The Forrester Wave™: B2Cコマースソリューション（2022年第2四半期）

注目すべきプロバイダー9社と各社の比較

2022年04月28日

執筆者：Emily Pfeiffer、Joe Cicman、共同執筆者：Fiona Swerdlow、Caroline Provost

FORRESTER®

概要

Forresterでは、独自に設けた27項目の基準にもとづいてB2Cコマースソリューションを評価し、最も重要なベンダーとしてAdobe、BigCommerce、commercetools、Kibo Commerce、Optimizely、Salesforce、SAP、Shopify Plus、VTEXの9社を選定し、調査、分析、採点をおこないました。このレポートは、各ベンダーの評価結果を示しており、デジタル担当者のニーズに最適な製品選びにお役立ていただけます。

本レポートのオンライン版では、さらなるリソースをご利用いただけます。

配布不可
© 2022 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。
詳細については、Citation Policyをご覧いただくか、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

コマーステクノロジーの進化を加速させるB2Cデジタル企業

モジュール型のクラウドネイティブコマースソリューションは、もはやデジタル成熟度が高い企業だけのものではなくなっています。実際、モダンなコマーステクノロジーは、より適応性が高まり、それを利用しているデジタル企業のレジリエンスを向上させています。小売企業やデジタルD2C企業は、新たな人材の問題に苦慮し、これまで以上に迅速な対応を迫られ、テクノロジーに大きく依存しています。こうした依存と、消費者の期待の急激な変化により、たとえ導入に時間がかかり、段階的に進めざるを得ないとしても、常にテクノロジーの変革に挑み続ける必要があります。小売企業は実店舗においてPOS（Point-of Service）ストアフルフィルメントツールや、注文管理システム（OMS）を導入するなど、突如として必須となったこれらの要件に対応しています。一方、時代遅れのテクノロジーは、サービスとしてのソフトウェア（SaaS）コンポーネントが積み重ねられ、最終的に完全なSaaSアーキテクチャに移行するまでの間、放置されることになります。コマース分野では、最新のソリューション、アーキテクチャ、デリバリーモデルへの移行が進み、ベンダーとその利用企業がより迅速にイノベーションを起こせるようになるためのテクノロジーに投資したベンダーが評価されるようになります。

このような傾向を踏まえ、B2Cコマースソリューションの採用には次のようなプロバイダーを見つける必要があります。

- **自社がそのプロバイダーにとって理想的な対象顧客である。**既存のコマーステクノロジーでは不足していた能力を補い、要件に適応する最適なソリューションを特定しましょう。現在、B2Cコマース市場には、多様なデリバリーモデル、カルチャー、機能を備えた、さまざまなソリューションがひしめき合っています。2020年に実施した B2Cコマースに関する Forrester Wave™調査では、「コマーススイート」の評価をおこない、広範囲にわたるコマーステクノロジーのサポート状況を評価しました。今回の評価（2022年）では、本質的なコマースソリューションに限定して評価をおこなっています。ただし、各ベンダー独自の強みを明らかにするという極めて重要な目的のために、幅広い機能を評価基準に含んでいます。Forresterの包括的なスコアカードを自社の要件に照らして評価し、自社が理想的な顧客としてあてはまるソリューションを見つけましょう。
- **モダンなクラウドネイティブアーキテクチャにもとづいて構築されている。**こうしたソリューションは、シームレスにアップグレードされ、APIやイベントを通じて分離されたコンポーネントと連携し、コア製品からカスタムコードを切り離すことができます。また、セルフサービスの無料トライアルが用意されており、ビジネスチームはわずか数回のスプリントで、どれほどのことができるのかを検証できます。こうしたソリューションの外部から確認できる特徴としては、バージョンレスであること、自動拡張できること、ベンダーと顧客企業の両方が迅速に開発できること、ISVパートナーを介してクラス最高の機能に対応していること、特殊なフレームワークを修得する必要なく、プログラミング言語に依存しないためにオープンな市場で人材を確保できること、が挙げられます。

配布不可
© 2022 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。
詳細については、Citation Policyをご覧いただくか、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

- **非技術系の実務担当者のエクスペリエンスを重視している。**デジタル企業は、さまざまなトレーニングを受けることなくすぐに使用できる実務担当者向けのユーザーインターフェイス（UI）、無駄な時間やストレスを生じさせない効率的なワークフロー、多様なインターフェイスの使用を回避するための機能の統合管理を求めています。こうしたシステムでは、ソリューションが備えているあらゆる機能をすぐに確認でき、好みに応じてUIをカスタマイズできる必要があります。APIファーストのシステムを使用すると、かつてないほど容易にUIを構築、更新できるようになりますが、ベンダーは完全な機能を備えた使いやすいリファレンスインターフェイスも提供し、保守する必要があります。

評価サマリー

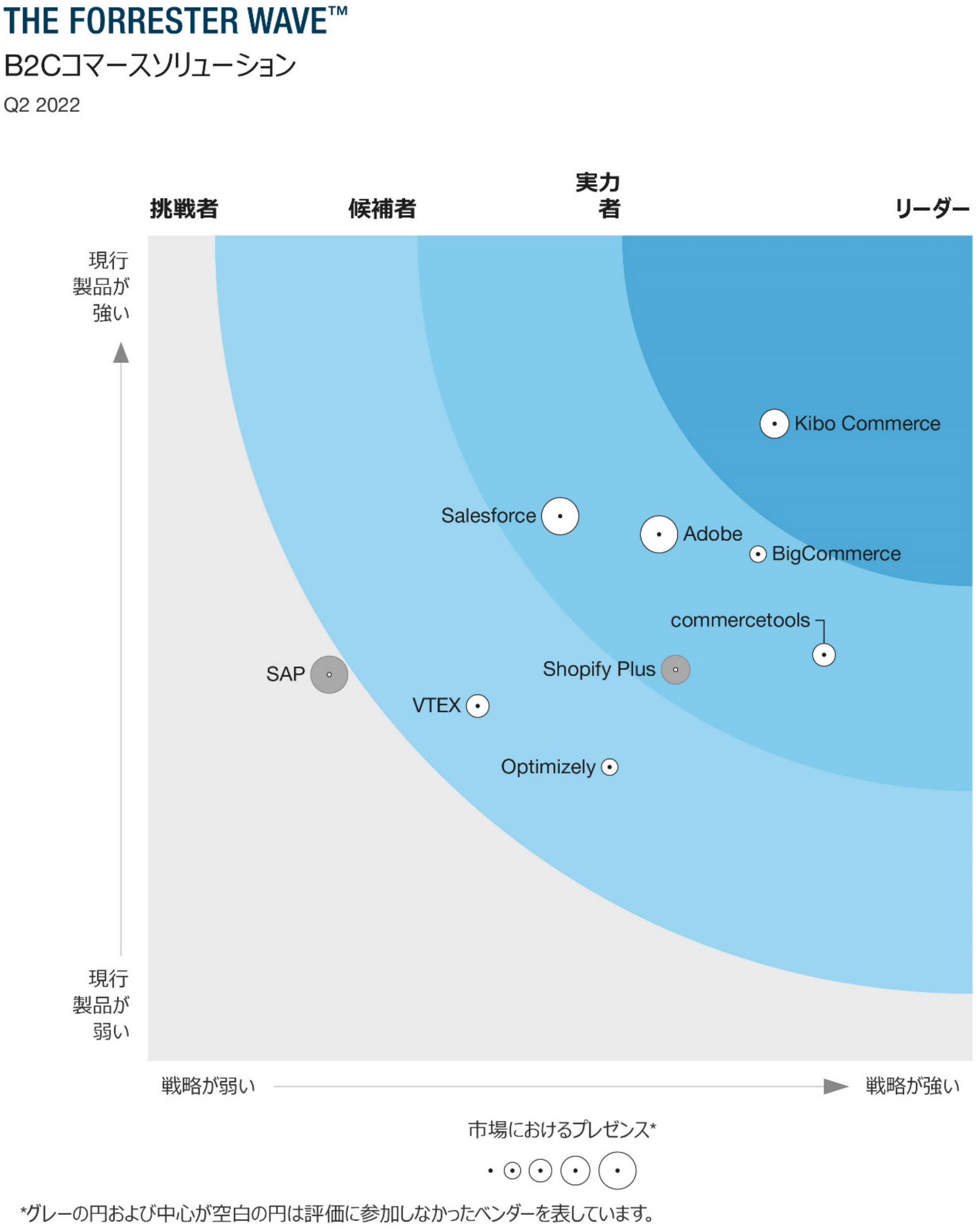
Forrester Wave™では、市場のリーダー、実力者、候補者、挑戦者に焦点を当てて評価しています。これは主要なベンダーを評価するもので、市場におけるすべてのベンダーの現状を表すものではありません。この市場について詳しくは、ブランドや小売企業による時代遅れなコマーステクノロジーからの移行、コマーステクノロジーの将来に関するレポート、およびB2Cコマースソリューションに関するNow Techをご覧ください。

この評価は、検討のための最初の手順としてご利用ください。クライアントの皆様には、製品の詳しい評価に目を通し、Excelベースのベンダー比較ツールを使用して、基準の重み付けを調整することをお勧めします（図1、図2参照）。このツールは、Forrester.comの本レポートの冒頭にあるリンクよりダウンロードできます。

配布不可
© 2022 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。
詳細については、Citation Policyをご覧いただくか、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

図1

Forrester Wave™: B2Cコマースソリューション（2022年第2四半期）



出典： Forrester Research, Inc.許可のない複写、配布は著作権法に違反します。

配布不可

© 2022 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、Citation Policyをご覧いただくか、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

図2

Forrester Wave™: B2Cコマースソリューションスコアカード（2022年第2四半期）

	Forresterによる重み付け	Adobe	BigCommerce	commercetools	Kibo Commerce	Optimizely	Salesforce	SAP*	Shopify Plus*	VTEX
現行製品	50%	3.19	3.07	2.46	3.86	1.78	3.30	2.34	2.37	2.15
コマース体験	5%	3.90	2.00	3.80	4.90	3.30	4.60	1.70	1.90	1.90
検索およびマーチャンダイジング	12%	5.00	1.00	1.00	3.00	3.00	5.00	3.00	1.00	3.00
レポートおよび分析	5%	5.00	3.00	1.00	5.00	1.00	3.00	1.00	3.00	3.00
顧客管理／サービス	5%	5.00	3.00	1.00	5.00	1.00	3.00	1.00	3.00	1.00
注文／在庫管理	5%	3.00	1.00	1.00	5.00	3.00	3.00	3.00	1.00	1.00
役割ベースのアクセス管理	5%	3.00	5.00	1.00	5.00	1.00	3.00	3.00	3.00	3.00
製品カタログ管理	12%	3.00	1.00	3.00	3.00	1.00	5.00	5.00	1.00	1.00
プロモーション管理	8%	3.00	5.00	3.00	3.00	1.00	1.00	3.00	3.00	1.00
サードパーティチャネル	5%	3.00	3.00	1.00	5.00	1.00	3.00	1.00	5.00	3.00
カスタマーサクセスおよびサポート	5%	1.00	5.00	3.00	1.00	5.00	3.00	1.00	3.00	1.00
デジタル製品およびサブスクリプション	5%	5.00	1.00	3.00	3.00	1.00	1.00	3.00	1.00	5.00
マルチサイト	3%	3.00	1.00	5.00	5.00	5.00	3.00	5.00	1.00	3.00
実務担当者向けUX	10%	3.00	5.00	1.00	3.00	1.00	3.00	1.00	5.00	1.00
アーキテクチャ	7%	1.00	5.00	5.00	5.00	1.00	3.00	1.00	1.00	3.00
拡張性および統合ツール	8%	1.00	5.00	5.00	5.00	1.00	3.00	1.00	3.00	3.00

スコアは0（弱）～5（強）までの6段階評価で示されています。
*不参加ベンダーを表しています

出典： Forrester Research, Inc. 許可のない複写、配布は著作権法に違反します。

配布不可
© 2022 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。
詳細については、Citation Policyをご覧いただくか、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

	Forresterによる重み付け	Adobe	BigCommerce	commercetools	Kibo Commerce	Optimizely	Salesforce	SAP*	Shopify Plus*	VTEX
戦略	50%	3.10	3.70	4.10	3.80	2.80	2.50	1.10	3.20	2.00
製品ビジョン	15%	3.00	5.00	5.00	5.00	3.00	3.00	1.00	3.00	3.00
戦略遂行ロードマップ	25%	3.00	3.00	5.00	3.00	3.00	3.00	1.00	3.00	1.00
市場実績	10%	3.00	5.00	5.00	5.00	1.00	1.00	1.00	3.00	3.00
機能拡張の予定	20%	3.00	5.00	5.00	3.00	3.00	1.00	1.00	3.00	3.00
製品およびサービスのサポート	20%	3.00	1.00	1.00	5.00	3.00	3.00	1.00	3.00	1.00
パートナーエコシステム	5%	5.00	5.00	3.00	1.00	3.00	5.00	3.00	5.00	1.00
商用モデル	5%	3.00	5.00	5.00	3.00	3.00	3.00	1.00	5.00	3.00
市場におけるプレゼンス	0%	4.50	2.00	2.50	3.50	2.00	5.00	5.00	3.50	2.50
顧客企業数	50%	5.00	1.00	2.00	4.00	2.00	5.00	5.00	2.00	1.00
売上高	50%	4.00	3.00	3.00	3.00	2.00	5.00	5.00	5.00	4.00

スコアは0（弱）～5（強）までの6段階評価で示されています。
*不参加ベンダーを表しています

出典： Forrester Research, Inc. 許可のない複写、配布は著作権法に違反します。

ベンダー各社の製品

Forresterが今回の調査で評価対象としたベンダーは、Adobe、BigCommerce、commercetools、Kibo Commerce、Optimizely、Salesforce、SAP、Shopify Plus、VTEXの9社です（図3を参照）。

配布不可
© 2022 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。
詳細については、Citation Policyをご覧いただくか、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

図3

評価対象のベンダーと製品情報

ベンダー	評価対象製品	評価対象製品のバージョン
Adobe	Adobe Commerce	2.3.4
BigCommerce	BigCommerce	
commercetools	Headless Commerce Platform & Composable Commerce Frontend	
Kibo Commerce	Kibo Headless eCommerce	
Optimizely	B2C Commerce Cloud	14.0
Salesforce	Salesforce B2C Commerce	
SAP	SAP Commerce Cloud	
Shopify Plus	Shopify Plus	
VTEX	VTEX Commerce Platform	

出典： Forrester Research, Inc. 許可のない複写、配布は著作権法に違反します。

ベンダー各社のプロフィール

Forresterの分析では、各ベンダーについて以下の長所と短所が明らかになりました。

リーダー

- **Kiboは、買収によって得た資産を引き続き活用しているが、ロードマップを明確にする必要がある。**テキサス州ダラスに拠点を置くKibo Commerceは、買収した複数のソリューションの統合プラットフォームを慎重に構築しています。MonetateとCertonaの買収によって得たパーソナライゼーション機能や、コマースに付随する注文管理機能など、多くの機能をプラットフォームに取り込み続けています。買収によって機能を統合し、プラットフォームに含まれる製品間でそれを共有する同社は、製品ビジョン、製品およびサービスのサポートにおいて優れています。同社のパートナーエコシステムは脆弱で、大規模なサービスプロバイダーと長期にわたる取引関係を築いている他社に追いつく必要があります。同社のロードマップは高い水準にありますが、注文管理や顧客体験とともに、実務担当者向けUXの改善に関連する継続的な機能拡張もテーマとなっています。

配布不可
© 2022 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。
詳細については、Citation Policyをご覧いただくか、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

同社は、フロントエンド管理、レポート作成、分析、注文／在庫管理において秀でています。一方、顧客のカスタマーサクセスとサポートが弱点となっています。リファレンス顧客は、同社と強力かつ良好な関係を築いているものの、優先度の低いサポートへの投資拡充を望み、追加機能の提供がより迅速化されることを期待しています。Kiboは、複数の機能分野にわたり、サービスを共有する統合済みプラットフォームを重視するデジタル企業に適しています。

実力者

- **BigCommerceは、差別化戦略によって成長を遂げているものの、高級品市場への参入に関しては道半ば。**テキサス州オースティンに拠点を置くBigCommerceは、2020年にIPOを申請し、公開会社として力強く成長し続けてきました。同社のソリューションは、あまり複雑でないビジネスモデル向けの標準機能と、より複雑なビジネスモデル向けの柔軟性の高いAPIを備えています。同社は、ファーストパーティ機能とサードパーティ機能の両方の管理を統合して簡素化することで、強力なパートナーエコシステムを構築し、製品ビジョンに照らして優れた市場実績を上げています。同社は、製品およびサービスのサポートをより幅広く、きめ細かにする必要があります。同社のロードマップは、今回評価した中でも最も強力なロードマップのひとつで、サードパーティ製アプリケーションのより緊密な統合や、CDP（顧客データプラットフォーム）などの補完的なソリューションとのネイティブ統合の追加といった計画が盛り込まれています。

  同社は、実務担当者向けUX、アーキテクチャ、拡張性、統合性において優れています。一方、同社の弱点は、フロントエンドの管理および注文／在庫管理にあります。リファレンス顧客は、同社を信頼できるパートナーとして強く支持し、今回の評価ではリファレンス顧客から最高の評価を得ています。リファレンス顧客は、マルチサイトの広範なサポートなどの改善を求めています。BigCommerceは、あまり複雑なデジタル戦略を持たず、標準的な機能、統合管理、拡張性をバランスよく確保したいデジタル企業に適しています。

- **commercetoolsは、フロントエンドを備えたヘッドレスコマース機能を提供するが、注文管理機能を欠く。**ドイツのミュンヘンに拠点を置くcommercetoolsは、ヘッドレスコマースソリューションを市場に初めて投入したことで知られています。同社の新しい企業戦略では、アーキテクチャの類似したソリューションの買収を続けることを明言しています。同社は2021年第4四半期にFrontasticを買収し、最先端のフロントエンドを有するヘッドレスコマース企業となりました。このふたつのソリューションは、事前に統合済みですが、分離されたユーザーインターフェイスを備えた別々のソリューションとして機能します。現在commercetoolsは、製品ビジョン、製品ビジョンに照らした市場実績、戦略遂行ロードマップに強みを持っており、「市場を牽引するB2BとB2Cの両方のユースケースをサポートする強力なヘッドレスコマース」によって新たな道を切り開いています。同社の弱点は製品およびサービスのサポートにあります。同社のポートフォリオはコマースに限定されていましたが、現在はエクスペリエンスも含まれています。このふたつを柱とするロードマップでは、既存のプラットフォームをいくつかの小さなコンポーネントに分割して個別に購入できるようにし、その機能を無機的にも有機的にも拡張していくとしています。

配布不可
© 2022 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。
詳細については、Citation Policyをご覧いただくか、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

同社は、アーキテクチャ、フロントエンド管理、拡張性、統合性において優れています。一方。同社の弱点は、実務担当者向けUX、注文／在庫管理、検索、マーチャンダイジングにあります。注文後の注文の編集など、機能へのアクセスやユーザーインターフェイスでの表示など、開発が必要な機能がいくつかあります。リファレンス顧客は同社に、より先を見越したイノベーションを望んでいます。commercetoolsは、クラウドネイティブなAPIファーストのテクノロジーを好み、モダンなリソースを豊富に備えた開発チームを有する企業に適しています。

- **Adobeのコマース製品は大きな進化を遂げているものの、同社の強力なエクスペリエンスポートフォリオとの統合が不足。**カリフォルニア州サンノゼに拠点を置くAdobeは、クリエイティブツールと大企業向けのExperience Cloudで知られています。同社のコマース製品は、売上と顧客数の両面で急速な成長を続けています。ただし、同社のコマース製品とエクスペリエンス製品は、単一のプラットフォーム下に統合されておらず、多くの機能が共有されていません。Adobeは、Adobe Acrobat Signの統合やAdobe Commerceへの決済サービスの追加など、追加サービスを利用した機能面での付加価値の提供に重点を置いています。Adobeは、ほとんどの戦略基準において他社と同等の水準にありますが、パートナーエコシステムにおいて他を圧倒しています。同社は、B2BおよびB2Cの統合ソリューションをコア製品として市場に投入している数少ない大企業対応のコマースソリューションベンダーのひとつであり、Adobe SenseiのAIを活用して、製品にイノベーションをもたらすことを計画しています。

  Adobe Commerceは、フロントエンド管理、検索、マーチャンダイジング、デジタル製品、サブスクリプションにおいて優れ、大きな強みを発揮しています。また、本評価のほとんどの基準に関して、業界標準の機能を備えています。Adobe Commerceの弱点は、カスタマーサクセスおよびサポート、アーキテクチャ、拡張性および統合ツールにあります。リファレンス顧客は、概ね同社との関係に満足していますが、ロードマップに関する情報が不足し、どのように将来に向けたイノベーションをおこなうのかが明確でないと回答しています。Adobeは、D2C戦略に意欲的に取り組んでいるブランドに適しています。

- **Salesforceの人気は依然として高いものの、B2C Commerce Cloudには注力していない。**カリフォルニア州サンフランシスコに拠点を置くSalesforceは、単一のミッションに沿って広範なポートフォリオを統合するCustomer 360戦略で知られています。この調査では、同社のB2C Commerce Cloudソリューションを評価しました。同社は、B2Cコマースのイノベーションよりも、統合や買収に重点を置いており、高い価格設定も見受けられました。同社の戦略上の最大の強みは、パートナーエコシステムにあります。同社のB2Cソリューションは、B2B向けのソリューションと同等には扱われておらず、市場実績とイノベーションロードマップが劣っています。B2C Commerce Cloudは、同社の新しいUIである「Lightning Experience」に含まれておらず、新しい注文管理システムとも緊密に連携していません。同社のロードマップでは、ソリューションのマイクロサービスへの分離を進め、AI主導のパーソナライゼーションやその他のエクスペリエンスに重点を置き、最近Atonitの買収により得た新たなマーケットプレイス機能を提供するとしています。

配布不可
© 2022 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。
詳細については、Citation Policyをご覧いただくか、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

同社は、製品カタログ管理、フロントエンド管理、検索、マーチャンダイジングに優れています。一方、同社の弱点は、プロモーション管理、デジタル製品、サブスクリプションにあります。リファレンス顧客は、概ね同社との関係に満足していますが、他のソリューションとの事前統合や非技術系の実務担当者向けツールの改善を望んでいます。Salesforceは、同社の他の製品を既に活用している企業で、長年提供されてきたソリューションを求めている流通取引総額（GMV）の高い企業に適しています。

- **Shopify Plusは、大規模な顧客層を擁するが、大企業への売り込みに苦戦。** カナダのオタワに拠点を置くShopifyは、急速にその名を広め、非技術系の実務担当者にとって、非常に使いやすいことで知られています。同社は、パートナーエコシステムと商用モデルに強みを持ち、大規模なアプリケーションストアと独立系開発者の世界的なネットワークを備えています。また、コマースソリューションの価格設定も、予測可能で透明性の高いものになっています。同社の決済処理コストは競争力が低いものの、コスト面の魅力を高めるために、Shopifyストア全体でShop Payを利用でき、個人データを保存できるというメリットを提供しています。製品とサービスのサポートが若干弱いものの、ポートフォリオの一部としてPOS（Point-of Service）ソリューションを発表しています。同社のロードマップでは、検索機能やより詳細なマルチチャネルサポートなどの機能を強化すると明言しています。

  Shopify Plusは、実務担当者向けUX、サードパーティチャネル、拡張性および統合ツールにおいて優れています。一方、同社の弱点は、アーキテクチャ、製品カタログ管理、コンテンツ管理、検索、マーチャンダイジングにあります。Forresterが話を聞いた顧客企業がShopify Plusを使用してみた目的は、一般的な大規模ソリューションで求められるコミットメント、コスト、労力をかけずに新しいブランドや市場をテストすることでした。しかし、現行の主要なコマースソリューションを、Shopify Plusに置き換えたデジタル企業はありませんでした。Shopifyは、大規模なアプリケーションストアを備えているものの、同等の企業と比較して機能上の制約が大きいため、迅速かつ軽量で使いやすさに長けたソリューションを必要とするデジタル企業に適しています。同社は、本評価プロセスへの正式な参加を辞退したため、今回の評価は公開されている情報にもとづいたものです。

配布不可
© 2022 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。
詳細については、Citation Policyをご覧いただくか、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

候補者

- **Optimizelyは、魅力的な計画を有するものの、それらの計画の実行は未定。**ニューヨーク市に拠点を置くOptimizelyは、Episerverとしてスタートし、買収によってコマースポートフォリオを拡大しているロールアップ企業として知られています。今回の評価では、同社のB2Cコマースソリューションを評価しました。同社は、ほとんどの戦略基準において他社と同等の水準にありますが、市場実績が劣っています。同社は、買収によって得た一部の機能を個別のソリューションとして維持しつつ（以前はスタンドアロンのA/BテストソリューションだったOptimizely Webなど）、ポートフォリオ全体でより多くの製品を連携させることに重点を置いています。同社のロードマップには、管理エクスペリエンスをリニューアルし、統合すると同時に、同社の製品群が処理するデータを連携させるという困難を伴う裏方作業が含まれています。また、プロモーションの見直しやアーキテクチャの近代化も計画しています。

  同社は、マルチサイト、カスタマーサクセスおよびサポートにおいて、優れています。一方、同社の弱点は、実務担当者向けUX、プロモーション管理、アーキテクチャにあります。リファレンス顧客は、概ね同社と非常に良好な関係を築いていると感じています。そして、より先を見越したイノベーションや、AIとパーソナライゼーションツールの強化を求めています。Optimizelyは、デジタル成熟度が低から中程度で、ベンダーとの緊密な関係を重視する企業に適しています。

- **VTEXは新市場でシェアを拡大しているものの、成長に伴う課題に直面。**英国ロンドンに拠点を置くVTEXは、コマースを伴うマーケットプレイス管理を展開しています。2021年7月に上場した同社は、最近では中南米以外の市場でも足場を確保するというミッションに成功しつつあります。同社は、多くの戦略基準において他社と同等の水準にありますが、対象分野とポートフォリオがまだ若干限定されているため、パートナーエコシステムと製品／サービスのサポートで遅れを取っています。同社のロードマップには、多くの機能をまたいだパーソナライゼーションの強化、プロモーション、B2B、会話型コマースへの注力が盛り込まれています。

  同社は、デジタル製品とサブスクリプションに優れています。一方、同社の弱点は、プロモーション管理、実務担当者向けUX、コンテンツにあります。リファレンス顧客の同社に対する感情はさまざまで、サポートが行き届いていると感じている企業もあれば、ロードマップとその実施についてさらなる情報提供を求めている企業もあります。同社は、変化する市場に対応するためのより迅速なイノベーションの提供と、顧客ニーズへの対応強化に注力したいと考えています。VTEXは、中南米での専門知識を必要とするデジタル企業や、統合されたマーケットプレイス対応プラットフォームを求めるデジタル企業に適しています。

配布不可
© 2022 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。
詳細については、Citation Policyをご覧いただくか、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

挑戦者

- **SAPは、広範な実績ある機能をモノリシックアーキテクチャに備える。**

  ドイツのウォルドルフに拠点を置くSAPは、世界最大規模のB2C企業も含む広範なインストールベースを持つことで知られています。同社は、ほとんどの戦略基準において他社の水準を下回っていますが、パートナーエコシステムでは他社と同等の水準にあります。同社のソリューションの最大の強みは、導入とサービスプロバイダーのロイヤルティにあります。同社のロードマップでは、モダンなSaaSアーキテクチャを実現するために、引き続きモノリシックアーキテクチャを分割していくと言明しています。それまでは、同社のアーキテクトは、顧客環境の手動アップグレードを毎年計画し、実行します。

  同社は、マルチサイトと製品カタログ管理に優れています。一方、同社の弱点は、アーキテクチャ、拡張性、統合、カスタマーサクセスおよびサポートにあります。Forresterが話を聞いた顧客企業の多くは、アップグレードや移行が複雑でコストがかかるため、従来のSAPコマースソリューションからの出口戦略に苦慮しています。SAPは、同社のCRMやERPに多額の投資をおこない、モダンなアーキテクチャをまだ採用していないB2Cの大規模企業に適しています。同社は、本評価プロセスへの正式な参加を辞退したため、今回の評価は公開されている情報にもとづいたものです。

評価の概要

Forresterでは、ベンダーを27項目にわたる評価基準に照らし合わせて評価しました。評価基準は次の3つのカテゴリに大別できます。

- **現行の製品：**Forrester Waveの図において、各ベンダーの縦軸上の位置は現行製品の優秀さを表します。コマース体験、検索およびマーチャンダイジング、レポートおよび分析、顧客管理、注文／在庫管理、製品カタログ管理、価格管理、プロモーション管理、サードパーティチャネル、カスタマーサクセスおよびサポート、実務担当者向けUX、アーキテクチャ、拡張性および統合ツールを主な評価基準としました。
- **戦略：**横軸上の位置は、ベンダーが掲げる戦略の優秀さを表します。製品ビジョン、戦略遂行ロードマップ、機能拡張の予定、市場実績、製品およびサービスのサポート、パートナーエコシステム、商用モデルを評価しました。
- **市場におけるプレゼンス：**市場におけるプレゼンスの強さは、図中に表示された各ベンダーのマーカーの大きさで表しました。各ベンダーの顧客企業数と製品の売上を反映しています。

ベンダー選考基準

今回の評価で対象とした9社のベンダーは、Adobe、BigCommerce、commercetools、Kibo Commerce、Optimizely、Salesforce、SAP、Shopify Plus、VTEXです。ベンダーの選択基準は以下のとおりです。

配布不可
© 2022 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。
詳細については、Citation Policyをご覧いただくか、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

- **B2C製品の売上が大きい。** 評価対象としたベンダーは、B2C製品で2,000万ドル以上の収益を上げています。
- **B2Cコマースを強力にサポートしている。** 評価対象としたベンダーは、B2Cコマースソリューションのあらゆるコア機能を標準で装備しており、市場への直接ルートおよび間接ルートを持つ大手メーカーや販売会社に、継続的に採用されています。
- **大規模な顧客層を有する。** 大規模かつグローバルな企業から成る既存の顧客層を擁し、複数地域に重点を置いており、Forresterのクライアントから問い合わせや導入に関して言及されているベンダーを評価対象としました。

補足資料

オンラインリソース

Forrester WaveのすべてのスコアとExcelファイルで公開されており、詳細な製品評価とカスタマイズ可能なランク付けを利用できます。このツールは、Forrester.comの本レポートの冒頭にあるリンクよりダウンロードできます。これらのスコアとデフォルトの重み付けは目安として設定されているものであり、個別のニーズに応じて調整することをお勧めします。

Forrester Waveの調査方法

Forrester Waveは、テクノロジーの導入を検討している企業向けのガイドです。調査に参加するベンダーに対して公正なプロセスを提供するため、The Forrester Wave™の評価手法ガイド（英語）に従って評価を行っています。

一次調査を実施し、評価基準を満たすベンダーのリストを作成します。それらの最初の候補を選考基準にもとづいて絞り込み、ベンダーの最終リストを作成します。続いて、詳細なアンケート調査、デモとブリーフィング、リファレンス顧客の調査と面接を通じて、製品と戦略に関する詳細情報を収集します。これらの情報を、アナリストの市場における経験や専門知識と組み合わせて、ベンダーを他のベンダーと比較する相対的な評価システムを使用してベンダーのスコアを計算します。

Forrester Waveの公開日（四半期および年）は、各Forrester Waveレポートのタイトルに明確に記載されています。今回のForrester Waveに参加したベンダーの評価は、2022年2月8日までに対象のベンダーからForresterに提供された資料を使用して実施し、それ以降の情報の追加は認めませんでした。時間の経過とともに、市場とベンダーの製品がどのように変化するかを、確認することをお勧めします。

Forresterでは正確性を高めるために、The Forrester Wave™およびNew Wave™のベンダーレビューポリシーにもとづいて、公表前にベンダー各社に調査結果の確認を依頼しています。

配布不可
© 2022 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。
詳細については、Citation Policyをご覧いただくか、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

Forrester Waveの図で評価に参加していないベンダーとして示されたベンダーは、Forresterが定義した選考基準を満たしたものの、評価に参加しなかった、または部分的にのみ参加したベンダーです。Forresterは、これらのベンダーを、The Forrester Wave™および The Forrester New Wave™の評価対象外ベンダーおよび部分的な評価対象ベンダーに関するポリシー（英語）にもとづいて評価し、参加したベンダーとともにポジショニングを公開しています。

倫理方針

Forrester Waveの評価を含むForresterのあらゆる調査は、Forresterのwebサイトに掲載されているIntegrity Policyに従って実施されています。

配布不可
© 2022 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。
詳細については、Citation Policyをご覧いただくか、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

FORRESTER

ビジネスとテクノロジー分野をリードしている企業と協力し、顧客から要望の高い成長加速戦略を開発します。

FORRESTER.COM

顧客第一主義

Forresterでは顧客第一主義を何よりも大切にしています。クライアントに寄り添うとともに、クライアントの視点に立つことで、顧客第一主義の推進をお手伝いしています。

調査

実績のある成長戦略で競争力を強化できます。

- 顧客と市場の動向
- 厳選されたツールとフレームワーク
- 客観的なアドバイス
- 実践的なガイダンス

詳細はこちら

コンサルティング

チームの足並みを揃え、能力を発揮するための最新の戦略をご提案します。

- 綿密な戦略的プロジェクト
- ウェブナー、講演会、ワークショップ
- カスタムコンテンツ

詳細はこちら

イベント

これまでにない視点を獲得したり、業界のリーダーたちからインスピレーションを得られたりするだけでなく、同業者との人脈を形成できます。

- ソートリーダーシップ、フレームワーク、モデル
- 同業者やアナリストとの人脈形成
- 対面のイベントとオンラインイベント

詳細はこちら

Forresterをフォロー

お問い合わせ

ご質問や不明点などございましたら、www.forrester.com/contactusよりお問い合わせください。印刷版または電子版ドキュメントの増刷をご希望の場合は、アカウントチームまでご連絡いただくか、reprints@forrester.comまでメールをお送りください。数量割引、教育機関および非営利組織向けの特別価格をご用意しています。

Forrester Research, Inc., 60 Acorn Park Drive, Cambridge, MA 02140 USA
Tel: +1 617-613-6000 | Fax: +1 617-613-5000 | forrester.com

配布不可

© 2022 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。
詳細については、Citation Policyをご覧いただくか、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。