

インバウンドコラム

eコマースの進化を5年早送りしたパンデミック

FacebookとInstagramのショッピング新機能

IBMの米國小売インデックスによると、eコマースを採用していない企業はパンデミック中に売上が大幅に減少し、eコマースに投資したオムニチャネル小売業者は高い売上をあげていると報告しています。2020年第1四半期は、百貨店や生活必需品以外の小売店は、売上が25%減少し、第2四半期には75%減少しました。IBMは、2020年はこの種の小売業者にとって引き続き困難な年であり、通年で60%の減少が予測されると予想しています。対照的に、eコマースは20%の成長が見込まれています。実店舗では、パンデミックでますます人気が高まっているBOPIS(オンライン注文・店舗支払い)や、カーブサイド(店舗前)ピックアップなどのオンラインサービスを実装する必要があります。

eコマースに多額の投資を行ったWalmartとTargetは、8月、堅調な収益を発表しました。Walmartは、eコマースの売上が97%増加し、Targetは1日で273%増加した日もありました。IBMによると、この傾向は一時の流行ではなく、小売業界に長期的な影響を与える可能性があります。実店舗からの移行はすでに起こっていましたが、パンデミックによりこの移行が加速し、業界は5年前倒しになったとIBMはコメントしています。

パンデミックの影響で小売業者はデジタル販売に注力するようになり、Facebookはアプリでeコマース機能を提供するサービスの充実にかじを切っています。Instagramの「ショッピング」機能を「Facebookショッピング」という名でFacebookアプリに導入すると発表しました。ライブ販売もテスト中で、製品を情報ページや購入ページへのリンクを表示しながら、デモンストレーションを行い、ライブビデオで製品を紹介することができます。(現在、ライブショッピングは米国でのみ利用可能です。)消費者がInstagramアプリを離れることなく購入を完了することができるチェックアウト機能は、「数週間以内に」利用可能になる予定です。また、Instagramは2020年中は、チェックアウトユーザーに販売手数料を適用しません。(参照※1)



出典元: eShopWorld Blog

※1 IBM 予測 - eShopWorld Blog

<https://learning.eshopworld.com/latest-news-updates/ibm-pandemic-has-pushed-ecommerce-forward-5-years/>