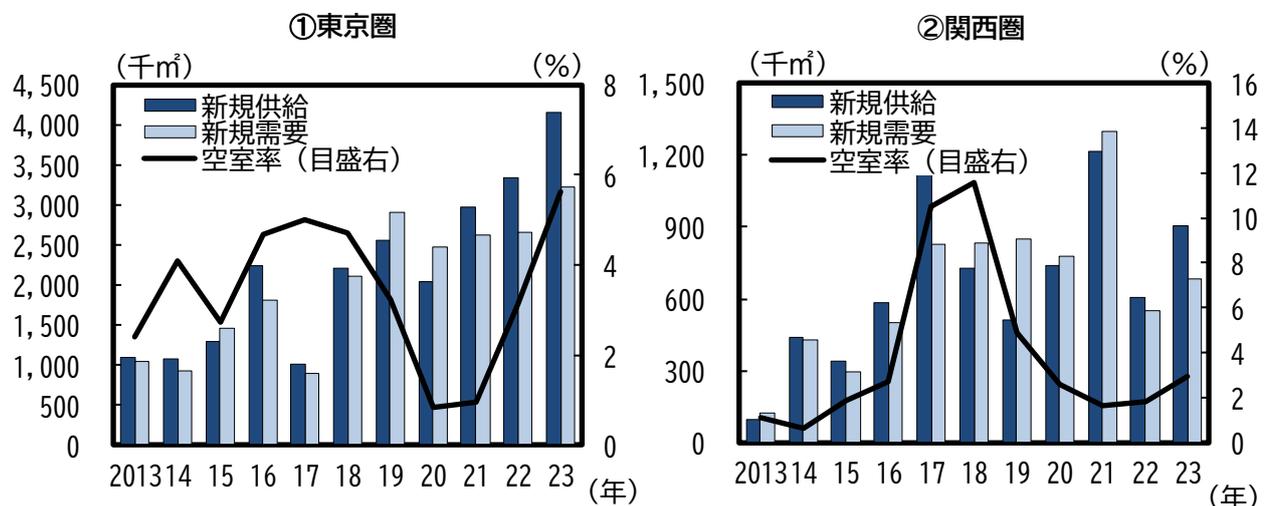
コロナ禍以降の EC 消費の動向について

1. 新型コロナウイルス感染症の拡大を契機とした消費行動の変化の一つに、財やサービスをオンラインで購入する動きが急速に広まったことがある。こうしたオンライン消費(以下、「EC 需要」や「EC 消費」という。)の高まりなどを背景に、物流施設の新規供給は全国的に増加しており、特に東京圏の物流施設の新規供給は過去最高水準となっている。一方、2021年以降、新規供給が新規需要を上回り、空室率は上昇傾向にある(図1①)。関西圏でも、東京圏と比較すると傾向は緩やかではあるものの、新規供給の増加及び空室率の上昇がみられる(図1②)。EC 需要の拡大を見越し、物流施設開発に新規参入するデベロッパーが増加し、需要の増加以上のペースで供給が続いた結果、空室率が上昇している可能性が考えられる。本稿では、コロナ禍で増加した物流施設など EC 対応の設備について、コロナ禍後のフェーズに入り、超過供給ないし需要不足に陥っているのかどうかを推察する観点から、需要側統計である「家計消費状況調査」等を用いて、今後の EC 消費の動向について考察する。
2. まず、「家計消費状況調査」をもとに、二人以上世帯¹について EC 経由での消費総額の前年比を世帯数要因と世帯当たりの購入金額要因に分解する(図2)。感染症が拡大した2020年から2021年にかけては、世帯数要因が増加に寄与しており、コロナ禍での外出自粛などの行動制限によりもともと EC を利用していた人々の利用頻度が増加したことも考えられるが、これまで EC を利用していなかった人々が EC を利用するようになったことが主な要因と考えられる。2022年から2023年にかけては、感染症による外出自粛が和らぐ中、世帯数要因は横ばいに推移している一方、購入金額要因が増加に寄与している。これは物価上昇の影響も考えられるが、外出自粛の緩和により旅行などのサービス消費が回復してきたことや EC 消費の定着から EC を利用して購入する数量が増加していることが考えられる。加えて、足下では再び世帯数要因が増加に寄与するなど、EC消費の広がりにはコロナ禍の一過性ではなく、着実に進んでいると考えられる。
3. 次に、世帯主の年齢別に分解してみると、コロナ禍ではいずれの年齢層でも EC 消費が増加しているものの、特に40代・50代、60代以上の年齢層が増加に寄与していることがわかる(図3)。2022年以降では、30代以下、40代・50代については、増加ペースは緩やかになっている一方で、60代以降の高齢世帯では足下まで増加が続いている。これは、もともと EC 利用の少なかった高齢世帯がコロナ禍以降外出機会の減少により EC の利用を始め、足下まで定着しているものと考えられる。実際、30代以下と60代以上の世帯主の年齢別に要因を分解してみると、コロナ禍では60代以上の方が世帯数要因による利用者の拡大の寄与が大きいことがわかる(図4)。その後も、60代以上では世帯数要因が増加に寄与し続けていることから、コロナ禍で増加した EC 利用が定着するだけでなく、引き続き利用者の裾野が広がっている。マーケティング理論における製品普及過程にかかるイノベーター理論では、先進的なことに積極的な消費者(16%程度とされる)に加えて、より消極的な層まで普及させることの難しさ(普及率16%の壁)とともに、消極的な層に少しでも広がり始めると一気に普及することが指摘されている。60代以上の EC 消費についても、コロナ禍で EC 利用者が増加したことにより、普及率の壁を越え、コロナ禍後も EC 利用の裾野が広がり続けている可能性がある。一方、30代以下をみると、コロナ前から EC 利用が一定数定着しており、コロナ禍においても世帯数要因による増加は限定的であったものとみられる。「家計消費状況調査」の世帯主の年齢別の EC 利用世帯をコロナ禍前後で比較すると、30代以下はコロナ前から EC 消費が一定程度定着している一方で、60代以上はコロナ前の EC 利用割合が少なく、また今後の増加余地も他の年代と比較しても大きいと言える(図5)。

¹ ここでは、月次でのデータが入手可能な二人以上世帯について分析を行っている。なお、単身世帯及び単身世帯含む総世帯についても、入手可能な四半期のデータをもとに分析を行ったが大まかな傾向は変わらないため、本稿では二人以上世帯の分析結果を記載している。

4. 次に、世帯当たりのEC消費支出について主要品目別の寄与をみると、コロナ禍では巣ごもり需要から「家具・家電」への支出が増加したほか、外出自粛の影響で外食需要が減少した一方で、代替的に「出前」や「飲食料品」への支出が増加した(図6)。また、「衣服・履物」は外出自粛の影響で全体としてコロナ禍で落ち込んだ中で、必要な支出は EC 経由で購入されたことから増加したと考えられる。他方、外出自粛の影響により「旅行関係費」は大きく減少した。2022年以降は外出機会の増加により「旅行関係費」が増加に転じた一方で、巣ごもり需要の一眼により、「家具・家電」は減少がみられる。「出前」の EC 消費はコロナ禍で増加したのち、足下に至るまで一定の利用がみられ定着したものと考えられる。また、経済産業省の「電子商取引に関する市場調査」で物販の主要品目の EC 化率²をみると、全体として EC 化率が上昇傾向にある中で(図7①)、特に「書籍、映像・音楽ソフト」や「生活家電、AV 機器、PC・周辺機器」、「衣類・服飾雑貨」はコロナ禍を機に EC 化が急速に進んでいる(図7②)。これらを中心にEC化率の上昇傾向は継続しており、品目ごとのばらつきはみられるものの、着実にEC化は進んでいるとみられる。
5. 一方、EC 市場規模について国際的に比較すると、2019年時点のデータである点に留意は必要であるが、我が国の EC 市場は BtoB を中心に、アメリカに次ぐ規模となっているものの(図8)、BtoC 市場規模については限定的であり、民間最終消費支出に占める割合で評価すると日本は6.4%と他国に比べて低い水準にある(図9)。
6. 以上のように、我が国の EC 消費は、コロナ禍を機に高齢世帯を中心に増加傾向が継続しており、構造的な変化が発生している可能性がある。また、冒頭で述べた物流施設について、募集賃料をみるとコロナ禍において上昇したのち、足下でも底堅く推移しており(図10)、このことから需要は堅調に推移していると考えられる。国際的にみても、我が国の EC 消費の拡大余地はあり、中長期的なEC需要は今後も増加が期待できるのではないだろうか。

図1 東京圏・関西圏の物流施設の需給バランス・空室率



² 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」では、EC化率を電話、FAX、Eメール、相対(対面)等も含めた全ての商取引金額(商取引市場規模)に対するEC市場規模の割合と定義している。ここでは BtoC の EC 市場規模を企業と消費者間での EC 取引金額としており、家計が費用を負担するものを指し、個人事業者の事業用途の物品購入は原則として含めない。

図2 EC消費総額の要因分解

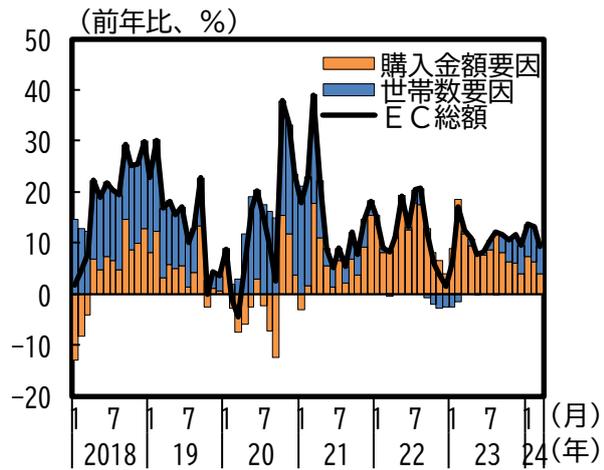


図3 世帯主の年齢層別のEC消費

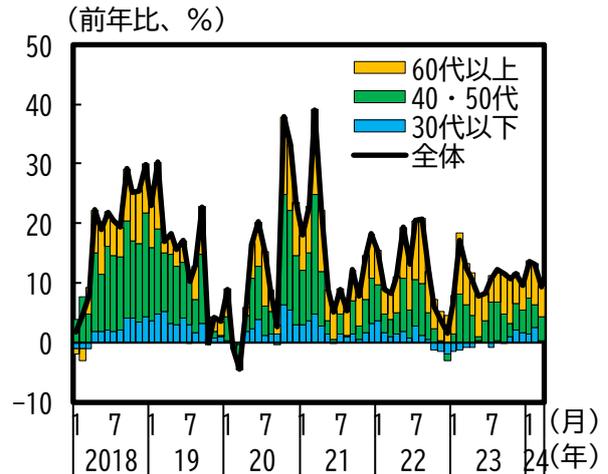
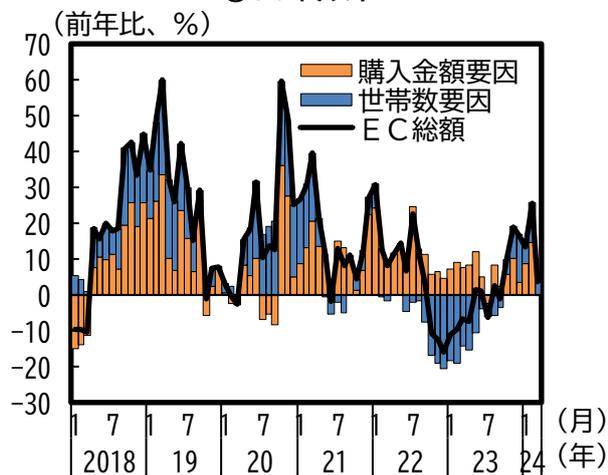


図4 世帯主の年齢別のEC消費総額の要因分解

①30代以下



②60代以上

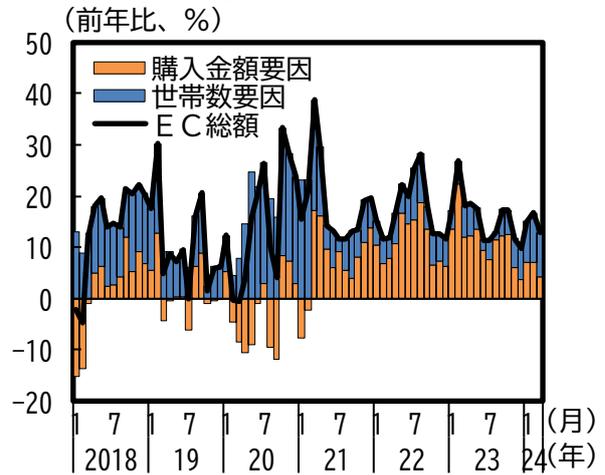


図5 世帯主の年齢別のEC利用世帯の割合

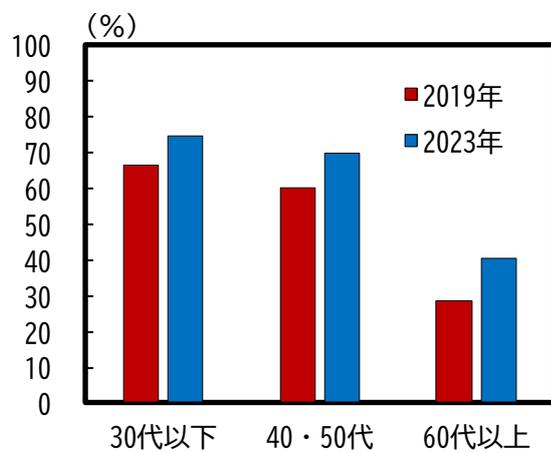


図6 主要品目の内訳寄与度

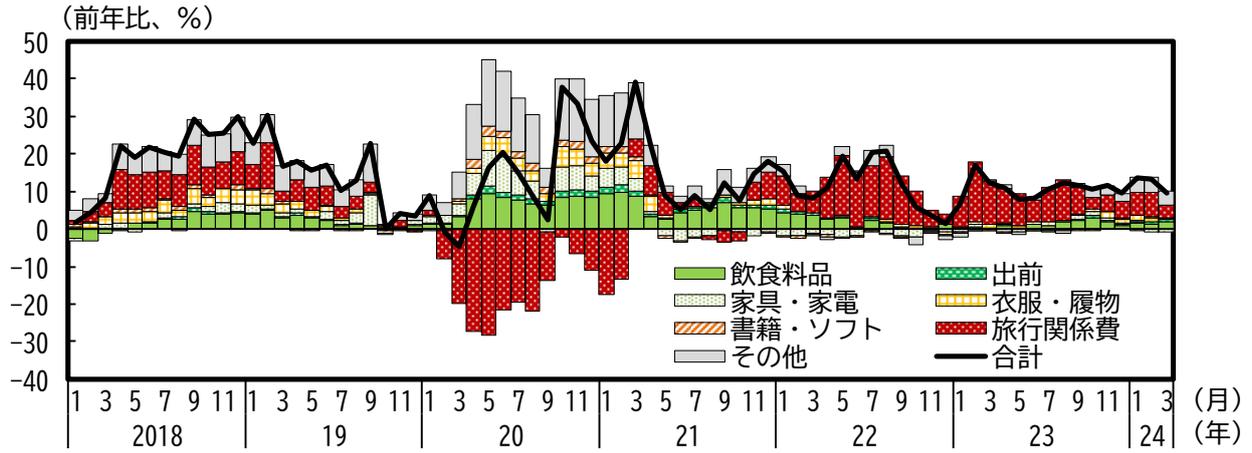


図7 主要品目(物販)のEC化率

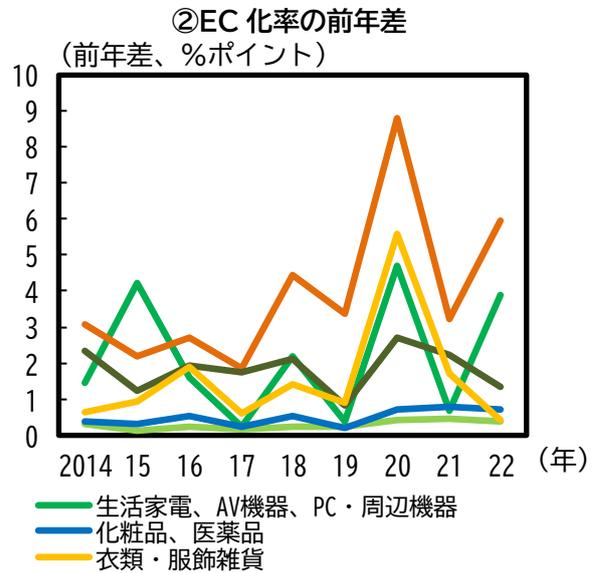
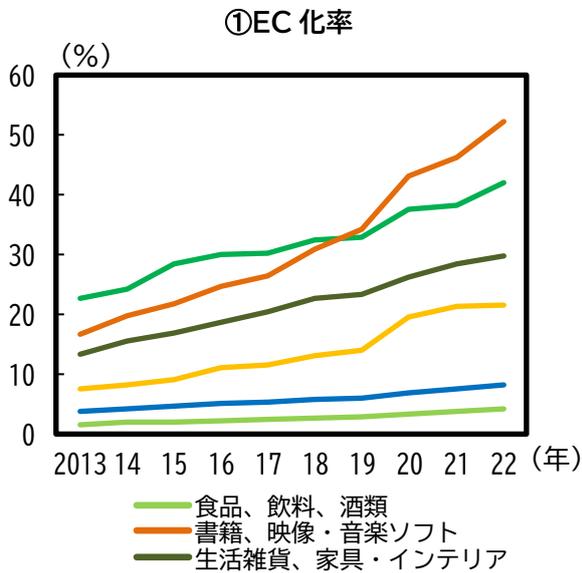


図8 EC市場規模の各国比較

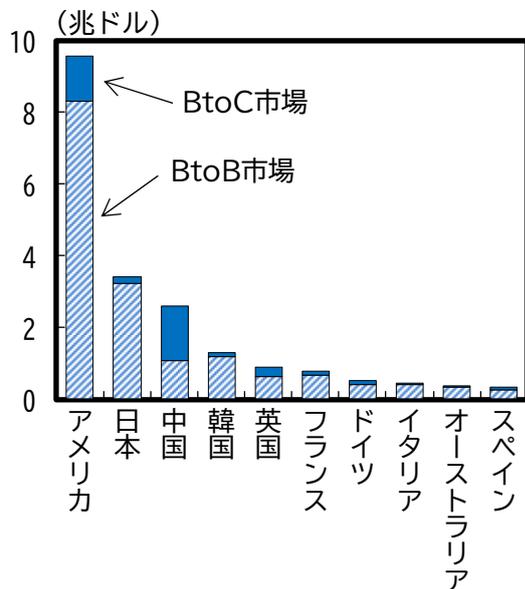


図9 BtoC EC市場が民間最終消費支出に占める割合

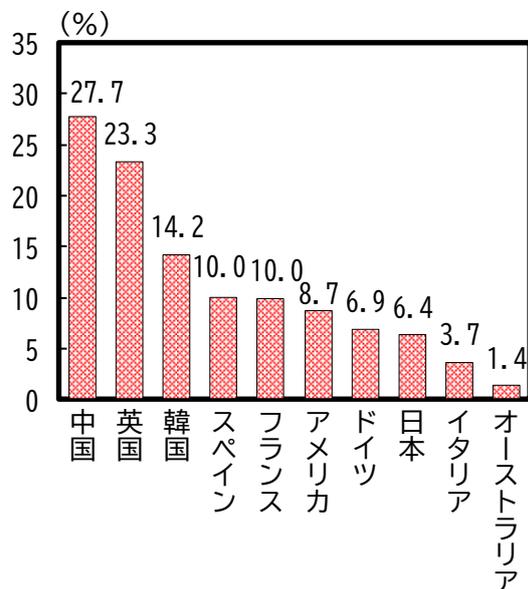


図10 物流不動産の募集賃料



(備考)

- 図1、図10は株式会社一五不動産情報サービス「物流施設の賃貸マーケットに関する調査」により作成。図1について、調査対象は延床面積または敷地面積が1万㎡以上の賃貸物流施設。各物件のテナント入居及び空室状況について、実地確認及びヒアリングにより調査。「新規供給」は物流施設の新規稼働や取壊し等による賃貸可能面積の増加または減少分。「新規需要」はテナントの拠点開発・増床・閉鎖・統合等による賃貸面積の増加または減少分。図10について、調査対象は募集面積千㎡以上の賃貸物流施設。物流施設の月・坪あたり賃料単価(税別)を把握し、全サンプルの中央値を算出している。2024年は1月期までのデータ。東京圏は茨城県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県。関西圏は京都府、大阪府、兵庫県。
- 図2、図3、図4、図5、図6は総務省「家計消費状況調査」により作成。二人以上世帯全体を対象。図2、図4について、EC消費総額＝「インターネットを通じて注文をした世帯」×「インターネットを通じて注文をした世帯当たりの支出総額」。また、図5について、EC利用世帯＝「インターネットを通じて注文をした世帯」÷「世帯数分布」。
- 図7は経済産業省「電子商取引に関する市場調査」により作成。
- 図8、図9はUNCTAD、OECD.Stat、Bloombergにより作成。2019年時点。図8について、民間最終消費支出は2019年時点の各国通貨建ての値を、2019年末の為替レートでドル建て換算したもの。

担当:内閣府 政策統括官(経済財政分析担当)付参事官(総括担当)付

一万田 稜 (直通 03-6257-1566)

本レポートの内容や意見は執筆者個人のものであり、必ずしも内閣府の見解を示すものではない。