

ECシステム開発を手がけるザ・プラント 「Eコマース最新動向 for 2023 (Japan IT Week)」 の調査結果とデータアナリストの見解を発表

2023年はマーケティングの自動化によるトラフィック誘導が柱に。
パーソナライズされたデジタル体験と運用面の進化、
既存テクノロジーへの投資がEコマースのカギに

大手企業向けシステム開発事業を行うザ・プラント株式会社（本社：東京都港区、代表取締役：アナトール・ヴァリン）は、企業のEC担当者が2023年に解決していきたいEコマース運営の課題と、2023年に注目したい次世代テクノロジーについて「Eコマース最新動向 for 2023」の調査結果を発表しました。

この調査は、2022年10月26日から28日まで千葉県幕張メッセにて開催された「第13回 Japan IT Week 秋」において、当社の特設ブース「EC CAFÉ by The Plant」へ訪問した、日本国内に本社を置く企業（上場・非上場）のEC担当者へ聞き取り調査をしたもので、「2023年に解決していきたいEコマース運営の課題」に対する回答を200社から、「2023年に注目したい次世代テクノロジー」について315社から得た回答を集計したものです。

■ 調査の目的

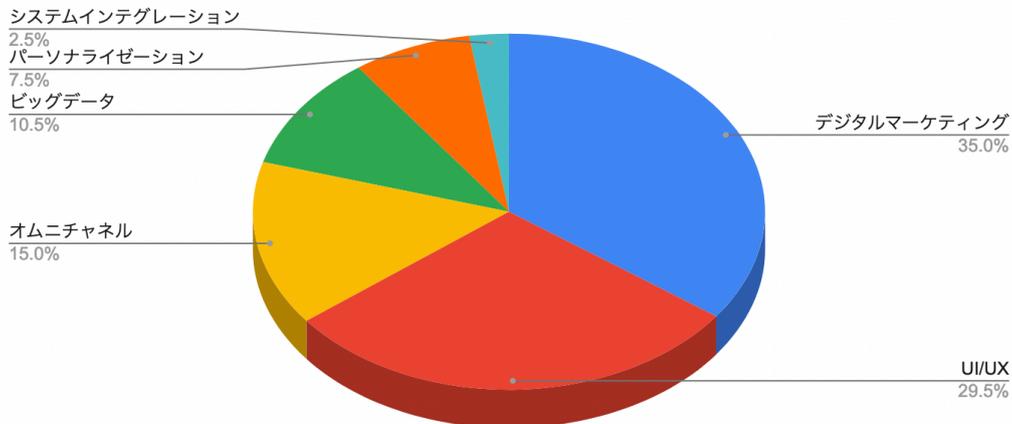
大手企業向けシステム開発事業を行うザ・プラント株式会社は、経済社会にイノベーションをもたらす担い手として、今後のEコマースにおける施策展開に活用するための定点観測を実施しています。日本のEC事情における最新動向を考察することで、その成長に寄与する要因を分析しています。

■ 調査の対象

「第13回 Japan IT Week 秋」（2022年10月26日～28日開催）において、ザ・プラント株式会社のブースに訪問をした日本国内に事業所を置く企業（上場企業・未上場企業含む）合計315社のEC事業担当者・統括者。

■ 質問 1 (課題編) 2023 年に解決していきたい E コマース運営の課題

御社の EC 運営において現在課題を抱えており、2023 年に解決していきたい項目 (一つ) を教えてください。(国内で事業を運営している法人 200 社へ聞き取り調査を実施)



順位	2023 年に解決したい EC の課題	企業数	割合
第 1 位	デジタルマーケティング	70 社	35.0%
第 2 位	UI/UX	59 社	29.5%
第 3 位	オムニチャネル	30 社	15.0%
第 4 位	ビッグデータ	21 社	10.5%
第 5 位	パーソナライゼーション	15 社	7.5%
第 6 位	システムインテグレーション	5 社	2.5%
		集計企業数 200 社	

■ 2023 年に解決していきたい EC 運営の課題の第 1 位は「デジタルマーケティング」(35.0%)で、第 2 位が「UI/UX」(29.5%)であった。続いて 3 位に「オムニチャネル」(15.0%)、4 位に「ビッグデータ」(10.5%)、そして 5 位に「パーソナライゼーション」(7.5%)、6 位に「システムインテグレーション」(2.5%)が続いた。

<調査結果のポイント>

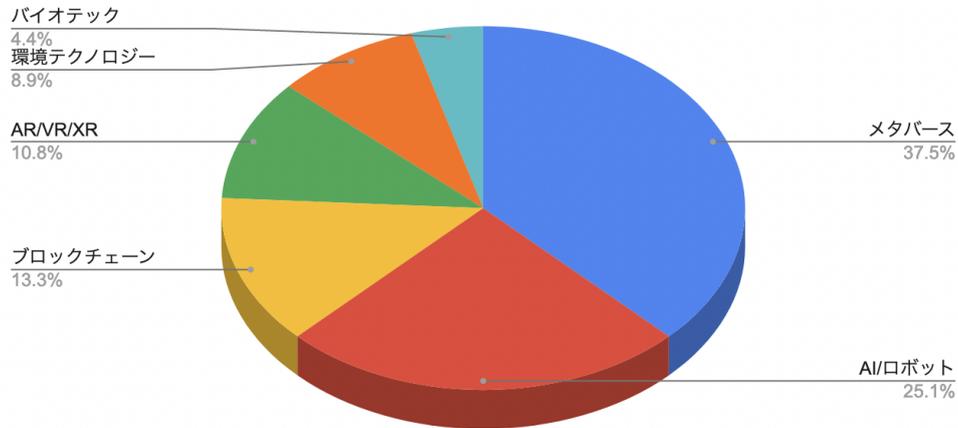
■ 昨今の E コマースは、想定される顧客層の多様なニーズや流れの早いトレンドを掴み、デジタルを活用したマーケティングをいかに推進していくかで売上げが大きく変わっていくことから、2023 年の E コマースにおいては、デジタルマーケティングの積極的な活用とその戦略的なプランニングが求められると考えます。

■ 同時に UI/UX で悩む企業が多いことも判明しました。UI はユーザーインターフェースの略で、サイト画面上で見るデザインレイアウト・色合い・文字フォントなどすべての情報を UI と言います。UX はユーザーエクスペリエンスの略で、利用者が商品やサービスを利用した際に得られる体験や経験(使いやすさ、使いにくさ、心地よさなど)を意味します。経路が複雑で分かりにくい UI/UX は、シニア層にとっては扱いが難しく、直感や感性で操作をすることができない EC は、若い世代にとっては致命的な問題です。

■ 以上の要因からも、2023 年に重要になっていくであろう E コマースの課題は、デジタルマーケティングと UI/UX の項目が大きく占めていくであろうと推測できます。

■質問2（テクノロジー編）2023年に注目したい次世代テクノロジー

御社のEC事業において、2023年に注目したい次世代テクノロジーを一つ教えてください。（国内で事業を運営している法人315社へ聞き取り調査を実施）



順位	2023年に注目するテクノロジー	企業数	割合
第1位	メタバース	118社	37.5%
第2位	AI/ロボット	79社	25.1%
第3位	ブロックチェーン	42社	13.3%
第4位	AR/VR/XR	34社	10.8%
第5位	環境テクノロジー	28社	8.9%
第6位	バイオテック	14社	4.4%
		集計企業数 315社	

■2023年に興味を持つと推測される次世代テクノロジーの第1位は「メタバース」（37.5%）、第2位が「AI/ロボット」（25.1%）であった。3位に「ブロックチェーン」（13.3%）、4位にAR/VR/XR（10.8%）、そして5位に「環境テクノロジー」（8.9%）、6位に「バイオテック」（4.4%）と続いた。

<調査結果のポイント>

- メタバースについては「詳細は分からないけど聞いたことがあるから」、「メディアからの情報で何となく知っている」という、メタバースに対するイメージが明確でない回答者が一定数いるものと考えられます。
- AI/ロボットに関しては、Eコマースにおいて、マーケティングのオートメーション化によるトラフィック誘導が必須項目になっている傾向が見受けられます。マーケティングオートメーションは、売上の向上と業務の省力化を目的として、Eコマースに求められるマーケティング活動を自動化、効率化を図るための運営やテクノロジーで、Marketing Automationの省略語としてMAとも呼ばれます。
- マーケティングのオートメーション化は、顧客や見込み顧客一人ひとりの興味や関心に最適化されたコミュニケーションが構築されることで、お客さまとの良好な関係構築を築くことができます。

■ E コマースのアナリストによる EC 事業の市場分析

今回の最新調査結果を受け、ザ・プラント株式会社のデータアナリストであるウォレス・チャン（Wallace Cheung）は 2023 年に向けた EC に関する市場分析について、次のような見解を述べています。

<分析 1> 「オンライン・プレゼンスの強化と多様な顧客体験」

■ コロナ禍による規制が緩和され消費活動が実店舗に戻る一方、コロナ禍で活発になった E コマースの習慣（オンライン）は定着しつつあります。例えば、オンラインにおける食品・小売はコロナ禍が始まって以来、全体として約 15%(*1)の伸びを示しているほか、フードデリバリーサービスは、2019 年には 4,172 億円であった市場規模が、2023 年には 6,821 億円まで成長(*2)すると予測されています。また同時に、銀行などといったこれまで実店舗（オフライン）にしか存在しないと思われていた分野に、E コマースが進出していることが見受けられます。

参照: (*1) 経済産業省電子商取引に関する[市場調査](#) / (*2) ICT 総研調査

■ この流れを踏襲し、EC 事業（E コマース）は 2023 年以降も成長を続けていく可能性が高いことがうかがえます。この成長の機会をとらえて優れた EC 事業を実現していくためには、企業はオンライン・プレゼンスを強化するだけでなく、多様に変化するお客さまの好みや期待に応えるために、「スムーズなオムニチャネル体験」、「ニーズに合わせた UI/UX」、「パーソナライゼーション」など多様な要素を駆使しながら、円滑な顧客体験を提供していくことが求められていくことでしょう。

<分析 2> 「メタバースと AI が人気。でも大切なのは既存テクノロジーへの投資」

■ 「メタバース」は 2023 年に向けて多くの関心を集めていますが、実はそのコンセプト自体は、2003 年のセカンドライフや 2006 年のロブックスといった、メタバースの原型となる世界まで遡ることができ、決して新しいものではありません。実際のところメタバースは、普及の遅れ、実用的使用例の欠如、主なプレイヤーである巨大 IT 企業における昨今の著しい解雇状況を鑑みても、現在の形態が大きな牽引力を持つことは難しいと考えられます。そのようなことから、2023 年のより現実的かつ賢明なアプローチは、お客さまのニーズをより直接的に解決することができる「既存テクノロジーへの投資」だと考えます。

■ AI は、意志ベースのカスタマイゼーション、位置ベースマーケティング、そしてチャットボットなど、多くの実用的な実績を残しています。AI 技術を駆使することで、企業はより精緻に顧客ターゲットを設定し、そしてより質の高いリードを獲得し、よりパーソナライズ化されたデジタルマーケティング体験を提供することができます。さらに運用面においても、ビッグデータを活用した在庫管理、需要予測、最適化などに役立ちます。さらに AI は感情分析をすることも可能ですので、顧客レビューの複雑なニュアンスをも理解し、問題や課題の原因、そして成功体験の要因まで特定していくことができるのです。（市場分析は以上）

ザ・プラント株式会社は今回の調査結果を踏まえ、引き続き、E コマースにおける国内外の動向を注力してまいります。



Eコマース データアナリスト、ウォレス・チャン (Wallace Cheung)
プロフィール

ザ・プラントのデジタルアナリティクスコンサルティング兼データアナリスト。以前はアメリカを拠点とする SNS 運営企業でデータアナリストとして勤務。ユーザートラッキングが非常に困難だと言われる SNS プラットフォームで開発サイクルと行動アナリティクスを統合することで、勤務開始1年以内に DAU を 30%以上増やすという成果を達成。データをどのように事業の成長の原動力とし、オンラインビジネスの価値を上げていくのかを追求しています。

<ザ・プラント株式会社>

ザ・プラント株式会社 (The Plant Co. Ltd.) は 2005 年に設立された、EC プラットフォームや CMS の開発を手がけるグローバルな Tech 職人集団です。法人向けシステム開発 (E コマースシステム・コンテンツマネジメントシステム・イントラネットシステム)、デジタルマーケティング・パーソナライゼーションモバイルアプリ製作、テクニカル・UI・UX コンサルティングなど EC に関する幅広いサービスを提供しています。HP: <https://the-plant.com/ja/>

<一般の方からのお問い合わせ>

ザ・プラント株式会社 (担当: 日原・コドニエ) TEL: 03-6407-8067

E-Mail: bizdev@theplant.jp

<報道関係者からのお問い合わせ>

ザ・プラント株式会社 広報事務局 (株式会社室町屋: 長岡) TEL: 03-6435-8631

E-Mail: info@muromachiya.co.jp

*本調査結果はご自由にご使用いただけます。引用・ご掲載をされる場合には下記の表記をお願いいたします。

<参照: 「ザ・プラント Eコマース最新動向 for 2023」>