



報道関係各位

News Release
2021年3月16日
株式会社セールスフォース・ドットコム

セールスフォース・ドットコム、「Eコマース最新事情」(第1版)を公開

- 顧客のデジタル購入は続き、Eコマースは**B2BとB2C**にとって重要な役割を果たすことが明らかに
- **B2C**では、Eコマース収益が前年比**55～75%**拡大、商品の検索と購入が急速にデジタル空間へと移行し、実店舗は商品探しの場から注文対応の場へ、また**D2C**では前年比**200%**の成長
- **B2B**では、企業の**83%**がすでにオンライン販売を実施、デジタルへの投資を継続、Eコマースは投資先の販売チャネルとしてトップに

株式会社セールスフォース・ドットコム(本社:東京都千代田区、代表取締役会長 兼 社長:小出伸一、以下、「セールスフォース・ドットコム」)は本日、Eコマース年次調査レポートである「Eコマース最新事情」(第1版)の日本語翻訳版を公開しました。本レポートは、コマース分野のリーダー約1,400人を対象とした調査に加え、全世界で10億人を超える一般消費者、企業の購買担当者の行動分析をセールスフォース・ドットコムのリサーチ機関である[Salesforce Research](#)*が実施しました。調査結果を精緻に分析した結果、以下の情報が得られました。

- 一般消費者(B2C)と企業の購買担当者(B2B)のエンゲージメントと期待の変化
- デジタルコマースの影響による営業の役割の変化
- 消費者の行動におけるパンデミックの影響
- B2B コマースの進化

新型コロナウイルスの影響で、世界中でほぼ一夜にしてコマースの状況が大きく変わりました。また、以前から進行していたデジタルチャネルへの大規模な移行が加速しました。このレポートに掲載した調査結果は、今起こっている変化に関するインサイトを示しています。パフォーマンスが順調なチャネルもあれば、そうではないチャネルもあります。ビジネス上の判断や投資の優先度は企業によって甚だしく異なり、それがコロナ危機下でのパフォーマンスの差につながっています。

「Eコマース最新事情」で明らかになったB2Cコマース、B2Bコマースそれぞれの主な傾向は次のとおりです。

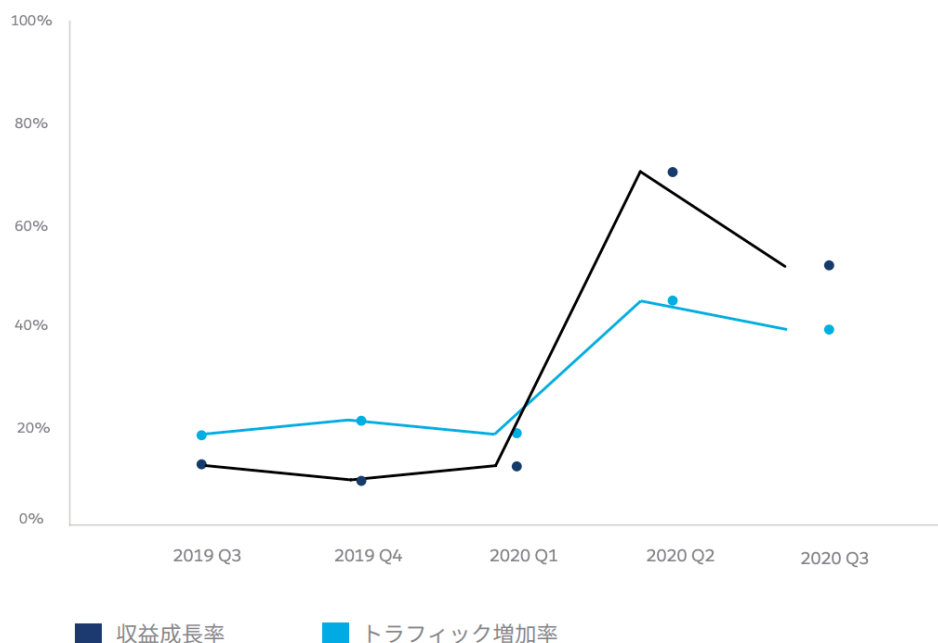
◆B2C コマースの現状◆

B2Cのリーダーの間では、実店舗は今もビジネス戦略において役割があり、投資先として上位に位置づけられるという点で見解が一致しています。しかし、ソーシャルメディアやWebサイトでの露出は、それ以上に重要です。新型コロナウイルスの影響で、商品の検索と購入が急速にデジタル空間へと移動しました。以前は商品探しの中心の場所であった店舗は、注文に対応する場所が変わってきています。



実店舗とデジタルコマースの境界線があいまいに
実店舗からデジタルコマースへの移行は顕著で広範囲に及んでいます。全世界の10億人を超える消費者の購買行動を分析すると、2020年にEコマースが広く普及したことがわかりました。パンデミックで多くの消費者が自宅待機を強いられたため、Eコマースの収益は第2四半期には前年比で75%、第3四半期には55%拡大しました。オンラインでのブラウジングが記録的に増えただけでなく、コンバージョン数も大きく伸びています。

Eコマースのトラフィックと収益が世界的に急上昇

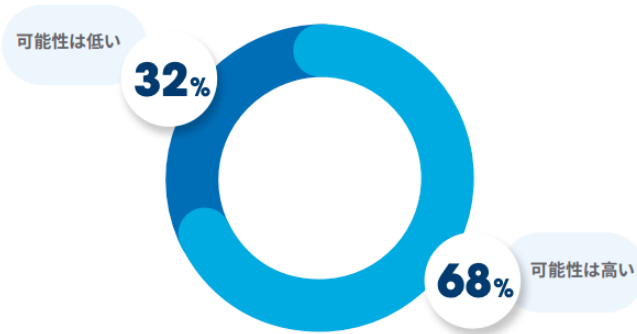


D2C(直販)の取り組みが始動

購買行動のデジタル空間への移行が消費者とブランドの関係に影響を及ぼしています。パンデミックが定着すると、生活必需品(通常は食料品店の棚にあるもの)をメーカーから直接デジタル購入する割合が前年比 200%という大幅な伸びを見せました。2020年の年末商戦でも、食品や飲料がオンラインショッピングの支出カテゴリとして上位に入り、消費者の利便性志向が浮き彫りになりました。



多くの消費者は新型コロナのリスクが下がっても
生活必需品をオンラインで購入する予定 *



*『Snapshot Research Series』(Salesforce、2020年)。

エッジでのショッピングが加速

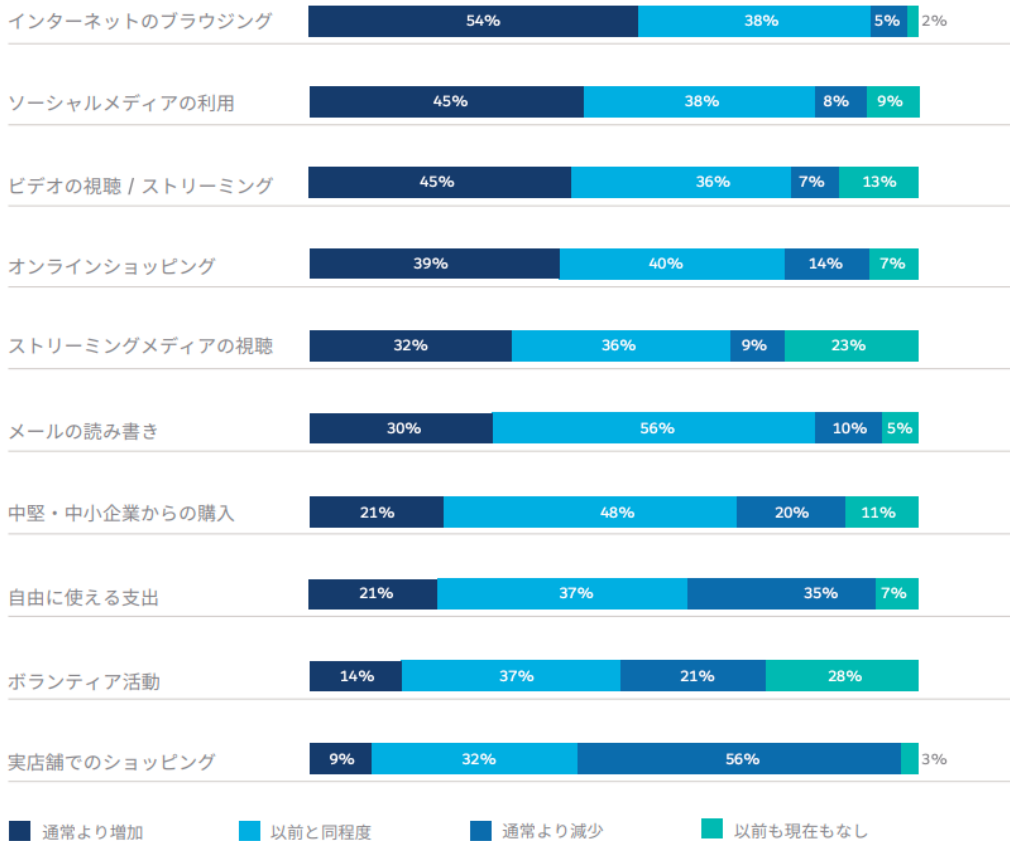
パンデミックの影響で対面での対応が減り、デジタル空間での対応が増えています。消費者は実店舗からアプリ、サイト、あるいはそれ以外のデジタル空間に向かっています。Salesforceではこの変化を「エッジでのショッピング*」と呼んでいます。この変化により、ブランドは顧客のいる場所に届くための対応を求められています。

*店舗以外のチャネル(音声アシスタント、ソーシャルメディア、ゲーム機、チャットなど)での買い物(2019年発表「Connected Shopper」レポートより)



パンデミック中に消費者行動が変化

消費者の活動のパンデミック前との比較 *



*『Snapshot Research Series』(Salesforce、2020年)。

◆B2B コマースの現状

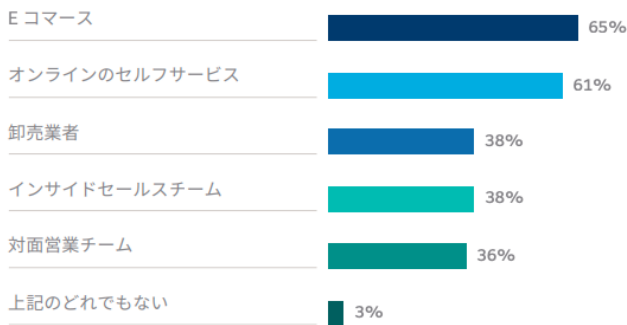
EコマースがB2B企業とB2C企業のいずれにとっても引き続き重要な役割を果たすことは明らかです。新型コロナウイルスの心配がなくなったときにも、顧客はデジタル購入を続けると言っています。

B2B は Eコマースを拡大中

デジタルへの急速な移行はあらゆる企業で進行しており、B2B企業も例外ではありません。事実、B2B企業の83%はすでにオンラインで販売を行っており、ほとんどがデジタルへの投資を継続しています。B2Bの回答者にとって「Eコマース」は、投資先の販売チャネルとしてトップに挙がっています。



B2B 企業が今後 2 年間に投資拡大を計画している領域



デジタル変革が進んでも、従来型モデルは継続

「対面営業チーム」の役割については、各業界によって意見が分かれています。医薬品、食料と飲料、医療機器、消費財のB2Bリーダーは多くの場合、「対面営業チーム」への投資強化を支持しています。その他の業界のリーダーは、「B2BのEコマースソリューション」への投資強化を報告する傾向がありました。

B2B企業がEコマースで重視すること

B2B企業がEコマースプラットフォームを選ぶときの優先事項はパフォーマンス分類によって大きく異なります。3つのパフォーマンス分類すべてで「顧客満足度」が上位に挙がっていますが、パフォーマンスが高い企業と中程度の企業は「デジタルイノベーション」も重視しています。これに対して、パフォーマンスが低い企業は「収益」を重視しています。パフォーマンスが高い企業は特に「コスト」の優先度が低い傾向がありますが、「プラットフォームのカスタマイズ」への関心が比較的低い点はパフォーマンスが中程度の企業、低い企業と共通しています。

デジタルソリューションを選ぶときに特に重要な要素





デジタルソリューションを選ぶときに重要度が低い要素



「Eコマース最新事情」(第1版)は以下のリンクからダウンロードいただけます。
<https://www.salesforce.com/jp/form/commerce/state-of-commerce/>

調査方法

本レポートのインサイトは、2020年8月中に実施された二重盲検調査にもとづくものです。回答は、ディレクター以上の指導的役割を担う1,373人の常勤 Eコマースリーダーから得ました。回答者は、北米、中南米およびメキシコ、アジア太平洋、日本、ヨーロッパのB2B、B2C、B2B2C企業のコマース責任者です。回答はすべてサードパーティのパネルプロバイダーによって収集されたものです (Salesforce のお客様に限定されません)。

コマース部門のパフォーマンスレベルの内訳:

このレポートでは、組織のパフォーマンスに応じて調査の回答者を3つのグループに分類しています。

1. パフォーマンスが高いチーム (35%) : デジタルコマースにおいて、自分の組織が大きく成功していると評価している
2. パフォーマンスが中程度のチーム (55%) : デジタルコマースにおいて、自分の組織がある程度成功していると評価している
3. パフォーマンスが低いチーム (10%) : デジタルコマースにおいて、自分の組織が成功していないと評価しているか、デジタルコマースにまったく投資していない

セールスフォース・ドットコムについて

セールスフォース・ドットコムは、顧客関係管理 (CRM) のグローバルリーダーであり、デジタル時代において企業と顧客を近づけるお手伝いをしています。1999年に設立されたセールスフォース・ドットコムは、あらゆる規模と業界の企業がクラウド、モバイル、ソーシャル、IoT、人工知能、音声、ブロックチェーンなどの強力なテクノロジーを活用し、360度で顧客と繋がるためのツールを提供します。セールスフォース・ドットコム (NYSE: CRM) の詳細については、www.salesforce.comをご覧ください。

本リリースおよび他のリリースや発表などで言及している今後提供予定のサービスや機能は、現在のところ利用できません。サービスおよび機能の提供開始日は事前の予告なく延期または中止される可能性があります。セールスフォース・ドットコムのアプリケーションを購入する場合は、現在利用可能な機能を基に、購入の意思決定を行うものとします。セールスフォース・ドットコムは、本社をサンフランシスコに置き、ヨーロッパならびにアジアでも事業を展開しています。同社は、ニューヨーク証券取引所に上場しており、ティッカーシンボル CRM で取引されています。