



Adobe Commerce 導入ガイド

成長を加速し、市場投入までの時間を短縮し、
B2B および B2C の販売を拡大するために、
Adobe Commerce へスムーズに移行する方法



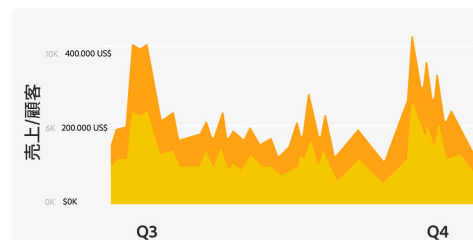
Isaac Tores
B2Cバイヤー



Nadia Chau
B2Bバイヤー

ビジネストレンドレポート

● 新規顧客 ● 売上



はじめに

e コマースの体験は、これまで以上に多くのデバイス、プラットフォーム、チャネルに広がっています。ブランドは、顧客どこにいてもその存在感を示し、購買ジャーニー全体を通じて一貫性のあるパーソナライズされた体験を提供することが、これまで以上に求められています。同時に、システム間の連携不足、データの断片化、チームのサイロ化などに悩まされ、購入者の関心を惹きつけることができず、人間味に欠ける顧客体験を提供しているケースが多く見られます。これらの課題に正面から取り組むことで、成長の機会を開拓し、顧客ロイヤルティを強化することができます。

e コマースに関するよくある課題

- 分断されたエコシステム：複数のコマースプラットフォームを管理することは、非効率性とコスト増加を引き起こします。
- スケーラビリティの課題：多くのソリューションは、成長する企業のニーズや B2B および B2C 運用の複雑さに対応するのに苦慮しています。
- パーソナライゼーションのギャップ：統一されたデータの欠如により、企業は顧客が期待するパーソナライズされた体験を提供できていません。
- パフォーマンス要件：非常に高速なサイトスピードは不可欠であり、[70% の訪問者](#)が、読み込み時間が購入決定に影響を与えると強調しています。

Adobe Commerce の実装後に期待できる効果

Adobe Commerce は、e コマースビジネスが単一のプラットフォーム内でパーソナライズされたスケーラブルなオンラインショッピング体験を構築するのを支援します。Adobe Commerce を使用することで、企業は高速でパーソナライズされた統合されたコマース体験を提供することができます。

Adobe Commerce は、e コマースブランドに次のようなメリットをもたらします。

- ✓ リーチ、トラフィック、コンバージョン率を向上
- ✓ パーソナライゼーションの取り組み強化
- ✓ 新しい市場への拡大を迅速化
- ✓ 複雑な B2B 購入プロセスをサポート

このガイドでは、企業が Adobe Commerce を導入して、世界中の消費者や B2B バイヤーが抱えるこれらの課題に対処する方法について説明します。e コマースを新たに開始する場合も、別のプラットフォームから移行する場合も、このガイドは、Adobe Commerce の実装を成功に導くための準備をお手伝いします。

成長とエンゲージメントの促進

61%

顧客の61%は、サービスのカスタマイズを提供する企業に対してより多くの支出を惜しみません。出典：[Medallia](#)

2X

経験豊富なリーダーは、パーソナライズされたコマース体験を提供することで、ビジネス成長率を2倍に、エンゲージメント率を20%~30%向上させています。出典：[McKinsey & Company](#)

開始時に確認すべきポイント

Adobe Commerce への移行を検討する際は、準備状況の評価と効果的な計画の策定が不可欠です。チームと組織全体の連携を確保するため、4つのフェーズへの対応を開始する前に、次の重要な質問を検討してください。

1. **ステークホルダーは誰か？** プロセスに関与する人を決定してください。組織内の主要な意思決定者と貢献者を特定してください。
2. **ビジネス目標は何か？** 売上の増加、新しい市場への進出、顧客満足度の向上などの優先順位を定義します。
3. **予算はどれくらいか？** 必要な投資額と潜在的な ROI を把握してください。
4. **スケジュールはできているか？** 組織目標とコア目標に沿った明確なマイルストーンを設定し、スムーズな実装プロセスを確保してください。

Adobe Commerce の実装を成功させるための 4 つのフェーズ



フェーズ 1:
計画



フェーズ 2:
開発



フェーズ 3:
ローンチ



フェーズ 4:
メンテナンス

Adobe Commerce の実装スケジュール

実装スケジュールはケースバイケースであり、プロセス内のフェーズが重なることもあります。全体で最大 40 週間かかります。[アドビプロフェッショナルサービス](#)は、ビジネス変革を支援するパートナーとして、戦略コンサルティング、導入支援、顧客オンボーディングを提供します。



1. 計画

計画フェーズはアイデア出しから始まり、ステークホルダー、チーム、プロジェクトマネージャーが実施の全フェーズを効果的に管理するための明確な方向性を定めます。このフェーズでは、目標を明確化し、期限内に達成するための基盤を築き、目標達成に必要な重要タスクの優先順位を付けます。

計画段階では、以下のステップを踏む必要があります。

- 詳細なロードマップの作成：ビジネス要件を確実に達成するために、範囲、予算、スケジュールを大まかに決定します。e コマースプラットフォームに何が必要か、また、あれば望ましい機能を明確に把握し、優先順位を決定します。投資額と、運用開始の目標時期を決定します。
- 成功の定義：初期のビジネス目標を明確化し、社内のガバナンスの枠組みを確立し、重点的に取り組む成功指標を定義します。
- データの理解：現在および将来にわたってデータ管理と活用を適切に実施するためのデータ戦略を策定します。この戦略の一環として、[PCI 基準への準拠](#)が不可欠です。
- 反復：各フェーズを進め、完了する過程で、戦略の策定、構築、テストのプロセスを反復し、必要に応じて方向転換を行う準備をしておきます。



2. 開発

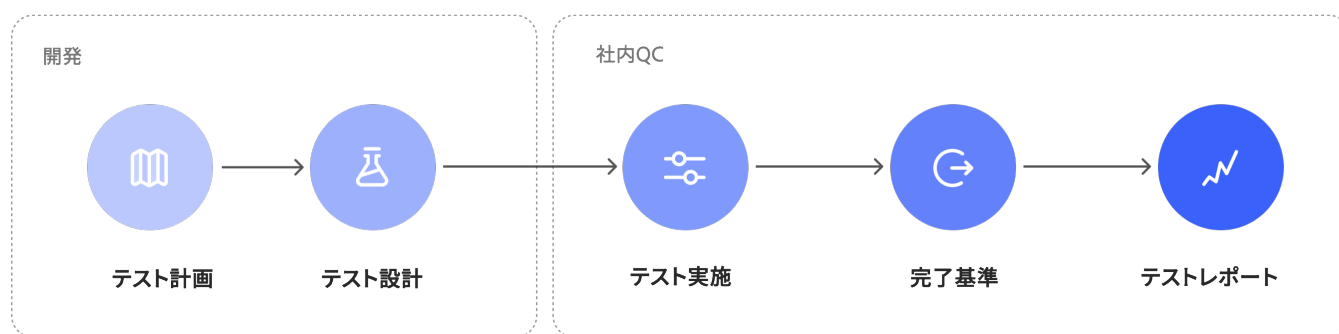
計画をしっかりと立てたら、開発段階に進みます。この段階では、新しいプラットフォームの設計、e コマースサイトのあらゆる側面に対するソリューションの特定、および作業スプリントの計画立案を行います。さらに、作業管理システム、コラボレーションツール、コードリポジトリなど、コマースプラットフォームの管理に役立つコアシステムの統合に取り組みます。

開発段階には、以下のステップを含める必要があります。

- **開発を効率化するためのインフラストラクチャの構築：**開発、テスト、および本番ワークフローをサポートするために必要なインフラストラクチャを構築および構成します。適切なインフラストラクチャにより、ビジネス上の課題の解決に集中しながら、新しい市場にシームレスに進出することができます。
- **環境の設定：**Adobe Commerce の開発、ステージング、および本番環境を設定します。統合スターターキットは、エンタープライズリソースプランニング、顧客関係管理、製品情報システムなどとのイベント駆動型の統合を簡素化するテンプレート、オンボーディングスクリプト、アーキテクチャのベストプラクティスを提供します。最適な結果を得るためには、コードの変更とデプロイメントを効率化するために、継続的インテグレーションと継続的デリバリー（CI/CD）を活用します。
- **Adobe Commerce のカスタマイズ：**組織の事前定義目標を達成するために、部門横断的なチームと協力して Adobe Commerce を構築、カスタマイズします。例えば、顧客エンゲージメントとロイヤルティの向上が最優先事項である場合は、卓越したストアフロント体験の創出に役立つ Adobe Commerce の機能の設定と活用、適切なチームを関与させる必要があります。これには、アーキテクチャ戦略と運用モデルに適合したストアフロントの開発、コマースの基盤となるテンプレートとドロップインの基盤整備とそれによる web ページの迅速な制作と管理、および Adobe Commerce の AI ツールを活用して製品マーチャンダイジングのパーソナライゼーションが含まれます。

プロジェクトライフサイクルにおける品質管理活動

Adobe Commerce の実装の各段階において品質管理は不可欠であり、スムーズな移行と長期的な成功を約束するものです。この図は、プロジェクトライフサイクルにおける主要な品質管理活動の概要を示したものであり、リスクの最小化、パフォーマンスの最適化、シームレスな顧客体験の実現の基盤となるものです。



3. ローンチ

開発フェーズが完了したら、Adobe Commerce のローンチを開始します。ローンチフェーズでは、システムが正常に動作していることを確認するために、厳格なテストを実施し、適切なチームメンバーにアクセス権限が付与されていることを確認し、顧客がシステムを問題なく利用できるよう検証する必要があります。

ローンチフェーズには次のステップを含める必要があります。

- 本番稼働の準備完了の確認：本番稼働前に、厳格なテストを実施し、[ローンチ前チェックリスト](#)の確認を完了してください。スムーズなリリースを実現するために、IT チームや統合パートナーと協力して本番稼働の準備計画を策定してください。ローンチ前に、コードのデプロイメントとテストがステージング環境と本番環境の両方で正常に動作することを確認してください。
- Adobe Commerce の専門家からのサポート：質問への回答や問題のトラブルシューティングに関して、アドビプロフェッショナルサービスのスタッフに協力を依頼します。ローンチプロセスで障害が発生した場合に迅速なサポートを受ける最も確実な方法は、[Adobe Commerce サポート知識ベース](#)を利用することです。
- パフォーマンスとフィードバックの監視：パフォーマンスと顧客フィードバックを追跡し、ローンチ後の最適化を実施してください。[健全性通知](#)と [Observation for Adobe Commerce](#) は、Adobe Commerce サイトのパフォーマンスを監視し、問題を迅速に診断するのに役立ちます。

4. メンテナンス

Adobe Commerce により新しい e コマースサイトを立ち上げた後は、継続的なメンテナンスのための定期的なサポートを計画する必要があります。このサポートにより、サイトの最適な稼働や、消費者のニーズの変化や新機能の登場に応じた更新が可能になります。ローンチ段階を過ぎると開発ニーズは減少する傾向がありますが、軽微なメンテナンスを継続的に行うチームを維持しておくことが重要です。

メンテナンスフェーズには以下のステップを含める必要があります。

- 成長に伴う Adobe Commerce の最適化：更新、最適化、トラブルシューティングに対応するための本番環境サポート体制を確立します。Adobe Commerce は、ビジネスが成長するにつれ、ビジネスと顧客のニーズに最も適した形でサイトをカスタマイズする柔軟性を提供します。
- フィードバックによるパフォーマンスの向上：顧客からのフィードバックと分析を活用して、サイトのパフォーマンスを継続的に改善します。さらに、セキュリティ、パフォーマンス、品質、バグなどの修正も定期的なメンテナンス計画に含めます。
- 先見性のあるアップデート：将来を見据えた e コマースサポートにより、ブランドのさらなる発展に注力します。直感に反するかもしれませんが、定期的なプラットフォームのアップデートは、延期によって蓄積される技術的負債の量を考えると、不定期のアップデートよりも手間はかかりません。

Adobe Commerce を始めましょう

Adobe Commerce は、企業が e コマース戦略を再構築し、B2B および B2C のお客様に優れたストアフロント体験を提供することを支援します。ビジネスの立ち上げ段階であれ、成長を優先し Adobe Commerce への移行を進めている場合であれ、このガイドは成功への道を開く手助けとなるでしょう。

[Coca-Cola が Adobe Commerce を活用して、よりパーソナライズされた e コマース体験を提供し、顧客エンゲージメントを向上させた方法をご覧ください。](#)

詳細を見る



Adobe

Adobe, the Adobe logo, and Adobe Commerce are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

© 2025 Adobe. All rights reserved.