

コスト削減と利益率向上を実現する ECのシステム投資

to Bとto Cの在庫の一元化とその解決方法

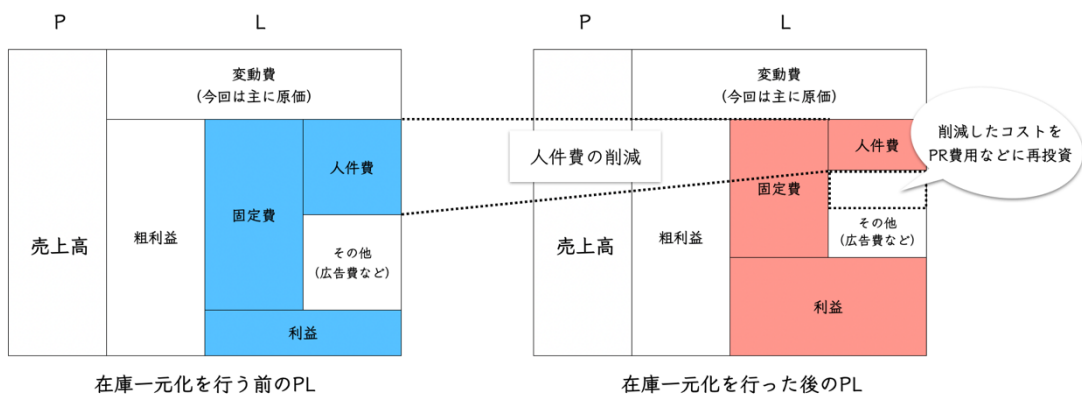
目次

目次

目次.....	0
はじめに	1
現状分析	2
B2B の特徴と課題	2
B2C の特徴と課題	3
共通の課題	3
在庫一元化のメリット	3
効率的な在庫管理	4
データ分析と顧客満足度の向上	4
新規出店のハードル低減	4
業務効率改善プロモーションの活性化	4
越えるべきハードル	5
受発注業務の見直し	5
基幹システムや受発注システムと EC サイト情報の統合	5
物流・流通の最適化	5
現場メンバーの説得・オンボーディング	6
技術的な解決方法	7
実装に向けたステップ	7
ケーススタディ	8
終わりに	8
最後に	エラー! ブックマークが定義されていません。

はじめに

EC サイト運営における在庫一元化の重要性は、日々高まっています。グローバル経済における物流費や原材料費の高騰は、企業運営における莫大なプレッシャーとなっています。このようなマクロ経済的な要因は、人件費、PL 上の利益率を向上させることもそうですが、固定費を下げるために在庫一元化戦略の必要性を一層強調しています。環境要因にて、さまざまなボラティリティがある中で、固定費の削減とコントロールは事業を安定的に成長させるために必須項目です。



特に、B2B（企業間取引）と B2C（企業と消費者間取引）の両市場で活動する企業にとって、在庫管理は売上拡大とコスト削減の両輪となり得ます。このホワイトペーパーでは、これから B2C 事業に乗り出し販路の拡大を目指す事業者様、あるいは既に B2C ビジネスを展開しているが事業者様の中の事業責任者や IT 部門のプロフェッショナルの方々に向けて、なぜ在庫一元化に取り組む必要があるのかについてお伝えします。

末端価格の引き上げが困難な現在、運用の最適化への投資は、企業が差別化を図り、持続可能な成長を遂げるための重要な要素となります。

膨大なコストをかけて、フルスクラッチでのシステム構築も可能ですが、社内の運用基盤も同時に求められることが企業が取り組みにくくなっている要因の一つだと考えられます。本ホワイトペーパーでは、B2B および B2C のビジネスを展開する事業者様が、なぜ在庫一元化に注力すべきなのか、そしてそのた

めに必要な戦略的および技術的アプローチについて詳しく解説すると共に、弊社として、できる限りコストをかけずに社内の運用基盤も整えながら両輪で運用形態を提供してきたので、一部の内容をホワイトペーパーでお伝えいたします。

現状分析

前提として、EC サイト運営の現場では、大きく分けて、B2B（企業間取引）と B2C（企業と消費者間取引）が存在しますが、それぞれのチャンネルでは大きな違いが存在します。これらの違いを理解し、各チャンネルが直面する課題を明確にすることが、在庫連携において重要です。

	B2B	B2C
販売サイクル	長期間、複数の意思決定者が関与	短期間、直接的な消費者購買
注文量	大量注文が一般的	小規模な個人向け注文が中心
顧客関係	長期的な関係構築が重要、カスタマイズサービスが期待される	広範囲の市場へのアピール、一般的なニーズに応える製品
価格設定	個別の価格設定が行われることが多い	固定価格が設定される
課題	在庫の確保、カスタマイズ商品の在庫管理、需給予測の難しさ	迅速な配送、多様な商品の在庫管理、在庫調整の複雑さ

B2B の特徴と課題

B2B 取引では、販売サイクルが長く、注文量が多い傾向にあります。長期にわたる関係性構築が必要で、顧客ごとにカスタマイズされた商品やサービスを提供することが一般的です。

このため、大量注文に対応するための在庫確保、カスタマイズ商品の在庫管理、需給予測の難しさが主な課題となります。さらに、複雑な注文内容や配送スケジュールの管理も、B2B 取引の大きな課題です。また、商品によっては注文の単位が単純な個数でないこともしばしばです。アパレルや遷移業界においては、取引が記事の長さや反物の長さで測られることや、飲料業界においては、重さなどで取引がされることもあります。

在庫の管理の仕方がB2Cのそれとは全く異なることが多いため、独自の取引単位を管理することが求められます。

B2Cの特徴と課題

一方でB2C取引は、販売サイクルが短く、小規模な個人向けの注文が中心です。消費者のニーズに迅速に対応し、広範な市場にアピールするための効果的な在庫管理が求められます。

B2Cでは、消費者の期待に応えるための迅速な配送、季節やプロモーションに応じた在庫調整の複雑さ、そして多様な商品を小規模に管理することが課題となります。B2Cは、季節や世間的なイベントなど、外的な要因によって売上が左右されることも多く、プロモーションとの連動が欠かせません、

また、ユーザーの様々なニーズに対応するため、商品SKUもB2Bに比べて多くなる傾向があるため、同じく管理の工数は増大することが特徴として挙げられます。

共通の課題

B2BとB2Cの両市場で共通して直面するのは、在庫の過剰保有や品切れといった問題です。これらは、資金の拘束、売上機会の損失、顧客満足度の低下に直結します。また、市場の需要変動に柔軟に対応できないと、ビジネスの成長機会を逃すことにもなりかねません。

また、物流費の高騰、原価高の高騰などの外的な要因によるコストの高騰も見逃せません。これらの外部環境の変化は、企業が効率的な運用を追求し、特に在庫管理の最適化に注力する理由であると言えます。

オペレーションの効率化によるコスト削減は、企業が末端価格の上昇を避けつつ、競争力を維持し、持続可能な成長を遂げる上で重要な戦略だと言えるでしょう。

在庫一元化のメリット

ここまでは、B2B と B2C の双方で事業を展開する企業がこれらの課題を解決するソリューションとして、在庫一元化に取り組むべきかをお伝えしてきました。

ここからは、在庫の一元管理を行うことで、具体的にどのようなメリットを享受することができるのかをお伝えします。

効率的な在庫管理

在庫一元化により、在庫の可視性が向上し、リアルタイムでの在庫状況が把握できるようになります。

これにより、過剰在庫や品切れのリスクを大幅に軽減し、市場の需要変動に迅速に対応することが可能となります。結果として、資金の拘束や保管コストの削減、売上機会の最大化が期待できます。

データ分析と顧客満足度の向上

一元化されたデータを活用することで、より精度の高い需要予測が可能になります。これにより、生産計画や仕入れ計画の最適化が実現し、結果的に過剰在庫や品切れのリスクをさらに低減できます。また、新たな需要に素早く応えることが可能になります。これは、顧客が求める商品をタイムリーに提供できることを意味し、顧客満足度の向上に直結します。

新規出店のハードル低減

在庫一元化は、新規の販売チャネルへの出店時における在庫管理の複雑さを軽減します。既存の在庫情報をそのまま活用できるため、新規チャネルでの事業展開がスムーズに行え、市場拡大の機会が広がります。

業務効率改善プロモーションの活性化

在庫一元化によるコスト削減は、保管コスト、過剰在庫による損失、物流コストの削減など、多岐にわたります。具体的なコストカットの幅は、企業の運営規模や在庫量によって異なりますが、一部の事例では受発注業務の担当者 1 人分の業務を削減し、そのリソースを本来投資すべきプロモーションに充てた事例もあります。在庫一元化に伴う、受発注業務や倉庫業務の業務効率改善によ

って削減されたコストは、他の事業展開やマーケティング活動に再投資することが可能となり、企業の成長をさらに加速させます。

在庫一元化は、B2B と B2C の境界を越えたビジネス展開を加速させるだけでなく、コスト削減、顧客満足度の向上、新規市場への展開といった複数の面で顕著なメリットをもたらします。これらのメリットを享受するためには、適切な戦略と技術の導入が不可欠です。次章では、これらのメリットを実現するために越えるべきハードルについて詳しく掘り下げます。

越えるべきハードル

在庫一元化による多大なメリットを享受するためには、いくつかの重要なハードルを越える必要がありません。

しかしながら、これらの課題は一朝一夕に解決できるものではなく、しかるべき社内リソースや資金を投下して取り組む必要があります。以下に、在庫一元化を実現するために直面する可能性のある主要なハードルを列挙し、それぞれに必要な取り組みとリソース投下の重要性を解説します。

受発注業務の見直し

従来の受発注プロセスを見直し、自動化や効率化を図る必要があります。これには、従業員が行なっている受発注業務の全体像を把握し、ボトルネックを特定するための時間と労力が必要です。また、システム導入後にも、従業員のオンボーディングにも相応のリソースを割く必要があります。

基幹システムや受発注システムと EC サイト情報の統合

異なるシステム間での情報共有と統合は、在庫一元化の鍵となります。しかし、異なるプラットフォームやシステム間でのデータ統合には、技術的な課題が多く存在します。多くの基幹システムでは、カスタマイズで様々な要件を持っていることが多く、顧客情報や注文情報を始め、それぞれのシステム間で漏れなくデータを連携する必要があります。これを実現するためには、専門知識を持つ IT スタッフや外部のコンサルタントの支援が不可欠です。

物流・流通の最適化

物流システムもまた、在庫一元化の重要な要素です。効率的な物流管理システムを構築するためには、最新の物流技術への投資や、物流パートナーとの連携強化が必要になります。これには、時間とコストがかかるため、長期的な視点での計画が求められます。

物流システムの最適化は在庫一元化において重要な役割を果たしますが、単にシステムを構築するだけでは十分ではありません。ただシステム管理を構築するだけでは、せっかく作ったシステムも、全く現場では使い物にならないシステムに仕上がるリスクがあります。このようなリスク管理の観点からも、在庫管理の一元化を行うにあたって、DX推進部門のような組織がない場合は、その役割を社長直下で担うことが望ましいかもしれません。これにより、経営層が直接プロジェクトを監視し、迅速な意思決定を行うことができるため、プロジェクトの成功率を高めることができます。

現場メンバーの説得・オンボーディング

1 番の課題は、従業員の理解を得ることです。本来的に、業務フローに変更が生じて喜ぶ従業員はいませんから、システム導入とオペレーション変更に対する従業員の理解を得ることがこのプロジェクトにおいて一番重要であると言っても過言ではありません。在庫一元化によって得られるメリットと、業務の負担軽減をしっかりと従業員に説明し理解を得た上で進行する必要があるため、十分なコミュニケーションが不可欠です。

また、ただシステムに投資するだけでなく、要件定義や従業員トレーニングにも十分な予算を割り当てることが重要です。完成したシステムが現場で実際に活用されるためには、従業員が新しいシステムや変更されたオペレーションを理解し、効果的に使いこなせるようにする必要があります。予算配分を含めたプロジェクト計画の段階で、十分なコミュニケーションと教育プログラムの実施を計画し、従業員が変更を受け入れ、プロジェクトを進行することが必要です。

具体的には、プロジェクト予算を立てる際、システム開発だけでなく、要件定義、従業員トレーニング、オンボーディングプロセスに分けて、資金を割り当てる必要があります。これは、完成したシステムを最大限活用し、投資の回収を目指すためです。具体的には、プロジェクト全体の予算のうち、システム開発コストの他に、人材教育やサポート体制の構築にも 20%から 30%程度を充てるのが一般的です。

これらのハードルを越えるためには、経営層の強いコミットメントと、適切なリソースや資金の投下が必要です。在庫一元化は、企業にとって大きな挑戦ですが、それを乗り越えた先には、事業の効率化と競争力の向上が待っています。次章では、これらのハードルを越えるために必要な技術的解決方法について詳しく掘り下げていきます。

技術的な解決方法

在庫一元化を実現するためには、システム間のシームレスなデータ連携が不可欠です。これを実現するためには、API を利用したデータの同期、クラウドベースの在庫管理システム、ERP（Enterprise Resource Planning）システムとの統合がキーとなります。また、リアルタイムでの在庫情報の更新を可能にするための高度なデータ分析ツールの導入も考慮する必要があります。これらの技術的アプローチにより、効率的な在庫管理と、ビジネスの柔軟な拡張を支援します。

実装に向けたステップ

1. **現状把握**：現状のカートシステム、ERP、システム連携のために使っているサーバーやソフトウェアなどシステムアーキテクチャを把握する必要があります。当初、開発に携わったベンダーにも協力を仰ぐ必要があります。
2. **要件定義**：企業のビジネスモデルと在庫管理の要件を明確にします。B2B と B2C の双方のニーズを考慮し、で実現したい目標を設定します。
3. **システム設計**：現状把握で、明らかにシステムアーキテクチャを元に、このプロジェクトのゴールとなるシステムアーキテクチャを明らかにします。この段階で、ERP システムや他の販売チャネルとの連携方法も検討します。
4. **カスタマイズと開発**：企業の要件に基づいて、機能の開発を行います。このプロセスには、ストアフロントの開発や、ERP との連携も含まれます。
5. **テストとデプロイ**：開発したシステムのテストを行い、問題がないことを確認した後、本番環境にデプロイします。この段階で、従業員向けのトレーニングも実施します。
6. **運用と最適化**：システムが稼働した後は、継続的な監視と最適化を行い、在庫管理の効率をさらに高めます。

在庫一元化は、B2B と B2C の在庫管理を革新し、ビジネスの成長を加速させる強力な手段です。適切な計画と実装により、在庫一元化の多大なメリットを最大限に享受することが可能となります。

ケーススタディ

在庫連携を行う企業では、一般的に ERP（Enterprise Resource Planning）システム、WMS（Warehouse Management System）、EC サイトのカートシステム、及び POS（Point of Sale）システム間でデータを同期することがよくあります。これらのシステムは API（Application Programming Interface）を介して連携し、リアルタイムで在庫情報の更新を行います。また、クラウドベースの在庫管理ソフトウェアが利用されることもあり、これにより地理的な制約なく在庫データの一元管理が可能になります。

実際にこれらのサイトでは、B2B、B2C でのカートシステムと基幹システムとの連携が行われています。

<https://www.shopify.com/enterprise/blog/b2b-ecommerce-website-examples>

<https://www.ecbeing.net/voice/purpose/t04/>

終わりに

このホワイトペーパーでは、EC サイトでの B2B と B2C 在庫一元化の重要性、そのメリット、技術的解決策、越えるべきハードルについて解説しました。在庫一元化には多大な利点がありますが、その一方で、成功にはシステムの統合、運用プロセスの見直し、物流最適化、スタッフトレーニングなど、複数の課題を克服する必要があります。この取り組みは、持続可能なビジネス成長と市場での競争力向上に不可欠であり、計画的かつ戦略的に進めることが重要です。

また、在庫連携を行いビジネスの成長に投資し、競争の激しい市場で成功を収めるためには、要件定義の段階から運用面での詳細な計画に至るまで、緻密な戦略と実行が求められます。したがって、顧客体験の向上、市場での競争力の維持、そして持続可能な成長を実現するためには、ビジネス目標に合致したカスタマイズ性の高い e コマースプラットフォームの選択とパートナー選びが欠かせま

せん。

我々Tsuzucle は、クライアントが直面する課題を理解し、それを解決するための戦略的な洞察と技術的な専門知識を提供することで、ビジネスの持続可能な成長をサポートし続けます。

文責：株式会社 Tsuzucle 藤井慎太郎

Social Report に関するお問い合わせや、弊社へのご相談は以下のアドレスまでご連絡ください。

s.fujii@tsuzucle.com