



**Adobe**

# Adobe Commerceで ビジネスの俊敏性を高める

## Adobe Commerceのコンポーザブルプラットフォームで急速なビジネスニーズの変化に対応する

最先端のテクノロジーがビジネス成果に及ぼす影響はこれまで以上に大きくなっています。米国企業のテクノロジー関連の意思決定者を対象としたForresterの最近の調査によれば、回答者の33%が[最優先事項は顧客体験の改善である](#)と回答しています。これらの意思決定者はマーケティング部門などと連携して、顧客体験のパーソナライゼーションを促進し、オンラインコンバージョン率の向上に努めていますが、一方でインフラコストを効果的かつ管理可能な水準にとどめています。

これは言うほど簡単なことではありません。現在のコマースエコシステムは複雑です。ほとんどのビジネスでは多数のサービスを利用して、それを提供しているベンダーも複数にわたることが多いため、ビジネスユーザーや購入者の体験に一貫性をもたせるには、これらを統合する必要があります。最近のソフトウェアにはAPIが組み込まれていることが多く、スキーマ、拡張性モデル、開発者ツールなどがばらばらだと、つぎはぎ状の複雑な統合を余儀なくされます。この場合、時間がたつにつれ、コマース環境は不安定で変更も困難になり、維持するだけでコストがかかるようになります。IT部門はイノベーションより「今を乗り切ること」を重視せざるを得なくなります。実際に、Forresterの調査によれば、ソフトウェア関連の意思決定者にとって、技術的負債は上位3つの課題の一つとなっています。

## 拡張性を考慮した設計

Adobe Commerceには包括的な拡張ポイントがあり、開発者はネイティブ機能を拡張してサードパーティのソリューションと統合し、ビジネス上のニーズを迅速に満たすことができます。

Adobe Commerceの拡張ポイントには次のものが含まれます。

- ストアフロントとバックオフィスのユースケースを網羅する GraphQL と REST API
- カスタムマーチャント機能の実装のために Admin UI に安全に組み込むことができるシングルページアプリ
- Adobe Commerce のネイティブプロセスにリアルタイムで組み込むロジック
- 商品、注文、顧客情報の更新など、イベント主導の統合を進めるための700件以上のイベント

Adobe Commerceを導入すれば、高度なAPI、開発ツール、拡張ポイント、ランタイムサービスなどを利用してビジネスの課題に取り組み、シームレスな統合を実現することができます。これにより新機能の導入、システム間でのデータ共有、カスタマイズや統合にかかる維持コストの削減ができます。このガイドでは、アドビのサービスによりビジネスの俊敏性を高め、顧客体験を向上させ、データからさらに多くのインサイトを得る方法を紹介します。

## アドビのアジャイルコマースプラットフォームの3本柱

アドビのプラットフォームアーキテクチャへのアプローチは、何百社ものコマース関連の顧客との経験に基づくもので、ビジネスユーザーと開発者のニーズを等しくとらえています。このアプローチの3つの柱は、次のとおりです。

### 柱その1: 効率性と拡張性を高めるマイクロサービス

多数のマイクロサービスを管理することは一つの包括的なプラットフォームを管理するのと同じくらい難しく、コストもかかります。何百ものマイクロサービスを利用すると、API呼び出しも多数発生するためパフォーマンスが低下する場合があります。さらに複数のカスタムコネクタやAPIが原因で複雑化することがありますが、アドビのアプローチならこのプロセスは簡素化できます。一連のマイクロサービスは合理化されていて、展開にかかる時間が短く、拡張もすぐにでき、その一方で管理は簡単です。たとえば次のようなサービスが該当します。



検索とマーチャンダイズ



体験管理



カタログと価格情報



拡張性と統合

アドビのマイクロサービスの活用により、新しい機能を短時間でリリースし、顧客企業の拡張性のニーズを満たすことができます。さらに、アドビのマイクロサービスには次のような特長があります。

- 複雑な開発をしなくても連携可能である
- 頻繁な通信が必要なコンポーネントを隔離することで遅延が発生しない
- 開発者体験に一貫性がもたらされる

## 柱その2:オーケストレーションによるコンポーザビリティ

複数のサービスを統合するための時間やリソースが原因でボトルネックが発生し、イノベーションが遅れてコストが増加することは珍しくありません。アドビの[API Mesh](#)なら、コマース体験に必要なサービスをシームレスに連携できます。たとえば、ERPから取得した価格、Adobe Commerceから取得した製品情報、デジタルアセット管理システムから取得した画像などが該当します。

このソリューションによりストアフロントの柔軟性が高まり、チャネルに対して最適な対応ができるようになります。さらに、GraphQL、REST、SOAPなどのAPIを一つのエンドポイントに統合できます。その結果、統合が迅速化され、拡張もスムーズになり、維持コストも抑えられます。

### API Meshでできること

- **標準化:**APIをアドビのサービスやサードパーティのサービスに簡単に設定できます。レガシーシステムでも同様です。
- **拡張:**APIを拡張し、ローコード環境に変換できます。
- **拡大:**APIをグローバルに分散およびキャッシュできます。

## 調和したサービス

API Meshの利用により、Adobe Commerce開発者がサービス統合にかかる時間は52%短くなり、プロジェクト開発時間も10%短くなりました。

## 柱その3:標準化によるデータ交換

顧客が複数の顧客接点を利用している場合、顧客プロファイルの統合は困難になりがちです。顧客イベントの取得と表示のための方法がシステムごとに異なれば、開発者はチャンネルごとにコードを作成および管理する必要があります。体験のパーソナライゼーションには必要なプロセスですが、時間もコストもかかります。

Adobe Commerceではデータスキーマが標準化されているので、イベントデータ取得の合理化、顧客プロファイルの拡充、チャンネルをまたいだデータアクティベーションなどをシームレスに進めることができます。そのため、コード作成に時間をかけなくても、パーソナライズされた体験を一貫して提供できるようになります。主な機能には、次のようなものがあります。

- 標準化されたイベント主導のデータレイヤー。アドビとサードパーティの店舗間で機能します。
- Experience Data Model (XDM) 仕様。サービス間で体験データを交換するために使用します。
- Adobe Experience Platformの機能。顧客プロファイルの拡充、オーディエンスセグメントの構築やチャンネル間でのアクティベーションができます。
- セグメントを一元的に作成および管理し、アドビやサードパーティのチャンネルを通じてカスタマージャーニー全体で活性化する機能。

## 開発者にとってのメリット

Adobe Commerceの導入によりIT部門は、包括的な拡張ポイント、開発者ツール、ランタイムサービスなどを利用できるようになり、ビジネスに必要な差別化された機能を開発することができます。

## サーバーレスの拡張性

アドビが管理するサーバーレスプラットフォームにより、開発者は、インフラストラクチャのプロビジョニング、管理、拡張を気にすることなく、イノベーションに集中できるようになります。

## 統合された開発者体験

統合されたwebコンソールとCLIツールは、アドビ製品でもサードパーティソリューションでも機能し、既存の開発者向けのツールやワークフローとも統合されています。

**統合コストは低く抑え、  
データ閲覧場所はより多く設定**

これらのデータ機能により、統合コストが削減され、複数の製品にまたがるデータ共有を、UIのみで1回で設定できます。

**↓ 98%**

## 簡単なログとモニタリング

開発者は統合されたログ機能と監視機能により、様々なサービスを簡単にモニタリングできるため、アプリのトラブルシューティングが簡単になります。

## 拡張性、安全性、コンプライアンスを兼ね備えたコマー্স機能で素早くローンチ

アドビは、顧客がデジタルコマー্সエクスペリエンスを構築するために必要な包括的なサービスを提供しています。企業が投資しているサードパーティソリューションの中には、別のソリューションへの移行が難しかったり、必要以上のサービスが組み込まれているものをよく見受けられます。アドビのソリューションでは、必要なサービスだけを選び、既存のソリューションにシームレスに統合することができます。次の表は、アドビのソリューションの企業への導入について説明しています。

コアコマー্সのみ： 拡張性が高く、安全で、コンプライアンスを遵守します。	<ul style="list-style-type: none"><li>• カタログ、カート、顧客アカウントなどの機能を、拡張性が高く安全な Adobe Commerce Foundationで管理します。</li><li>• API MeshでアドビとサードパーティのAPIを一つのGraphQLに統合します。</li><li>• App Builderでイベント主導、クラウドネイティブのバックオフィス統合を進めます。</li></ul>
データ主導のコマー্স： ショッピング体験を高度にパーソナライズできます。	<ul style="list-style-type: none"><li>• アドビのコアコマー্স機能から始めます。</li><li>• アドビの検索およびマーチャндаイズ向けのマーチャндаイズサービスを、既存のストアフロントやサードパーティのストアフロントに組み込みます。これらのサービスはアドビのコアコマー্স機能とネイティブに連携します。</li><li>• アドビの標準規格に準拠したデータレイヤーをストアフロントにデプロイして、訪問者データを取得し、体験のパーソナライゼーションを進めます。</li></ul>
体験主導のコマー্স： 体験の構築と提供が極めて迅速になります。	<ul style="list-style-type: none"><li>• Adobe Experience ManagerのEdge Delivery Servicesを追加すると、高度なオーサリングツールとアセット管理ツールが利用できるようになり、マイクロフロントエンドベースで高性能のストアフロントを実現できます。</li><li>• Adobe Commerceの機能と、Adobe Experience Managerのコンテンツやアセットを組み合わせ、充実したショッピング体験を提供できます。</li><li>• 必要なフロントエンドフレームワークを、web標準に準拠したEdge Deliveryで導入できます。</li></ul>



# Adobe Commerceでビジネス価値を迅速に実現

Adobe Commerceは、デジタルコマース、マーチャンダイジング、体験管理のための機能を豊富に備えています。高度な拡張性と開発者ツールにより、IT部門は、目的のサードパーティサービスをAdobe Commerceに柔軟に統合して、ビジネス目標を短期間に達成し、一方で技術的負債を減らすことができます。

## ソース

「[Strategic Collaborations in Tech: The CEO-CIO Partnership\(テクノロジーにおける戦略的提携：CEOとCIOのパートナーシップ\)](#)」、Rachel Kwon、Fiona Mark、Forrester (2023年12月1日)



© 2025 Adobe. All rights reserved.

Adobe, the Adobe logo, and Adobe Commerce, are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.