



ECサイト構築アプローチ

目次

1. ECサイト構築ポイント
2. ECサイト構築方法比較
3. ECサイト構築手順
4. プラットフォーム別構築事例

1. ECサイト構築ポイント

2. ECサイト構築方法比較

3. ECサイト構築手順

4. プラットフォーム別構築事例

ECサイト構築ポイント

ECサイト構築の際には、ポイント（**費用/導入期間/カスタマイズ/運用保守**）を押さえ、構築方法を検討することが重要。

ポイント	説明
費用	- 費用形態は構築方法や活用製品毎に異なるため、運用を含め見積りが必要（初期費用/オプション機能費/ライセンス費/運用費等） - 製品を活用する場合、サーバー、DB等が含まれるかを確認（インフラが含まれていない場合は別途、構築する必要あり）
導入期間	想定導入期間内に構築可能な構築方法を選定することが重要 - 製品を活用する場合、比較的短期間（3か月～半年程度）で導入可能 - ゼロベースで構築する場合、導入スケジュール検討が重要
カスタマイズ	将来性も踏まえ、どの程度のカスタマイズ自由度が必要かを事前に検討が必要 - カスタマイズ自由度は製品毎にも異なるため、マニュアルだけでなく、デモ環境等での検証も重要 - 選定した製品のカスタマイズ自由度を理解した上で、後続フェーズのデザイン作成や機能設計を実施することが重要
運用保守	- 製品を活用する場合、自社の保守範囲を明確化することが重要 - 製品側でインフラを持っている場合、インフラ面での構築/保守が不要 - 製品によっては、ソフトウェアアップデートや障害対応が不要 - CMSにて構築することで、運用時の改修作業が簡略化可能

-
1. ECサイト構築ポイント
 - 2. ECサイト構築方法比較**
 3. ECサイト構築手順
 4. プラットフォーム別構築事例

ECサイト構築方法比較（メリット/デメリット）

ECサイトは構築方法毎にメリット/デメリットが異なります。要件に沿った構築方法を選定することが重要。

構築方法	特徴	メリット	デメリット
<u>ASP</u>	- アプリケーションのインストール不要。ブラウザのみで利用可能。 - ソフトウェアやサーバーは製品側で持っているため、構築/保守不要。	- 費用が安く、導入しやすい。 - 基本機能が初期から揃っており、すぐにECサイトの立ち上げが可能。 - 自社サーバーへのインストールや構築が不要。	- 機能や容量に制限あり。 - 自社業務に合わせた構築、カスタマイズができない。 - 拡張性が低い。
<u>オープンソース</u>	- 基本機能のライセンス費用は無料。 カスタマイズ自由度が高い。 導入/運用コストが高くなる傾向。	- スクラッチ開発よりも費用が掛からずに構築可能。 - 販売数や商品数の制限がない。 - 柔軟なカスタマイズが可能な為、拡張性が高い。	- 障害対応は自社で行う必要あり。 - セキュリティ障害が発生する可能性が他の製品よりも高い。 - サーバーを自社で構築する必要あり。
<u>パッケージ</u>	必要な機能がパッケージ化されているソフトウェアをカスタマイズすることで開発。 - ゼロベースからの開発ではない為、開発コストが抑えられる。 - フルスクラッチと比較し、安価かつ短期間でスクラッチ製品相当のECサイトを構築可能。	- 基本機能が初期から揃っており、比較的早くECサイトの立ち上げが可能。 - 柔軟なカスタマイズが可能な為、拡張性が高い。 - アクセス集中が想定される大規模ECサイトにも対応。	- インフラやサーバーを自社で構築する必要あり。 - サイト改修やバージョンアップに追加費用が掛かる事が多い。
<u>フルスクラッチ</u>	- 既存の仕組みやソフトウェアなどを一切利用せずにゼロベースで構築。 どのような要求にも対応可能。 - 他構築方法と比較し、費用/工数が最も掛かる。	- どのような要件でも構築可能。 - 柔軟に仕様変更を行うことが可能。	- 価格が高い。 - 構築期間がかなり掛かる。 - インフラやサーバーを自社で構築する必要あり。 - システムが古くなる。

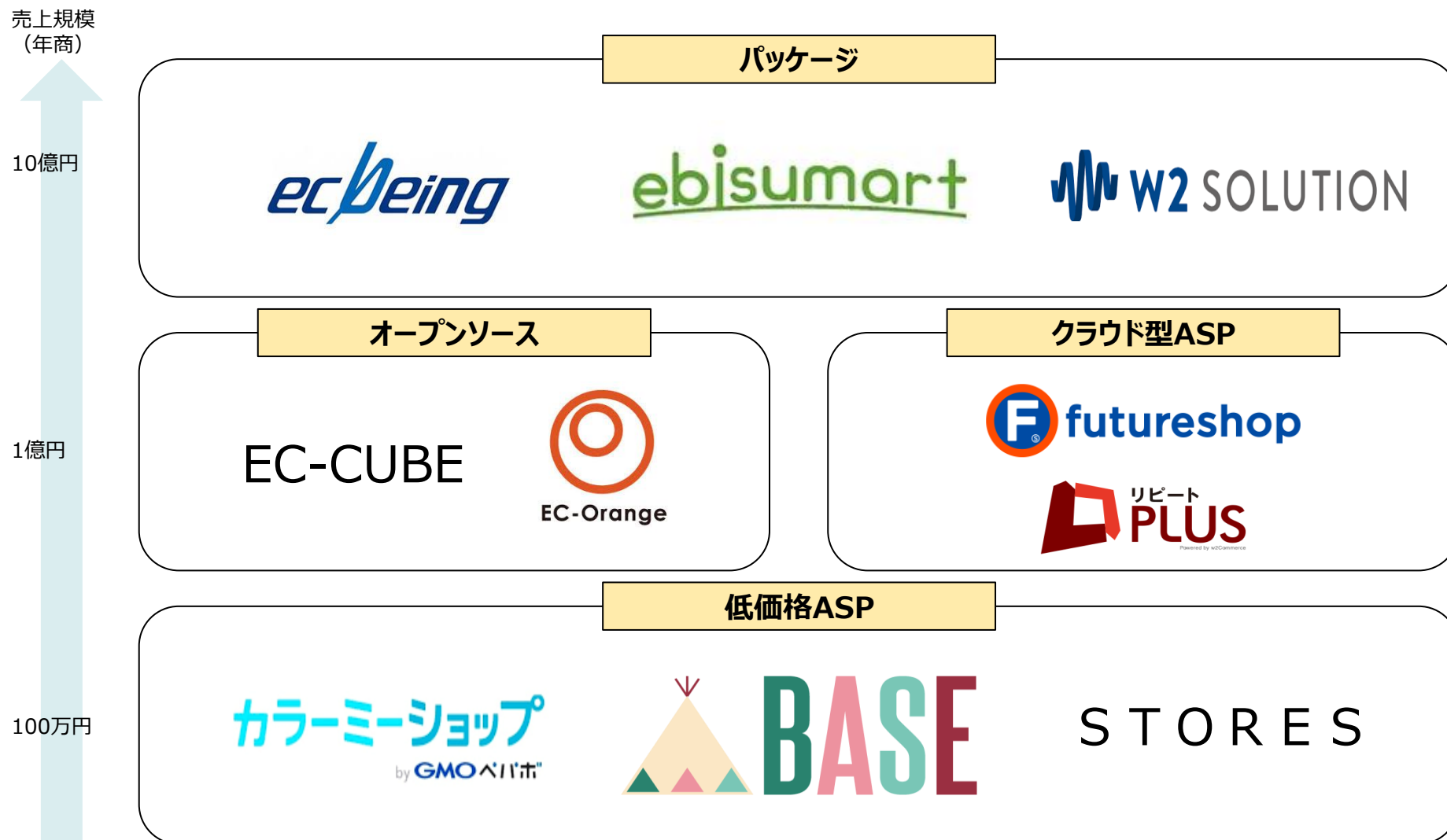
ECサイト構築方法比較（費用、耐用年数）

年商規模に応じた構築方法を選定することが重要です。ASPはメンテナンス不要で常に最新バージョンを使用できるため、試験運用や新規ECサイト構築時にお勧めです。

構築方法	サイト年商規模	初期費用の目安	月額費用の目安	耐用年数
<u>低価格ASP</u>	～1億円	0～数十万円 (個人、小規模想定)	数千～数万円	常に最新
<u>クラウド型ASP</u>	～5億円	0～数百万円	数千～数万円	常に最新
<u>オープンソース</u>	1億円～5億円	0～数百万円	数千～数百万円	3～5年
<u>パッケージ</u>	1億円～	数百万円～	数万円～数百万円	3～5年
<u>フルスクラッチ</u>	50億円～	数千万円～	数十万円～	3～5年

(参考) ECプラットフォーム別ポジションマップ

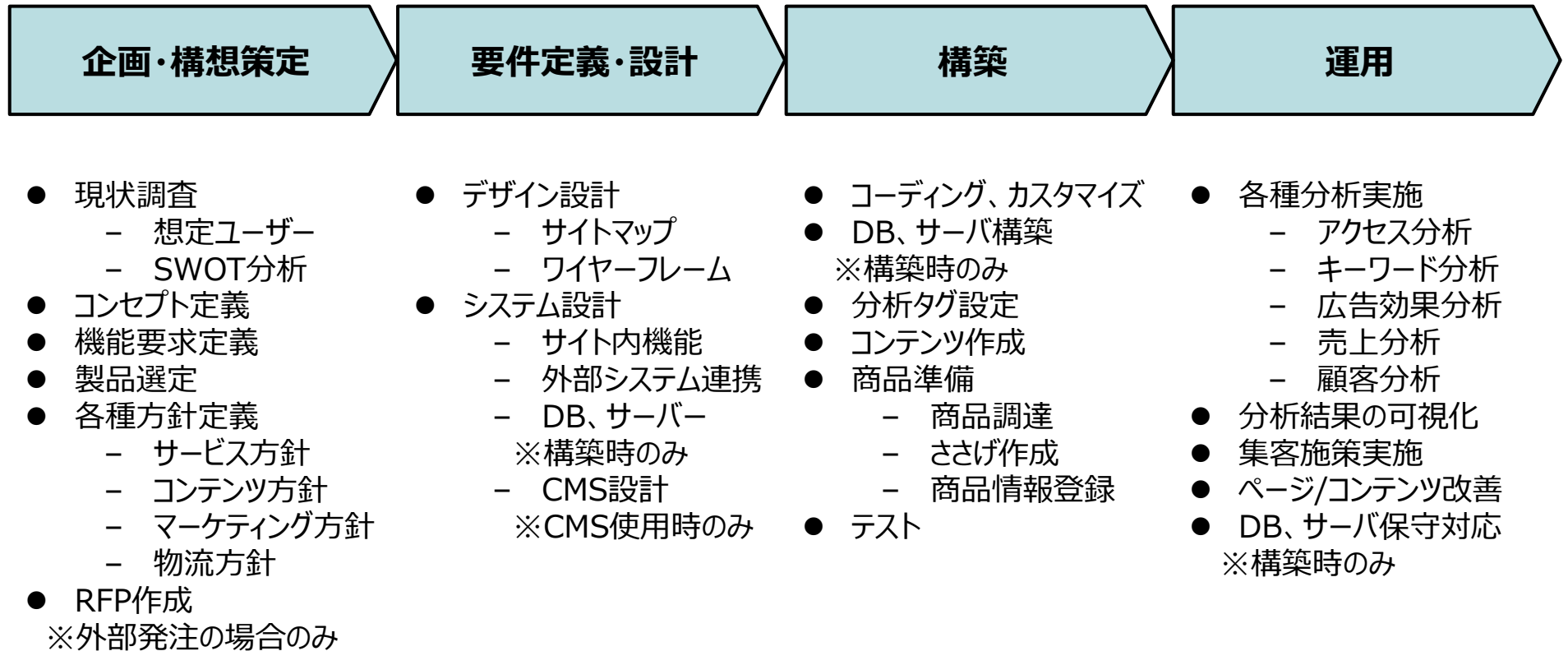
ECプラットフォームは各製品の特徴を理解した上で、売上規模に応じて選定を行います。



-
1. ECサイト構築ポイント
 2. ECサイト構築方法比較
 - 3. ECサイト構築手順**
 4. プラットフォーム別構築事例

ECサイト構築手順

ECサイト構築時は現状把握及び適切なゴール設定を行い、要件定義を実施することが重要。
(以下はあくまでも標準的な流れを示したものです。導入企業の状況に応じたアプローチが必要。)



構築後の運用改善まで視野に入れて構築することが重要

-
1. ECサイト構築ポイント
 2. ECサイト構築方法比較
 3. ECサイト構築手順
 - 4. プラットフォーム別構築事例**

プラットフォーム別構築事例（パッケージ）

パッケージECへの移管の際、コンテンツ改善やサービス統合を行い、成功した事例を紹介。

株式会社シップス（ecbeing）



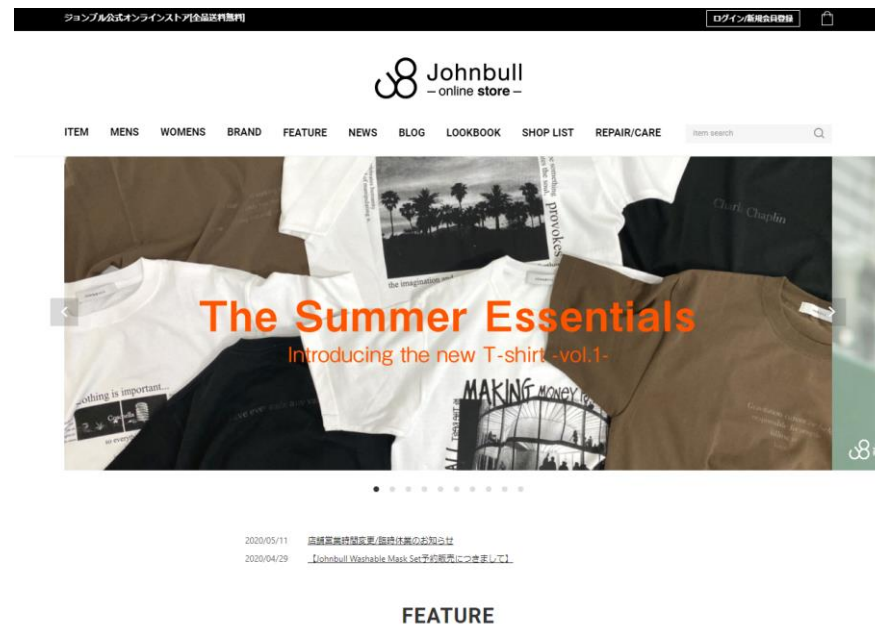
ECサイト: <https://www.shipsltd.co.jp/>



出典元: 株式会社シップス SHIPS MAG
URL) <https://www.shipsltd.co.jp/shipsmag/>

移管時にマガジンサイトとネットショップを統合。
統合前と比べ、セッション/PV含め150%UP。

株式会社 ジョンブル（ebisumart）



出典元: 株式会社ジョンブル ジョンブル公式オンラインストア
URL) <http://www.privateabo.jp/>

移管時に会員情報・ポイント情報を実店舗と統合。
統合前と比べ、ECサイトの売上が140%UP。

プラットフォーム別構築事例（オープンソース）

オープンソースECへの移管の際、一部業務をECの機能で自動化し、業務改善に成功した事例を紹介。

株式会社JETCHOP（EC-CUBE）



出典元：株式会社JET CHOP T-shirts and Printings JET CHOP
URL)<https://www.jetchop.co.jp/>
※「EC-CUBEは株式会社イーシーキューブの商標です」

見積書の自動化やお問い合わせ管理機能、ユーザビリティを独自にカスタマイズ。
リニューアル前と比べ、CVRが2倍。

株式会社丸の内よろず（Orange EC）



出典元：株式会社丸の内よろず 会社HP
URL)<https://www.mayo.co.jp/index.php>

紙ベースで行っていた発注処理を自動化。
発注数が増えても業務負荷が増えない仕組み作りに成功。

プラットフォーム別構築事例（クラウド型ASP）

CMSや定期購入機能に優れたクラウド型ASP製品を活用することにより、成功した事例を紹介。

岩本繊維株式会社（futureshop）



出典元：岩本繊維株式会社 つくるパジャマ
URL) <https://www.tsukurupajama.jp/>

株式会社結わえる（リピートプラス）



出典元：株式会社 結わえる 寝かせ玄米と日本のいいもの 結わえる
URL) <https://www.nekase-genmai.com/>

CMSを活用したSEO対策や商品/カテゴリページの改善を実施。改善前と比較し、1年で月商が10倍。

定期購入数の増加にともない、業務負荷が増加。移管後は豊富な定期サービスと顧客管理サービス活用により、3か月で従来の定期申込数を上回る。

弊社サービス紹介

弊社ではECサイト構築/サイト改善/業務改善を行っております。まずはお気軽にお問い合わせください。

ECサイト構築

- 商材は決まっているが、どのように構築すれば良いのか分からない
- ECサイトの製品選定に困っている
- コンテンツ方針/作成の支援が欲しい
- ECサイトだけでなく、周辺システム（分析基盤、基幹システム）を含めて構築したい

EC・コーポレートサイト改善

- ECサイトの訪問数は多いが、売上が伸びていない
- アクセス分析を行っているが、その他の分析（広告効果分析/キーワード分析）等について、実施できていない
- PDCAサイクルを回した運用改善を実施できていない（課題抽出→改善計画→実行→検証を繰り返し実施）

業務改善

- ルーティン業務（受発注業務、商品情報登録等）の工数を削減したい
- システム改善やキャンペーン実施を迅速に行いたい、他社がシステム運用を行っているため、実現できていない
- 情報発信（DM、SNS、ブログ）を自社で行っているが成果に繋がっていない
- マーケティング施策に注力したいがどのような手法があるかわからない

INTLOOPについて

さまざまな経営課題の解決を支援するコンサルティング事業を主軸に、テクノロジーを駆使しビジネスモデルの変革を目指すデジタルトランスフォーメーション事業、システムの開発・導入を支援するテクノロジーソリューション事業、専門性の高い人材をご紹介します人材ソリューション事業の4事業を柱に事業を展開。

常にお客様の視点に立つことを第一義に考え、お客様の課題に対して最適なソリューションを提供し続けています。

お問合せ

下記フォームよりお問合せください。

<https://www.intloop.com/contact/general/>

記載の企業ロゴデザインについて

記載している企業のロゴ、商標は企業が提示しているガイドラインを確認したうえで記載しています。
デザイン、商標についての著作権は、それぞれの企業に帰属しています。

免責事項

この文書に記載されている情報は一般的なものであり、特定の個人や組織に対するアドバイスを提供するものではありません。掲載情報の正確さについてできる限りの努力をしていますが、その正確性や適切性を保証するものではありません。
何らかの行動をとられる場合は、本資料の情報のみを根拠とせず、専門家による適切な分析・アドバイスをもとにご判断ください。当資料を用いて行う一切の行為、被った損害・損失に対しては当社は一切の責任を負いかねます。予めご了承ください。
当資料の著作権は当社にあります。当資料の転載、流用、転売など、ダウンロードされたご本人様以外のご利用は固くお断りさせていただきます。