

EBOOK

B2B コマースにおける差別化の最前線

競合との競争で優位に立つ製造業 4 社の Magento Commerce 活用事例集



今、世界の急速な変化への対応に、 数多くの製造業が苦戦を強いられています

デジタルネイティブ世代がビジネスでも活躍するようになり、従来の流通ネットワークとサプライチェーンは大きな挑戦に立ち向かわざるを得なくなっています。さらに、顧客のニーズは日々移り変わっています。これらが意味するのは、既存のやり方を維持するだけでは売上が上がりづらくなり、将来的な収益の見通しも減少していくということです。この変化の時代に成功を収めるために製造業に求められるのは、革新的で新しい戦略を採用することではないでしょうか。

大きな可能性を秘めた新しい戦略として、D2C (Direct-to-Consumer) が挙げられます。これは、代理店や小売店を挟まず、顧客に直接販売するビジネスモデルのことです。実際、今後5年間で製造元から直接購入する可能性が高い消費者

は80%以上に上がることが複数の調査から判明しており¹、複数のアナリストの予測では、D2Cの売上は2020年末までに180億ドルに達する見込みです²。

実際、既に数多くの企業が顧客にとってよりシンプルで簡単な購入体験とはどのようなものかを模索しています。例えば、オンラインでの注文や決済への対応、商品構成の変更や調整、サブスクリプション方式の提供などが行えるようになっています。

これらのイノベーション戦略に共通しているのは、成功のためには柔軟性と拡張性のあるデジタルコマース基盤を用意することが不可欠であるということです。

この eBook では、Magento Commerce を活用して新たなビジネスモデルを採用し、あらゆる変化に俊敏に対応している製造業4社の取り組みを見ていきます。



RXBAR

オムニチャネル戦略への高い投資対効果を実現

業務効率化、ビジネス成長、そして的確な意思決定を実践するために
Magento Commerce を活用する日用消費財製造企業

RXBAR について

プロテインバーを製造している RXBAR は、小さな地下の1室から事業をスタートしました。そしてそのわずか4年後、日用消費財製造大手の Kellogg に6億ドルで買収されました。

導入前の課題

事業開始当初は小売店、ジム、コーヒーショップでの販売を中心としていましたが、D2C チャネルのニーズが大幅に増加し、これに対応することのできる洗練されたデジタルコマース基盤を必要としていました。同社が求めていたのは、顧客とのつながりを維持すること、ブランドに信頼性を感じてもらえるようなショッピング体験を提供することです。また、

同社のグローバルな成長に合わせてメンテナンスやカスタマイズが簡単にできる仕組みも必要としていました。

Magento Commerce を選んだ理由

RXBAR が Magento Commerce を選んだ決め手となったポイントは、製品の堅牢性、管理しやすさ、さらにオムニチャネルの B2B ならびに D2C での購買体験を単一の基盤で対応できる点です。標準機能と、追加でダウンロード可能なエクステンションを駆使して、RXBAR 独自のビジネスの進め方に合わせて基盤をカスタマイズすることができています。



成果

現在 RXBAR では、複数の動的なストアフロントを管理しています。単一基盤の Magento Commerce を用いて、卸売業者向けのフロントでは卸売業者向けに設定した価格で商品を提供しつつ、D2C 向けのフロントではまったく異なる体験を提供しています。直販の顧客との双方向のコミュニ

ケーションによって新たな洞察がもたらされ、ビジネスのあらゆる領域での成長の機会がもたらされています。同社の EC データ（売上、レビューなど）は、商品開発（新フレーバーの決定やブランド拡張）への情報活用と、小売チャネルの販売拡大支援に活用されています。

主な指標

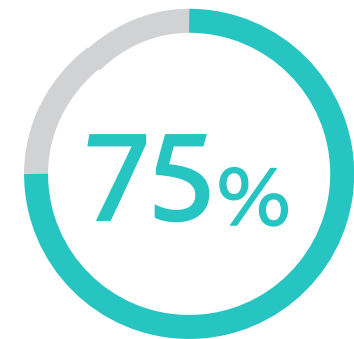
現在、RXBAR のオンライン収益の 75% 近くを D2C 経由が占めている

Magento Commerce による業務効率化が、RXBAR の小規模なチームを支えている

[成功事例を読む（英語）>](#)

「私たちは消費者への直販を行う日用消費財の食品ブランドの中では規模の小さい部類に入りますが、戦略的にはそれこそが利点となっています。顧客と双方向でコミュニケーションをとれることは、私たちにとって非常に重要です。メールマガジンへの登録、サイト上の商品レビューによるフィードバック、サポートチームとのリアルタイムチャットなど経路は様々ですが、従来の小売店舗経由での販売手法だけでは決して得られない貴重な情報が手に入るだけでなく、お客様に透明性を担保する新たな仕組みとしても機能しています」

– Katie Ehrhardt 氏、e コマースディレクター、RXBAR



RXBAR のオンライン収益に
D2C が占める割合

Steelcase

法人顧客の購買体験を大幅に改善

使いやすさと柔軟な連携性を備えた Magento Commerce を導入し、
購買プロセスを飛躍的に改善した大手家具製造企業

Steelcase について

オフィス家具業界大手の Steelcase は、理想のオフィスチェアを探す個人客から、オフィスビル全体の備品購入を検討する大手グローバル企業まで、あらゆる規模の顧客に商品を提供しています。

導入前の課題

Steelcase が従来使用していた自社開発プラットフォームでは、コマース市場の急速な変化に十分には対応できていませんでした。その大きな理由は、幅広い販売店ネットワークを

介して商品を販売しており、受注生産商品を含めると SKU が 2 京 5 千兆種類にものぼる、同社の複雑なビジネスモデルにありました。

Magento Commerce を選んだ理由

Steelcase が Magento Commerce を選んだのは、その最先端の柔軟なモジュラー型プラットフォームが、同社のブランドおよび技術面のビジョンと一致したためです。



成果

Magento Commerce により、Steelcase の複雑なビジネスモデルは次のようにシンプルになりました。

- ・ B2C コマースおよび B2B コマース基盤の統合
- ・ Steelcase 独自のカatalog作成システムとの直接データ連携
- ・ 販売店の電子調達システムとの容易な統合

- ・ 顧客自身で注文商品を構成し、構成後の商品を 3D 表現でプレビューできる機能
- ・ 適切な販売店を顧客に紹介し、ユーザーフレンドリーなプロセスで商品を選択でき、すぐに注文を確定できる、顧客ごとにカスタマイズされたショッピング体験

主な指標

B2B の売上のおよそ 90% は電子調達システムで発生

1 つの商品 ID で、数多くのカスタマイズが可能

[成功事例全文を読む（英語）>](#)

「最先端でありながら柔軟性も備えた Magento Commerce があれば、当社の複雑な商品ラインナップを、見つけやすく、親しみやすく、そして理解しやすい形で顧客に提示することができます。Steelcase というブランドの方針に一致しているだけでなく、最新のオンラインショッピング体験に対する顧客の期待にも的確に応えてくれます」

– Eric Zillmer 氏、e ビジネスプラットフォームマネージャー、Steelcase Inc.



B2B の売上に電子調達システム経由の売上が占める割合

QuestMark

将来的な成長基盤を構築

**Magento Commerce を活用してコストを削減し、
B2B 購買担当者のニーズに対応する産業用フローリング施工業者**

QuestMark について

QuestMark は、屋根／フロア施工の北米最大手 CentiMark Corporation 傘下で、商業施設、小売店舗、工場施設のフロアソリューションを提供する事業部門です。80 のオフィスと 3,500 人の従業員を抱えています。

導入前の課題

QuestMark では、顧客のデジタルシフトをさらに促進できるような優れたユーザー体験の実現を構想していました。具体的には、既存のオンラインストアが時代にマッチしなくなっていたこともあり、最新のコマース基盤を導入することで、一般消費者向けサイトのようなビジュアル性の高いショッピング体験を目指していました。

QuestMark が掲げていた目標は次のとおりです。

- ・顧客のオンラインでの注文をより簡単にする
- ・電子調達システムを利用する顧客に対応する
- ・セルフサービス対応によってコストを削減する
- ・差別化された体験を提供する

Magento Commerce を選んだ理由

QuestMark が Magento Commerce を選んだ背景には技術面とビジネス面の両方の理由がありますが、標準機能が充実している、TCO を削減できる、基盤が堅牢で拡張性を備えている、といった点が主な決め手となりました。



成果

QuestMark は、B2B 購買者の体験を改善すると同時に、カスタマイズにかかるコストを削減することに成功。顧客体験も改善され、既存顧客のデジタル移行も大幅に簡素化されました。豊富な導入実績があり、優れた Magento Commerce パートナー企業の協力も得られ、Magento エクステンションのマーケットプレイスが充実していることも、TCO の削減に貢献しています。

主な指標

平均注文額を 61% 向上

取引件数は 393% 増加

売上は 633% という驚異的な増加率を達成

[成功事例の動画を見る（英語）>](#)



「豊富な導入実績があり、優れた Magento Commerce パートナーの協力も得られ、Magento 拡張機能のマーケットプレイスが充実している。これらすべての要因が、長期的な総所有コストを押し下げてくれています」

– Greg Wilson 氏、シニアバイスプレジデント兼 CIO、CentiMark

JCB

堅牢な EC プラットフォームを基盤に顧客からの信頼を獲得

Magento Commerce を基盤に新たな B2B 販売プラットフォームを構築し、
オンラインの売上増を達成した建設機械製造企業

JCB について

JCB は、建設機械の世界 3 大企業の 1 つに数えられる企業です。4 つの大陸に 12,000 人の従業員を擁し、150 か国 2,000 か所の販売店を通して製品を販売しています。

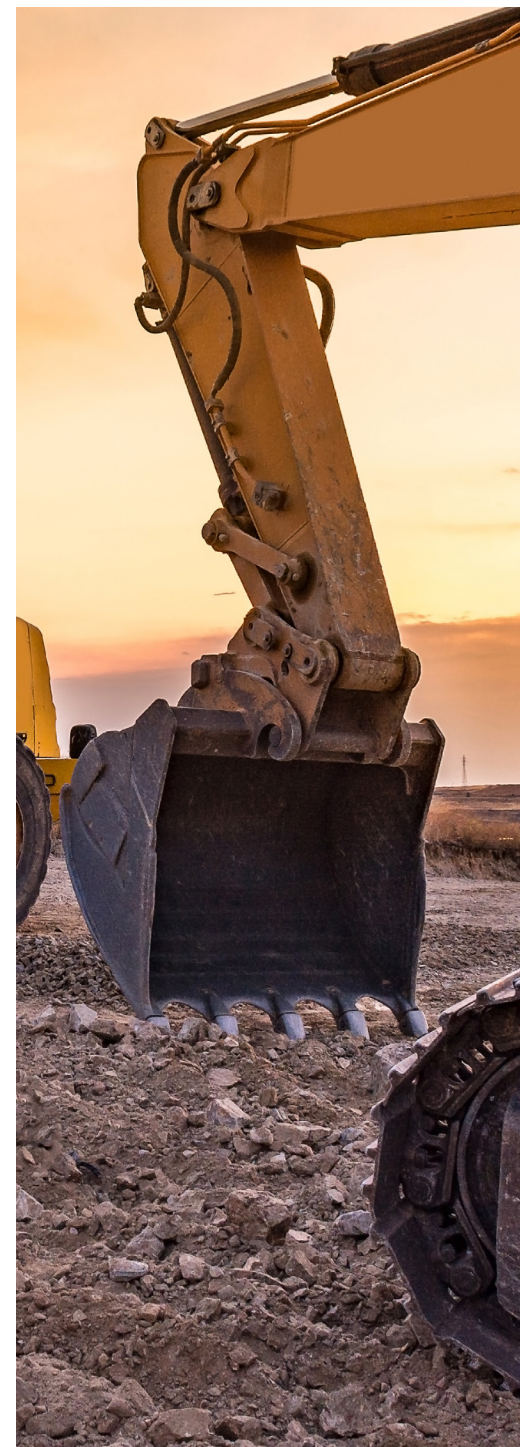
導入前の課題

JCB では、オンラインでの収益増加の取り組みの一環として、既存顧客がより簡単に発注できるように、同社の大規模なオンライン部品カタログを一般公開する方針を決めました。この移行を成功させるためには、実に 250,000 種類もの SKU を管理できる拡張性と、全体のトラフィック、コンバージョン率、平均注文額、

顧客フィードバックにもとづく効果測定のための機能を備えた、低価格でありながらエンタープライズクラスのコマース基盤が必要でした。同時に、同社の製品を迅速に市場投入できるようにすることも課題でした。

Magento Commerce を選んだ理由

JCB が Magento Commerce を選んだ理由は、その多機能性にあります。部品の図面を提示できるだけでなく、サイト内検索ではシリアル番号、部品番号、モデルを条件に部品を検索できるため、予備部品の検索と購入が簡素化され、スムーズな購買体験を顧客に提供できるようになりました。



成果

今までとは比べものにならないほど短時間に少ない手間で適切な部品を探せるようになったことで、正規の販売元から正しい部品を注文しているという顧客の安心感を最大限に高める効果がありました。販売店の ERP システムとの統合も、購買体験の包括性と一貫性を高めることに貢献しています。

主な指標

部品カタログのオンライン完全移行を、わずか 4 か月で完了

標準機能のマルチストアアーキテクチャを活用し、複数の販売店サイトの公開も、わずか数週間で簡単かつ効率的に完了

クリック＆コレクト機能を地域販売店に提供

[成功事例全文を読む（英語）>](#)

「お持ちの機械に適合する部品を、250,000 品目ものカタログの中からすばやく見つけていただけるようになりました」

– Craig Jeffery 氏、サービス／部品デジタルイノベーションマネージャー、JCB

4 か月
導入期間

ビジネスの成長を後押しする、 シンプルで強力なデジタルコマース基盤

ビジネスを次のレベルへと引き上げることは、必ずしもその分複雑になるということを意味する訳ではありません。実際、「デジタルコマース業務を簡素化できると同時に、難解な作業の大部分を Magento Commerce が引き受けてくれる」という理由で、数多くの企業が Magento Commerce の導入を進めています。

主なメリットは次のとおりです。

- ・優れたブランド体験を構築する
- ・法人顧客へ B2B に特化した機能によって体験を提供する
- ・場所を問わず購入者にアプローチする
- ・注文の管理とフルフィルメントの最適化を、あらゆるチャネルで実現する
- ・新たなビジネスモデルで売上を増加させる
- ・実践的なビジネスインサイトで成長を後押しする
- ・拡張性とセキュリティを備えたクラウド型コマースで業務を簡素化する
- ・グローバルな専門家のエコシステムでイノベーションを加速する



購買活動のデジタル化は、今後も止まることはありません。購買担当者との物理的な距離にとらわれない関係構築、革新的な戦略の策定、長期的な成長を支援する最先端のデジタルコマース基盤 Magento Commerce を、ぜひご検討ください。

[詳細はこちら >](#)

¹ Diffusion 2018 Direct-to-Consumer Purchase Intent Index, Forrester/Internet Retailer

² <https://www.emarketer.com/content/us-direct-to-consumer-ecommerce-sales-will-rise-to-nearly-18-billion-in-2020>

ADOBE EXPERIENCE CLOUD

詳細な顧客インテリジェンスを活用して、きめ細かく構成され、パーソナライズされた一貫性のある体験を提供し、あらゆるコミュニケーションで顧客満足を実現しましょう。Adobe Experience Cloud には、そのために必要な機能がすべて揃っています。

Adobe Experience Platform を基盤に Adobe Sensei の AI とマシンラーニングを活用した Adobe Experience Cloud は、世界屈指の包括的なソリューションスイートを提供します。さらに Adobe Experience Cloud は Adobe Creative Cloud および Adobe Document Cloud とも連携します。魅力的な体験の構築と提供が密接に結び付いた環境を提供できる点は、アドビ製品としての大きな強みです。

ADOBE COMMERCE CLOUD

Adobe Commerce Cloud は、Magento Commerce を基盤として構築されており、Adobe Experience Cloud に含まれる各製品とも緊密に連携します。あらゆるタッチポイントにわたりコマース体験を管理、パーソナライズ、最適化できる包括的なプラットフォームを提供します。

MAGENTO COMMERCE

Magento Commerce は、統合ツールによってコマース体験のあらゆる側面を管理、測定、最適化できる、柔軟性と拡張性を兼ね備えたデジタルコマース基盤です。

www.adobe.com/jp/commerce/magento.html

