



リプレイス

GMOクラウドEC

EC事業者向け

ECリプレイス で失敗しない DX 成功ガイド

セルフチェックリスト / リプレイス成功事例



目次

EC事業者向けDX成功ガイドの全体像

本資料では、EC事業者が直面する複雑な課題に対し、システム刷新によるDX成功への道筋を解説します。セルフチェックから始まり、3つの業界別成功事例を通して具体的なDX推進方法と成果をご紹介します。

1 エグゼクティブサマリー

2 セルフチェックリスト

3 成功事例：製造業

4 成功事例：小売業

5 成功事例：情報通信業

6 成功のポイント

7 次のステップ

エグゼクティブサマリー

本ホワイトペーパーの目的

複雑な課題を抱えるEC事業者様に、システム刷新によるDX成功への道筋を提示し、持続的な成長を実現するための具体的な手法をご紹介します。

1 業界が直面する複雑な課題

- 既存システムの拡張性限界による成長の停滞
- オムニチャネル化に伴う在庫・顧客管理の複雑化
- 顧客期待値の高まりに対応するUX改善の必要性
- 競合との差別化に不可欠な迅速な機能拡張要求
- 高まるサイバーリスクへの対応と顧客データ保護の重要性

2 なぜ今、DXが必要なのか

EC市場の急速な変化に対応し、ビジネスの持続的成長を実現するには、単なるシステム更新ではなく、事業全体を見据えたデジタル変革が不可欠です。

- DX実現企業の売上成長率は業界平均より2.8倍高い
- 👥 EC事業者の76%がレガシーシステムを経営課題と認識
- 💬 システム刷新後、顧客満足度35%向上の実績

セルフチェックリスト (1/3)

システム・技術面の課題チェック

- ☐ 既存システムの処理速度に限界を感じている
- ☐ ピーク時のアクセス集中でサイトが重くなる・落ちる
- ☐ 外部システム（基幹システム、CRM、MA等）との連携が困難
- ☐ モバイル対応やレスポンシブデザインが不十分
- ☐ セキュリティ対策のアップデートが追いつかない
- ☐ システム保守・運用コストが年々増加している

豆知識① 知っていますか？

EC事業者の**約68%**がシステム刷新によって、ページ表示速度が2倍以上改善し、コンバージョン率が平均**22%向上**しています。

重要ポイント

システム・技術面の課題は、短期的な売上機会の損失だけでなく、長期的な競争力低下につながります。特に**3項目以上**チェックが付く場合、早急な対策が必要です。

セルフチェックリスト (2/3)

業務効率・運用面の課題チェック

- ☐ 受注処理、在庫管理の手作業が多すぎる
- ☐ 複数チャネル（店舗、EC、卸売等）の在庫連携ができていない
- ☐ 商品登録・更新作業に時間がかかりすぎる
- ☐ カスタマーサポートの効率が悪い
- ☐ データ分析に必要な情報が分散している
- ☐ BtoB・BtoC両対応が現システムでは困難

豆知識② 典型的な非効率な業務フロー

複数システムでの二重入力

基幹システムとECサイト間のデータ連携が不十分なため、同じ情報を複数回入力する無駄な作業が発生します。

手作業によるデータ集計・分析

複数システムからデータを手動でエクスポートし、Excel等で加工する非効率な作業が常態化しています。

チャネル間の在庫不整合発生

店舗、EC、卸売など複数チャネルの在庫情報がリアルタイムに連携されず、欠品や過剰在庫の原因となります。

顧客対応遅延・機会損失

顧客情報が一元管理されていないため、問い合わせ対応が遅れ、顧客満足度低下や機会損失につながります。

セルフチェックリスト (3/3)

ビジネス成長・競争力の課題チェック

- ☐ 新機能追加・カスタマイズに時間とコストがかかりすぎる
- ☐ 市場変化への対応スピードが競合に劣っている
- ☐ 顧客体験（UX）の向上が思うように進まない
- ☐ 海外展開やマルチサイト運営への対応が困難
- ☐ サブスクリプションモデルなど新しいビジネスモデルに対応できない
- ☐ データドリブンな経営判断ができていない

！ 8個以上：緊急度高

システム刷新の検討を強く推奨します。競争力低下のリスクが高く、早急な対応が必要です。

！ 5-7個：要注意

計画的な改善・刷新が必要です。課題が累積する前に対策を検討しましょう。

！ 3-4個：予防的対策

将来に向けた準備を推奨します。今のうちから対策を講じることで競争優位性を維持できます

チェックが終わりましたら、第2～4章の成功事例をご覧ください。
あなたの課題解決のヒントが見つかるはずです。
次のページからは、実際に課題を解決した企業の事例をご紹介します

製造業EC事業者の成功事例

株式会社グループセブジャパン様

ティファール公式サイト
<https://www.t-fal.co.jp/>

導入前の技術的課題

- ブランドサイトとECサイトの分離：トラフィックが分散し、SEO効果減少
- 管理の煩雑さ：2つのサイト運営による重複作業と非効率
- SNSとの連携不足：情報発信から販売への導線が不十分
- グローバル統一システムの問題：日本の商慣習に対応困難

GMOクラウドECによる解決策

- サイト統合：ブランドサイトと公式オンラインストアを一本化
- ローカライズ対応：日本市場に最適化されたサイト構築
- 豊富な標準機能：自動バージョンアップと365日サポート
- 段階的な機能拡張：スモールスタートから計画的に機能を拡充
- 運用サポート：物流、決済、サイト運用を一元管理



製造業EC事業者の成功事例

株式会社グループセブジャパン様

導入後の具体的成果

回遊性向上

コンテンツを一元化しサイト内の顧客体験最適化、シームレスな情報取得から購入までの導線確立

SEO効果改善

分散していたトラフィックの統合によるSEO効果の向上、集客力の強化

SNS連携強化

SNSからの購買への導線が円滑になり、ブランド情報と購買体験の連携を実現

”

「今回のサイト統合を機に、マーケティング部門と「どのような施策を、どの方向性で進め、いかに連携させるか」といった議論をこれまで以上に密に行っております。その結果、連携は格段に円滑になったと実感しております。」

株式会社グループセブ ジャパン様

小売業EC事業者の成功事例

株式会社大戸屋様

大戸屋ネットオーダー

<https://net-order.ootoya.com/>

導入前の技術的課題

- データ連携不備：オフラインとオンラインで情報連携不足によりマーケティングデータ不足
- 会員化未実施：オンライン会員化不足、利用者データ分析不可
- 業務効率化低下：EC注文情報手作業でPOS再入力、スタッフ負担増加
- 顧客体験分断：ECサイトと公式アプリ連携不足、一貫したサービス提供不可

GMOクラウドECによる解決策

- 店舗POSとの自動連携：注文情報が店舗POSに自動連携
- 公式アプリとの会員情報連携：大戸屋公式アプリとネットオーダーのアカウント連携実現
- オンラインクレジットカード決済：サイト上でのクレジットカード決済導入
- デリバリー対応の拡充：一部店舗では「Uber Direct」との連携によるデリバリー注文対応



小売業EC事業者の成功事例

株式会社大戸屋様

導入後の具体的成果

アプリ連携強化

大戸屋公式アプリとの
会員情報連携、ポイン
ト付与でロイヤリティ向
上

購買率向上

売上成長140%弱・前年
同期比130%以上を達成
非会員でも購入可能に
したことで

決済方法多様化

店舗での受取時会計の
みから、サイト上での
クレジットカード決済
を実現

業務効率大幅改善

店舗POSとの自動連携
により、伝票出力や手
入力作業の工数を大幅
削減

”

「GMOメイクショップの開発の方々に様々な工夫を凝らして頂きながらPOS連携を実現して頂けたのは非常に助かりました。総評としましては満足いくサイトが完成したと考えております。」

株式会社大戸屋様

情報通信事業者の成功事例

スカパー J S A T 株式会社様

導入前の技術的課題

- 視聴ニーズの多様化に未対応：単品購入サービスが不在
- 非会員向けPPV販売システムの必要性：都度払いシステムが欠如
- 厳格な開発スケジュールの制約：10ヶ月でのサービスリリースが必要
- EC領域のノウハウ不足：ECサイトの構築・運用における社内知見不足
- 将来の機能追加に対応できる柔軟なシステム設計が必要

GMOクラウドECによる解決策

- シンプルな購入フロー設計：会員登録不要のゲスト購入で、購入ステップを最小化
- 迅速な開発と構築：パッケージの基本機能活用とカスタマイズで、短期間での開発を実現
- 柔軟なカスタマイズ対応：コンテンツ販売に最適化された仕様と将来の拡張に備えた設計
- システム開発とビジネス支援：要件定義から導入後まで一貫したサポートで新規事業の立ち上げを支援

スカパー！Sチケット

<https://ticket.skyperfectv.co.jp/>



情報通信事業者の成功事例

スカパー J S A T 株式会社様

導入後の具体的成果

サービス構築期間

他のEC事業者よりも開発期間を約40%短縮し、迅速な開発・リリースを実現。

PPVモデル

Pay Per View方式により視聴者層を拡大しました。

新規顧客層

月額会員に加え、幅広い顧客層にリーチを拡大。

ゲスト購入機能

会員登録不要のスムーズな購入フローを導入し、顧客離脱率を低減。

”

「GMOメイクショップさんは会社としてECサイトの構築事例が非常に多く、柔軟に対応していただけた点が決め手でした。システム開発という面だけでなくビジネス面も踏まえて支援していただけたのは、とてもありがたかったです。」

スカパー J S A T 株式会社 様

成功企業に学ぶDX推進のポイント

3社の成功事例から見える共通要素

3社の成功事例から見える共通要素

- 段階的移行戦略：計画的なシステム刷新でリスクを最小化
- 既存資産の活用：無駄のない既存投資連携設計
- ユーザー体験重視：顧客満足度向上を最優先に
- データドリブン経営：統合データで意思決定を高速化

業種別成功パターンの分析

製造業

複雑な商品・価格管理の効率化がROI向上の鍵

小売業

オムニチャネル対応と安定性確保が売上拡大に直結

情報通信業

新ビジネスモデル対応力が競争優位性を生む

GMOクラウドECが最適な企業の特徴

- ・ チェックリストで5個以上該当した企業
- ・ 年商10億円以上のEC事業を展開している
- ・ BtoBとBtoCの両方または複雑な販売チャネルを持つ
- ・ 既存基幹システムとの連携が必須
- ・ 将来の事業拡大・海外展開を見据えている
- ・ データ活用による経営高度化を目指している

成功の要諦

システムの更新だけでなく、ビジネスプロセス全体を見直し、**顧客の視点で価値を再定義**することがDXの核心です。

次のステップ

貴社の課題を「成長戦略」に変える

本資料のセルフチェックで、貴社の課題が明確になったことと思います。

次のステップは、その課題を解決するための具体的な計画を描くことです。「EC DX成功診断 無料相談会」では、単なるサービス紹介ではなく、貴社の状況を専門家がヒアリングし要求事項の言語化から解決の方向性までを共に整理します。

EC DX成功診断 無料相談会

この60分で得られること

- ✓ **自社課題の深堀りと優先順位付け**
技術資料・事例を元に、現実的な課題整理を行います。
- ✓ **要件整理・言語化サポート**
技術的要件を開発パートナーや社内で共有しやすく言語化します。
- ✓ **最適なアーキテクチャの方向性をご提案**
貴社の状況に合わせた戦略的ソリューション案を提示します。
- ✓ **概算スケジュール・コストの考え方**
システム刷新に向けた、大まかな道筋と予算感をご案内します。

まずはお気軽にご相談ください

- 🕒 **所要時間：30分**
- ✓ **参加費用：完全無料**
- 💻 **実施方法：オンライン**
- 📎 **無料相談予約：<https://bit.ly/4yQsTmQ>**



スマートフォンで読み取り、
予約ください