



Adobe Commerceを 導入すべき10の理由

B2Bデジタルコマースを進化させる
方法とは

アドビ CXM (顧客体験管理) ガイド



Adobe CommerceでB2Bコマース市場を勝ち抜く

COVID-19のパンデミック以降、デジタルコマースを利用するB2Bバイヤーは着実かつ急速に増加しています。Digital Commerce 360のレポートによると、2020年のB2Bコマースサイトの売上は10%増加し、1兆3,900億ドルに達しました。B2Bバイヤーの平均年齢が低下していることを考えると、この傾向は今後も続くと予想されます。TrustRadiusによると、B2Bテクノロジーバイヤーの60%がミレニアル世代(25~39歳)で、2%がZ世代(24歳以下)であることが明らかになっています。

10%

2020年に
B2Bコマースサイトの
売上が増加した割合

60%

B2Bテクノロジーバイヤーに
おけるミレニアル世代の割合
(内2%がZ世代)

また、B2Bバイヤーは、年齢を問わず、サプライヤーのwebサイトをはじめとしたデジタルチャネルで、より多くの時間を費やすようになりました。TrustRadiusによると、B2Bバイヤーの半数以上が、購入プロセスでの主な情報源のひとつとして、ベンダーまたは商品のwebサイトを挙げています。そのため、質の高いサイト体験を提供することが、これまで以上に重要になっています。また、同レポートによると、B2Bバイヤーの90%近くが、購入プロセスの全部または一部をセルフサービスでおこなうことを望んでおり、57%が営業担当者とは面談することなく、購入を決定することが明らかになっています。

90%

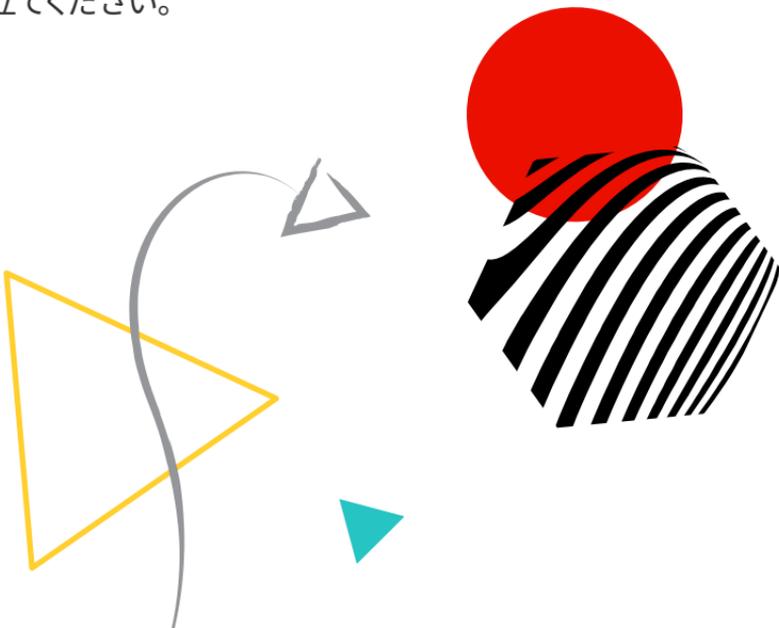
セルフサービスの
バイヤーズジャーニーを望む
B2Bバイヤーの割合

57%

営業担当者とやり取りせずに
購入を決定する
B2Bバイヤーの割合

デジタルファーストが加速するB2B市場で成功するには、俊敏性と拡張性に優れ、豊富な機能を備えたデジタルコマース基盤が必要となります。アドビが数多くの企業を支援してきた経験によると、Adobe Commerceのオープンソース版であるMagento Open Sourceでは、今日のバイヤーの期待に応える体験を構築するのに困難が伴います。多くの場合、カスタム開発が必要となり、複数の拡張機能を導入する必要があります。

そこで検討すべきは、Adobe Commerceへのアップグレードです。これは、ビジネスの将来に向けた投資であり、長期的な成果を期待できます。このCXMガイドでは、優れた体験を構築し、ビジネスを成長させようとするB2B企業が、Magento Open SourceからAdobe Commerceにアップグレードすべき10の理由を解説します。自社の状況に照らし合わせ、アップグレードを検討するのにお役立てください。



理由1.B2Bに必要なあらゆる機能を搭載

B2Bコマースは、さまざまな理由により、B2Cよりも複雑になりがちです。通常、数千人または数百万人の個人消費者ではなく、特定の企業に属する少人数のバイヤーに対して、大規模に商品やサービスを販売します。多くの場合、顧客企業ごとに独自の価格設定と商品カタログを提供し、契約内容をカスタマイズする必要があります。また一般的に、それぞれのバイヤーの購買権限には、制限があります。取引が一定の範囲を超えると、社内で承認を得る必要があります、手続きが複雑なことがあります。

Magento Open Sourceを利用している場合、B2Bバイヤーに実用的なデジタルコマース体験を提供するためには、大規模なカスタム開発が必要になる場合があります。一方、Adobe Commerceなら、次のようなB2Bコマース機能を包括的に備えています。

- ・ AIを利用した商品レコメンデーション
- ・ AIを利用したインテリジェントな検索
- ・ 顧客ごとにパーソナライズした商品構成と価格体系
- ・ 顧客ごとにパーソナライズした商品カタログ
- ・ 顧客ごとにパーソナライズした価格設定
- ・ 承認ワークフローのサポート
- ・ 発注の処理
- ・ チャンネルをまたいだ販売管理および注文管理

Adobe Commerceでは、カスタムコードを開発することなく、こうした機能をすぐに利用できます。また、これらの機能は、市場で既に十分活用されており、安心して使用できます。

2.ハイブリッド型ビジネスモデルに対応

ビジネスモデルは変化し、ますます複雑さを増しています。B2B企業でも、D2C（消費者直接取引）に取り組む企業が増えています。Diffusion PRが発表した2021年のD2Cに関する購入意向指数によると、米国の消費者の43%がD2Cブランドを認知しており、69%が過去1年間にD2Cブランドから1回以上購入したことがあります。

43%

D2Cブランドを
認知している
米国の消費者の割合

69%

D2Cブランドから
購入したことがある
米国の消費者の割合

こうしたハイブリッド型ビジネスモデルには、次のような利点があります。

- ・ 顧客の好みや購買意欲に関する詳細なインサイトの獲得
- ・ 特定の市場におけるブランド認知度の向上
- ・ ホリデーシーズンなどの繁忙期における売上の増加

しかし、コマース基盤がB2BとB2Cの両方に対応していない場合、それらのストアフロントを並行して管理することは、容易なことではありません。Magento Open Sourceの場合、大規模なカスタム開発が必要となるため、多くの費用がかかります。一方、Adobe Commerceなら、次のような能力を備えているため、ハイブリッド型ビジネスモデルを容易に実現できます。

- ・ テクノロジスタックを簡素化し、労力を最小限に抑えながら保守プロセスを合理化
- ・ 単一のバックエンドから複数のストアと商品リストを管理
- ・ B2BとB2Cの新商品を迅速かつ効率的に市場に投入
- ・ B2BとB2Cの両方の顧客に一貫性のあるブランド体験を提供
- ・ あらゆるコマース業務に関するデータを統合し、ビジネス戦略を最適化

44%

Diffusion PRによると、米国の消費者の44%は、D2Cブランドが競合他社よりも低価格で高品質の商品を提供していると考えている



3.Amazon ビジネスとの連携

Amazonは、オンラインショッピングに対するB2Bバイヤーの期待の高まりに応えることで、売上を拡大しています。MDMによると、Amazon ビジネスの世界的な売上は2020年に250億ドルに達し、グローバルで500万社以上の企業にサービスを提供しています。

多くのB2B企業が、Amazon ビジネスを新たなセールスチャネルとして導入しているのも、当然のことであると言えます。しかし、自社のコマースサイトと並行してAmazonでの売上を管理するには、時間と手間がかかります。商品のコンテンツ、画像、価格設定を個別に管理し、Amazonのデータと自社サイトのデータを手動で統合する必要があります。

Adobe Commerceなら、Amazon ビジネスとバックエンドで統合されているため、商品の情報や価格などを自動的に更新できます。[アドビの診断ツール](#)で、自社の状況に合わせて、Amazonビジネスをどのように活用できるのかをご確認ください。



4.優れたB2Bマーケットプレイスの構築

B2Bバイヤーにサービスを提供するマーケットプレイスは、Amazonビジネスではありません。B2B向けに特化したマーケットプレイスは急増しており、B2B企業が特定の地域のディストリビューターや小規模なリセラー向けに、新しいデジタルチャネルを構築するのに役立っています。Gartnerでは、2023年中に、大規模なマーケットプレイスの70%以上が、B2B取引に対応するようになると予測しています。

70%

2023年中に、
B2B取引に対応するようになる
大規模なマーケットプレイスの割合

幸いなことに、マーケットプレイスの構築は想像するよりも容易で、多くのB2B企業が既に取り組んでいます。マーケットプレイスを運営するには、専用のソフトウェアだけでなく、優れた顧客体験を提供するためのコマース基盤も必要です。

Adobe Commerceなら、高い柔軟性とセキュリティを誇り、豊富な機能を備えているため、マーケットプレイスの優れた基盤を実現できます。また、さまざまなマーケットプレイスツールとシームレスに連携できます。Magento Open Sourceをマーケットプレイス基盤として利用する場合は、より広範なカスタマイズが必要となります。

29%

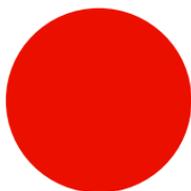
IDCの調査によると、Adobe Commerceを利用している企業は、平均で年間売上が29%増加している

5.ROIの向上

多くの場合、Adobe Commerceへのアップグレードは、優れた投資効果をもたらします。アドビの委託によりIDCが実施した調査によると、Adobe Commerceを利用している企業は、平均で年間売上が29%増加しています。また、Staxの調査では、Adobe Commerceに移行した企業が、わずか3年で平均165.3%のROIを達成したことが明らかになっています。

次のようなパフォーマンスの改善が、ROIの向上につながります。

- ・ コンバージョン率が16%向上
- ・ サイトのトラフィックが25%増加
- ・ モバイル売上が29%増加
- ・ 平均注文額 (AOV) が5%増加
- ・ コンテンツ制作コストが61%低減
- ・ ダウンタイムが93%短縮



6.ERPシステムとの連携

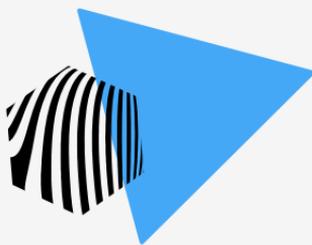
ERPシステムとデジタルコマース基盤を連携することで、有益なビジネスインテリジェンスを獲得し、顧客体験を強化できます。ERPシステムがオンラインストアの売上や顧客データにアクセスできれば、ビジネス成果を包括的に把握できるようになります。

Adobe Commerceなら、Microsoft Dynamics、NetSuite、SAP Oneなどの主要なERPシステムと連携可能で、実証済みのすぐに使え
るERPコネクタも利用できます。Magento Open Sourceでは、こうした連携に標準で対応していないため、既製のコネクタをカスタマイズしたり、独自のコネクタを構築したりする必要があります。

ERPシステムとの連携が重要である理由

コマース基盤と重要な顧客情報が保管されているERPシステムが接続していれば、顧客は一元化されたポータルサイトを通じて、あらゆるやり取りを管理できます。それこそが、顧客の期待するものであり、商品やサービスに関して問い合わせるのが容易になります。

また、オンラインストアでは、最新の在庫情報や価格情報を提示できるようになるため、在庫切れの商品を注文したり、誤った価格を請求されたりすることがなくなります。

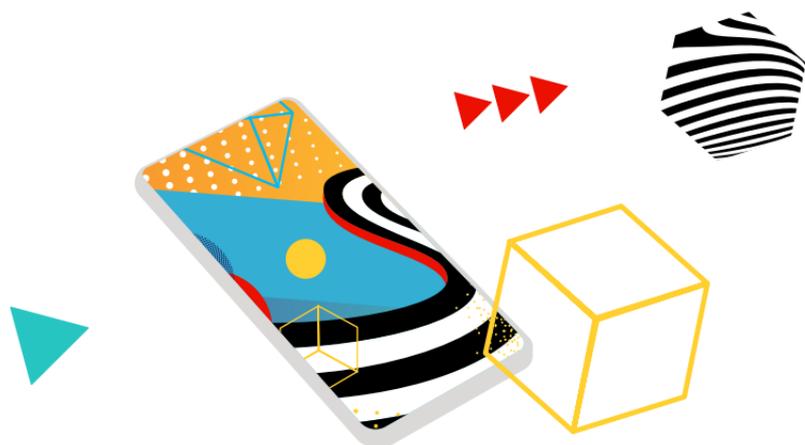


7.卓越したモバイル体験の提供

最近では多くの購買担当者がリモートで勤務するようになったため、優れたモバイル体験を提供することが、B2B企業にとってこれまで以上に重要になっています。しかし、多くのB2B企業は依然としてモバイル対応に苦慮しており、レスポンスに対応していないwebサイトや、運用に手間のかかるモバイルアプリに対して、多額の費用を費やしています。

Adobe CommerceとMagento Open SourceではPWA(プログレッシブwebアプリ)を構築するための開発者向けツールであるPWA Studioを提供し、モバイルファーストデザインに対応しています。PWAでは、アプリのようなインターフェイスを備えた、柔軟性と応答性の高いwebデザインを実現できます。

Adobe Commerceなら、Magento Open Sourceが備えていない、B2B販売向けの包括的な機能、[AIを活用した商品レコメンデーション](#)、[ビジュアルマーチャндаイジング](#)などの機能を利用して、容易にPWAを構築できます。



8.市場投入を加速

Adobe Commerceは、開発者が使いやすいように設計されているため、より効率的にカスタマイズ開発をおこない、すばやく市場に投入できます。アドビの委託によりIDCが実施した調査によると、Adobe Commerceを利用している企業では、新機能のリリースにかかる時間を67%、新しいカスタマーサービスのリリースにかかる時間を64%、それぞれ短縮していることが明らかになっています。全体として見れば、Adobe Commerceを利用している企業では、そうした市場投入にかかる時間が32%短くなっています。

67%

Adobe Commerceを利用している企業は新機能のリリースにかかる時間を67%短縮

32%

Adobe Commerceを利用している企業は新機能のリリースにかかる時間を平均よりも32%短縮

さらに、Adobe Commerceでは、拡張機能とカスタムモジュールを統合できるため、市場投入にかかる時間をさらに短縮できます。Magento Open Sourceを利用している企業では、50以上の拡張機能を利用していることがあります。しかし、Adobe Commerceにアップグレードすれば、豊富な標準機能により、そうした拡張機能の多くが不要になります。また、機能を追加する場合であっても、Adobe Commerceには多くの拡張機能が用意されているため、カスタム開発を必要とすることはほとんどありません。

9.モダンで安全性の高いアーキテクチャ

B2Bビジネスのデジタル化が進むにつれて、デジタルセキュリティが最優先課題となっています。TrustRadiusによると、2020年に、B2Bバイヤーの33%はテクノロジー製品の調査に、COVID-19のパンデミック前よりも多くの時間を費やしました。また、49%は、テクノロジー製品がデータのセキュリティ要件を満たしていることを確認するための調査に、追加の時間を費やしたと回答しました。

33%

2020年、テクノロジー製品の調査にCOVID-19のパンデミック前よりも多くの時間を費やしたB2Bバイヤーの割合

49%

テクノロジー製品がデータのセキュリティ要件を満たしていることを確認するために追加の時間を費やしたB2Bバイヤーの割合

Magento Open Source上に、高度にカスタマイズされた環境を構築すると、コマースストアの安全性を維持することが複雑になります。たとえば、セキュリティパッチを適用する際には、独自のコードやサードパーティの拡張機能で動作することを確認する必要があります。これは手間のかかる作業であり、サイトが拡大すればするほど困難になります。

Adobe Commerceにアップグレードすれば、サイトの保護が容易になり、そうした時間を削減できます。拡張機能やカスタマイズコードが少なくなるため、サイトのセキュリティを容易に確保できます。また、モダンかつ安全性の高いアーキテクチャにもとづいて構築されており、アドビの経験豊富な専門家がセキュリティ関連の問い合わせにすばやく対応します。

10.優れた拡張性

デジタルコマースがB2B企業にとって重要な収益源となっている現在、その拡張性が大きな懸念事項となっています。Magento Open Sourceを利用する場合、独自のインフラストラクチャと関連リソースを維持することになりますが、これには複雑な作業が伴い、大きな費用がかかることがあります。サーバーやネットワークインフラストラクチャなどの保守、保護、監視に加えて、複数のベンダーと提携し、さまざまなサポート契約や保証を管理しなければなりません。

一方、Adobe Commerceなら、クラウド基盤の次のような利点を活用できます。

- ・ **パフォーマンスの保証:** SLA (サービスレベル契約) を締結することで、自社だけでは達成できない、優れたパフォーマンスを実現できます
- ・ **キャパシティの調整:** オンプレミスのハードウェアに投資することなく、ニーズに応じてキャパシティを容易に調整できます
- ・ **従量課金制:** 料金はサーバーのコア数ではなく、コマース基盤上で販売した総流通量 (GMV) にもとづいて請求されるため、実際に使用していないキャパシティに対して料金を支払う必要はありません

次のステップ

Adobe Commerceが、どのように優れた顧客体験を創出し、ビジネス成果を上げるのに役立つのかをご確認ください。



Adobe Experience Cloud

Adobe Experience Cloudは、CXM（顧客体験管理）に特化した業界初となるデジタル基盤上に構築されています。データ、コンテンツ配信、コマース、パーソナライゼーションなど、魅力的な顧客体験を創出するのに不可欠なアプリケーションとサービスを包括的に提供します。各アプリケーションにはAI（人工知能）が組み込まれており、他のアドビ製品とシームレスに連携することができます。また、既存のテクノロジーや将来のイノベーションとも容易に統合し、将来にわたり優れた顧客体験を実現できます。

Adobe Commerce

Adobe Commerceは、マーチャントとブランドの両方に向けた、業界をリードするデジタルコマース基盤です。B2B、B2C、B2B2Cなど、あらゆるタイプの顧客に対して魅力的なショッピング体験を構築できます。拡張性の高いオープンソースの基盤上に構築され、比類のないセキュリティ、優れたパフォーマンス、低い総所有コストを備えています。あらゆる規模の企業が、デバイスやマーケットプレイスを問わず、さまざま場所の顧客にリーチするために利用できます。Adobe Commerceなら、単なる柔軟性の高いショッピングカートシステムの枠を超え、B2Bビジネスを成長させるための礎を構築できます。

出典

- 「[2021 B2B Buying Disconnect \(新しい購入プロセス、2021年\)](#)」、TrustRadius (2021年)
- 「[2021 US Ecommerce B2B Market Report \(米国B2Bデジタルコマース市場レポート 2021年版\)](#)」、Digital Commerce 360 (2021年2月)
- 「[Amazon Business Says Company Reached \\$25 Billion in 2020 Sales \(Amazon ビジネス、2020年の売上が250億ドルに達したと発表\)](#)」、Eric Smith、MDM (2021年3月18日)
- 「[Going Mainstream: Diffusion’s Direct-to-Consumer Purchase Intent Index \(トレンドの波に乗る：DTCに関する購入意向指数\)](#)」、Diffusion PR (2021年)
- 「[11 Imperatives When Building an Enterprise Marketplace \(大規模なマーケットプレイスを構築する際の11の必須事項\)](#)」、Jason Daigler/Sandy Chen、Gartner Research (2019年12月10日)
- 「[The Business Value of Adobe Commerce Cloud \(Adobe Commerce Cloudのビジネス価値\)](#)」、Leslie Hand/Jordan Jewell/Matthew Marden、IDC (2021年3月)
- 「[The Business Value of Migrating to Magento Commerce \(Magento Commerceへの移行がもたらすビジネス価値\)](#)」、Stax, Inc. (2019年6月)



Adobe, the Adobe logo, Adobe Sensei, Creative Cloud, the Creative Cloud logo, Illustrator, InDesign, and Photoshop are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

© 2023 Adobe. All rights reserved.