

TOPICS

市場の変化でどう変わる？

いま、通販化粧品に 求められるもの - 業界編 -

拡大する通販市場と新たな課題

EC化率の上昇や利便性の浸透、AIなど新技術の活用を背景に、通販市場は今後も継続的な拡大が見込まれます。一方で、物価上昇による消費の冷え込みや物流コストの増加といった課題も抱えています。さらに、オムニチャネル化の進展により、あらゆる業態が競合となりうる状況が生まれ、販売戦略は一層複雑化していくことが確実です。

こうした環境下で、通販各社は広告施策や顧客育成、マーケティング戦略など、多様なイノベーションに取り組み始めています。多数の企業をサポートしている私たちフォー・レディーのスタッフが、日々の業務で得た気づきをもとに市場の変化を整理し、激しさを増す競争を勝ち抜くためのヒントを探っていきます。

電子商取引の市場規模は拡大の一途

BtoC-EC 市場規模の経年推移 (単位: 億円)



経済産業省のまとめでは、令和6年度の日本国内の電子商取引 (BtoC-EC) の市場規模は26.1兆円となり、対前年比 5.1%の伸び率を記録しています。また、商取引全体における EC化率も前年比 0.4ポイント増の 9.8%に伸長。通信販売企業にとって、EC化の促進は消費者との距離を縮める追い風である一方、店販、通販といった業態の垣根を曖昧にするものもあり、より広い視野で販売戦略を考えていく必要があるのではないのでしょうか。

グラフ出典: 経済産業省ニュースリリース (2025年8月26日発行)

2019-2020 年 度 工 作 总 结

18 页

01

工作回顾



工作回顾

工作回顾

02

工作展望



工作展望

工作展望

03

工作感悟



工作感悟

04

工作心得



工作心得