



リプレイス

GMOクラウドEC 

EC事業者向け

# ECリプレイスの **落とし穴** EC構築実装ガイド

なぜ機能比較だけでは見抜けないのか？  
3つの構造的リスクと回避策



# 目次

1

## エグゼクティブサマリー

技術選定の核心 - 「何ができるか」より  
「どう実現するか」

2

## なぜ機能比較だけでは不十分か

EC選定の失敗原因と、機能比較で陥る3  
つの失敗パターン

3

## ECリプレイスで見落としがちな3 つの構造的課題

カスタマイズ、基幹連携、トラフィック  
対応の現実的な課題

4

## 主要アーキテクチャ設計図

マルチサイト・オークション・テイクア  
ウトシステムの実現方法

5

## 実証済み導入事例

大戸屋様とSSK様にみる複雑要件の解決  
事例

6

## 次のステップ

御社に最適な具体的導入プランのご案内

## エグゼクティブサマリー

### 技術選定の核心 – 「何ができるか」ではなく「どう実現するか」

プラットフォーム選定の最終段階において、責任者の皆様が直面する真の課題は、表面的な機能比較ではなく「自社の複雑な要件を本当に実現できるのか？」という根本的な疑問です。この判断は、企業のビジネスモデルや成長戦略を左右する重大な決断となります。

### GMOクラウドECが提供する価値



ヘッドレスアーキテクチャによる柔軟な実装と拡張性



豊富なAPI連携と自動アップデートによる運用負荷の軽減



インテグレーションパートナーによる専門的技術サポート体制

技術選定においては、単なる機能表の比較では本質を見誤ることがあります。

実際、多くの企業が“できる・できない”の判断だけで選定を進めた結果、想定外のコスト増や運用課題に直面しています。次ページでは、「なぜ機能比較だけでは不十分なのか」を、実際のデータと失敗パターンをもとに紐解きます。

# なぜ機能比較だけでは不十分か

## EC選定の失敗原因と数字的根拠

# 35%

のプロジェクトの失敗はベンダー選定ミスが原因

※出典：特定非営利活動法人 IT価値創造協会調査（2024）

### 選定ミスがもたらす影響



#### 予算超過

当初見積もりの**3倍**にコストが膨張するケースが頻発  
※特に追加開発・カスタマイズで発生



#### プロジェクト遅延

平均**6ヶ月**の遅延が発生し、ビジネスチャンスを喪失  
※要件の再定義・仕様変更による



#### 導入後の活用度

導入済み機能の**30%**が全く活用されていない  
※操作性・連携性の問題による未活用

## 機能一覧比較で陥る3つの失敗パターン

1

### 価格だけで選定した失敗

要件定義の曖昧さから追加開発が発生、最終的にコスト3倍に。

2

### 実績・知名度だけで選定した失敗

自社業務フローに合わず、現場が混乱し定着せず。

3

### 要件定義が曖昧なまま進行した失敗

システムは導入されたが活用されず、DX効果が得られない

“機能比較中心の選定”は、要件定義の不備やシステム連携トラブルなど、プロジェクトのあらゆる段階に影響を及ぼします。次章では、ECリプレイスにおいて見落とされがちな構造的な課題を整理し、それらを踏まえてどのように現実的なアーキテクチャを設計すべきかを解説します。

# ECリプレイスで見落としがちな3つの構造的課題

## 複雑化する要件の背景に潜む“構造的なつまずき”を可視化する

ECリプレイスの現場で頻発する3つの構造的課題を整理し、その背景にある要因と解決の方向性を明らかにします。

1

### カスタマイズ範囲の肥大化

当初の見積もりを大幅に超えるカスタマイズ要件の増加で、予算・スケジュールが破綻するリスク

#### 回避策：要求整理・スコープ管理と段階的リリース

機能要件ではなく、業務やビジネス要求を整理し、スコープを明確にする。優先順位付けをし、段階的なリリースを行う。

2

### 基幹システム連携の複雑化

既存システムとの連携で発生する想定外の障壁とデータ整合性の問題

#### 回避策：事前検証と本番環境特有課題に対する追加対策

ステージング環境によるテストと本番環境特有の課題に対するの負荷を想定した性能検証と、データ不整合に備えた詳細なログ管理が必要。

3

### トラフィック増加への対応不足

集中アクセス時のパフォーマンス低下による売上機会の喪失と顧客離脱

#### 回避策：スケーラブルなアーキテクチャ設計

AWS基盤のオートスケーリング機能とクラウドCDNの活用による負荷分散。急激なトラフィック変動にも柔軟に対応

GMOクラウドECが提案する再現性のあるアーキテクチャ設計パターンを示し、複雑な要件を“現実的なソリューション”に変えるための実装モデルを解説します。

# 主要アーキテクチャ①

## マルチサイト構成の実現

### ビジネス課題

- 多様な出店者の個別管理と統合運用の両立
- 売上配分・手数料体系の複雑な管理処理
- 出店者ごとの在庫・配送管理の連携

### 技術的課題

- 出店者ごとの独立UIと統一ブランディング
- 権限管理と各種システム分離の複雑性
- 将来のスケールビリティと拡張性の確保

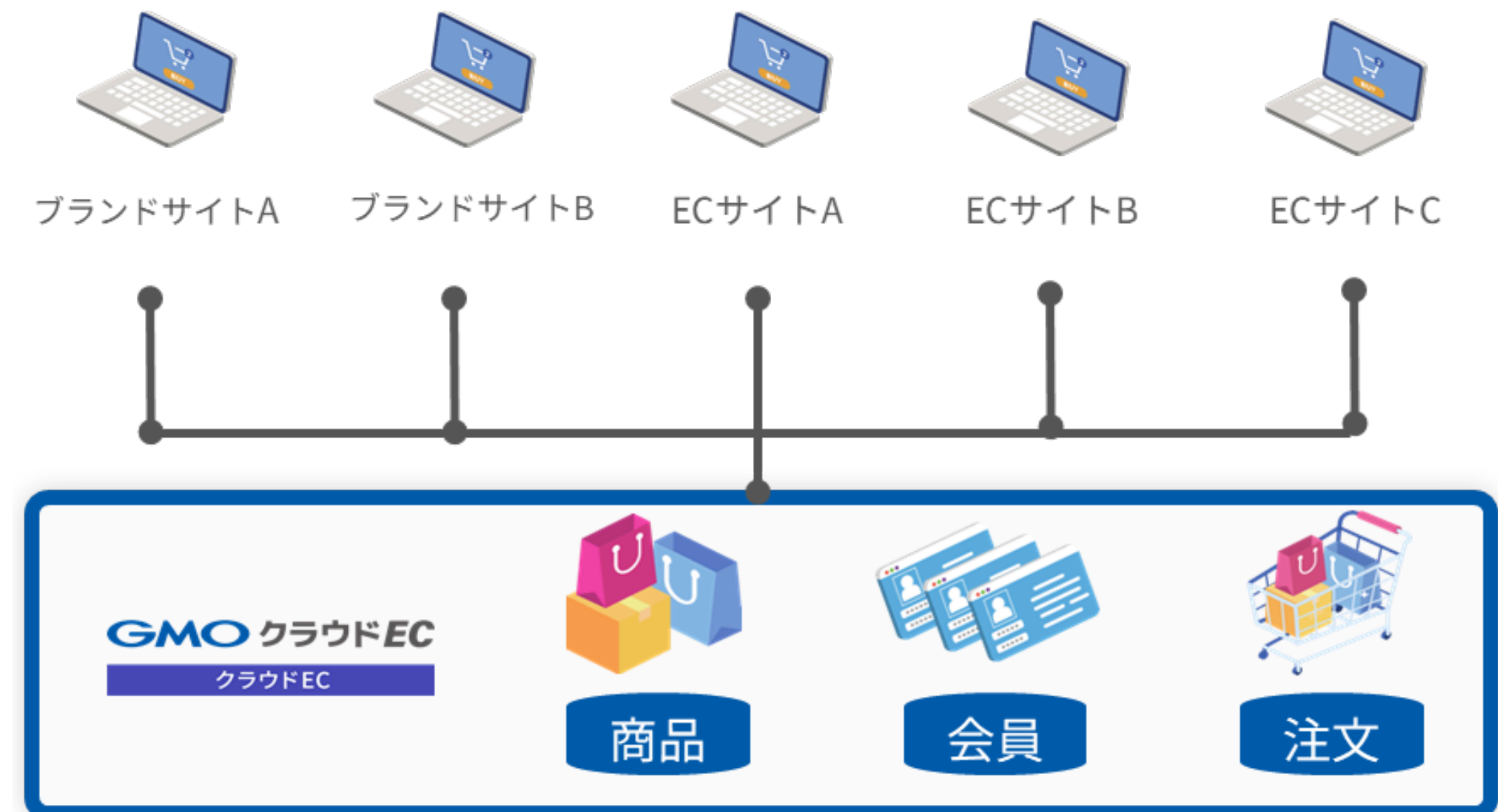
### 解決アプローチ

ヘッドレスコマース構成を採用し、フロント/バックエンドを明確に分離。各出店者ごとのUIカスタマイズを可能にしながら、バックエンドでの一元管理を実現します。

## 設計図：マルチサイト構成

### ヘッドレスアーキテクチャによる複数ブランドサイトの統合管理

- ヘッドレスアーキテクチャを採用し、バックエンドとフロントエンドを完全に分離。
- 複数ドメインごとにロール制御された管理機能の提供により一元管理
- 各ブランドサイトは独自性を維持しつつ、商品・在庫・顧客データは共通DBで効率的に管理可能。



## 主要アーキテクチャ②

### オークションシステムの実現

#### ビジネス課題

- **在庫・資産の有効活用ができていない**  
返品・過剰在庫・使用済み機材が滞留し、キャッシュフローや保管コストを圧迫
- **公平で透明性のある価格形成が難しい**  
手動の交渉や一律価格では、需要に応じた「最適価格」での売買が実現できていない
- **販売・調達プロセスの効率化不足**  
入札や見積もりをメール・電話で行っており、属人化し担当者の業務負担が非常に大きい

#### 解決アプローチ

- **オークションフロントシステム**：様々な入札方式に柔軟対応
- **負荷分散アーキテクチャ**：締切時の集中アクセスにも安定稼働
- **自動延長・自動締切機能**：公平で透明性の高い入札プロセス制御
- **基幹連携API**：落札後の決済～在庫確保～出荷指示の自動化

コベルコ建機日本様（中古建設機械）、ブランドバンク様（ブランド品）、エクモ様（競走馬オークション）など多数のオークションサイトで実績あり。

# 設計図：オークションシステム

## 複数の入札方式と負荷分散アーキテクチャによる安定運用

- 複数の入札方法をモジュール化  
(ネットオークション・封印入札等)
- オートスケール対応  
締切間近の負荷集中時も自動的にサーバーリソースを増強
- リアルタイム価格表示  
AWSサーバーレス構成による即時反映機能を提供



## 主要アーキテクチャ③

### OMO/テイクアウトシステム（POS・アプリ連携）の実現

#### ビジネス課題

- オンライン注文（テイクアウト/デリバリー）と店舗POSレジが連携しておらず、手動での二重入力や確認ミスが発生している。
- 公式アプリの会員情報やポイントがECサイトと連携しておらず、顧客がシームレスなサービスを受けられない。
- オンラインでの事前決済や、デリバリー連携に対応できず、多様化する顧客ニーズを取りこぼしている。

#### 解決アプローチ

- **POS・注文連携API**：オンライン注文情報を店舗POSやキッチンディスプレイにリアルタイムで自動連携し、オペレーションを効率化
- **アプリ・会員連携API**：外部アプリと会員情報・ポイントデータを連携し、一貫した顧客体験を提供
- **決済・配送連携**：クレジット決済や、Uber Directなどの配送代行サービスと連携し、多様な注文方法に対応

GMOクラウドECは、豊富なAPI（POS、アプリ、決済、配送）を通じて複雑なテイクアウト業務をシームレスに統合。大戸屋様のような先進事例で培った知見で、業務効率化と顧客体験の最大化を実現します。

# 設計図：OMO/テイクアウト（POS連携）

## 外部システム連携APIによるシームレスな店舗・オンライン統合

- POS・注文連携  
オンラインからの注文情報を管理機能経由で店舗にリアルタイムで自動連携。
- アプリ・会員連携  
外部アプリ連携により、公式アプリと会員情報・ポイントデータを連携。
- 決済・配送連携  
決済代行サービス連携により、オンラインでの事前決済。さらにデリバリーにも対応



# 実装事例①：株式会社大戸屋様

## オンライン注文と店舗オペレーションのシームレスな統合

基幹システムとの連携部分は、主要アーキテクチャ③のERP連携の設計図が基になっています。

### 導入前の技術的課題

- データ連携不備：オン・オフ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

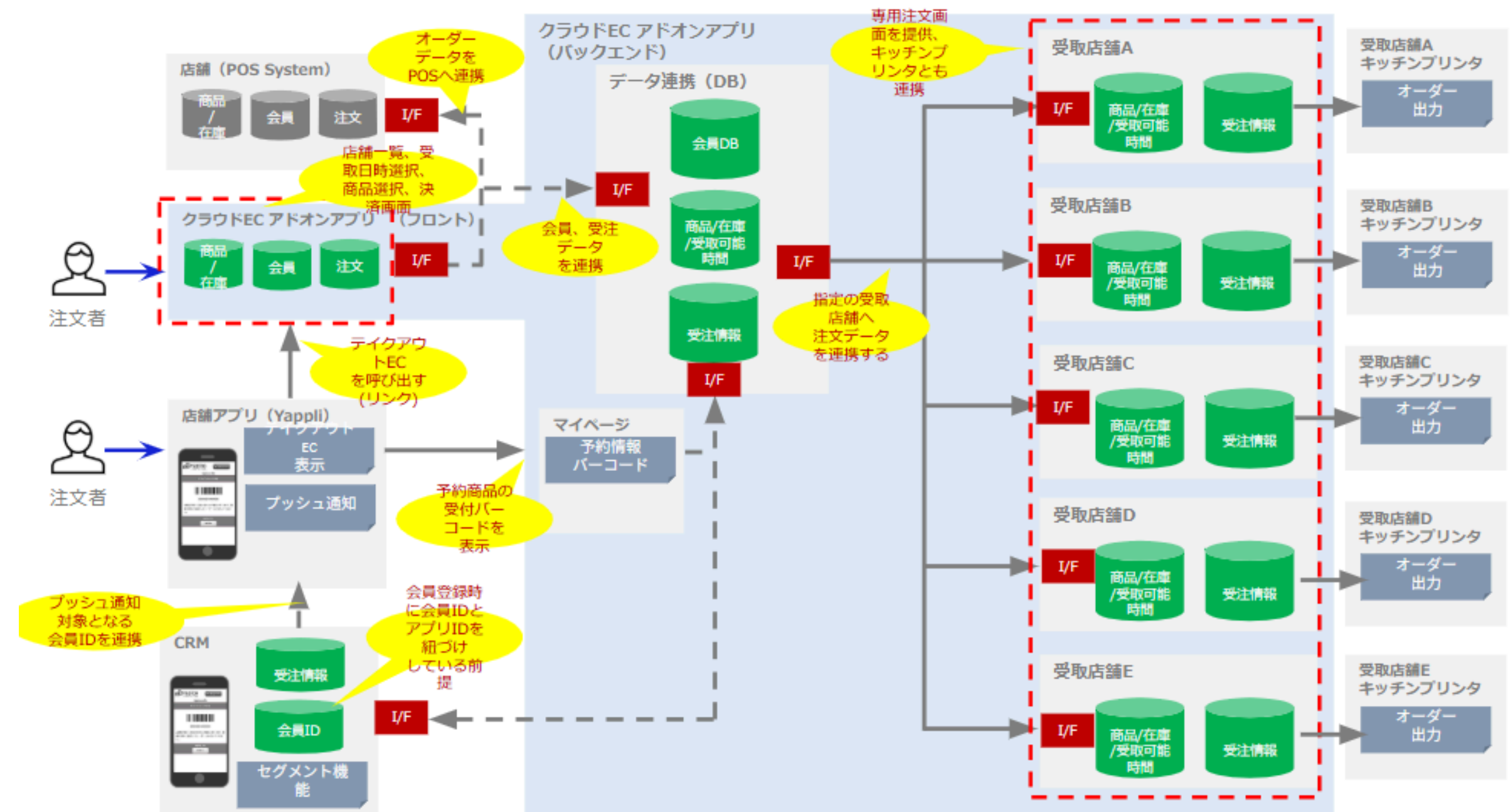
大戸屋ネットオーダー  
<https://net-order.ootoya.com/>



# 実装事例①：株式会社大戸屋様

## 店舗POS・アプリ連携によるOMO基盤の実現

- POS・注文連携の自動化**  
 EC注文をPOSに自動連携し、店舗の手入力作業を撤廃
- アプリ・会員情報の一元化**  
 YappliとECの会員DBをAPI連携し、シームレスなOMO体験を実現
- 決済・配送の多様化**  
 オンライン決済やUber Direct連携に対応し、多様な注文ニーズを確保



「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

## 実装事例②：株式会社エスエスケイ様 マルチブランド統合と基幹システム自動連携の実現

これは主要アーキテクチャ①で解説したマルチベンダーマーケットプレイスの設計図を応用したものです。

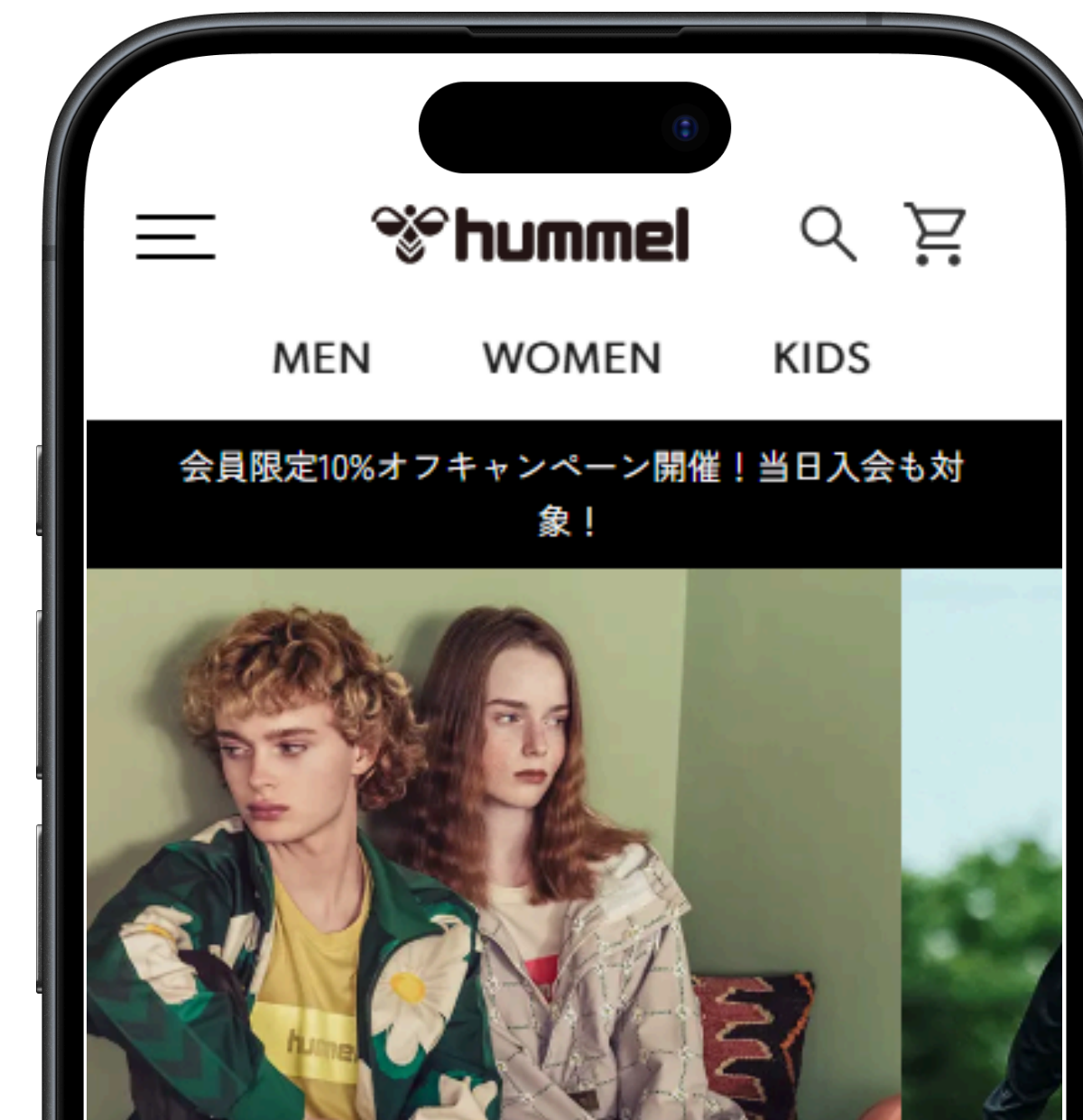
### 導入前の技術的課題

- ブランドごとにサイトが分離しており、運用管理が複雑化
- トンマナ・SEO・KPIがブランド単位で個別管理され、効率が低下
- 基幹システムとの連携が手動で、運用工数が増大
- ブランド世界観を維持したまま統合・個別キャンペーンを実現する必要がある

### GMOクラウドECによる解決策

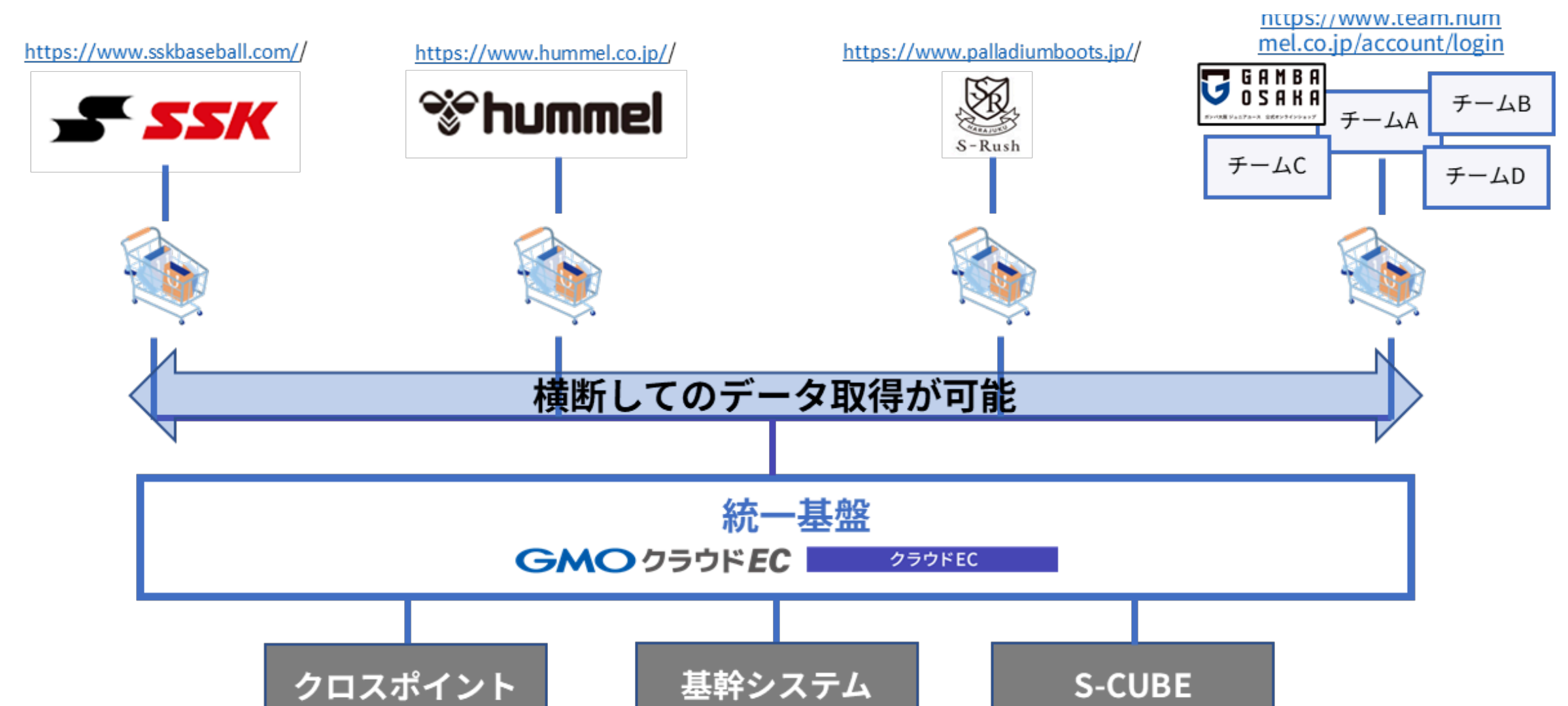
- マルチドメイン対応によるブランド別UI設計と個別施策の両立
- API連携による基幹システム自動化で在庫管理・受注処理の手作業を排除
- 現場の声を反映した使いやすい管理画面でHTMLスキル不要の運用を実現

ヒュンメル公式オンラインストア  
<https://www.hummel.co.jp//>



## 実装事例②：株式会社エスエスケイ様 マルチドメイン設計×基幹連携で実現する効率的な運用

- **マルチドメイン構成**  
各ブランドの世界観を維持しつつ一元管理を実現
- **基幹システム連携の自動化**  
注文・在庫・会員データを完全同期
- **実務者の意見を反映したCMS設計**  
HTML不要で更新可能



”

「注文データ連携や在庫管理など、これまで手動だった業務がほぼ全て自動化され、時間を問わず発生する注文への対応コストを大幅に削減できました」

株式会社エスエスケイ様

# パートナーシップモデル 成功の再現性を支えるシステム

GMOクラウドECでは、単なるプラットフォーム提供にとどまらず、確実な実装と長期的な成功を実現するためのシステムを構築しています。このモデルにより、他社では実現が難しい複雑な要件でも、専門知識を持つチームの連携で安定した実装が可能となります。

## 1 自動アップデートシステム

基本機能とセキュリティの自動アップデートにより、システムの陳腐化を防止。SSK様のように将来の拡張も視野に入れた長期的な成長を支援します。

## 2 365日サポート体制

導入後も安定した運用を継続するための包括的なサポート体制。技術的な質問から運用改善の提案まで、一貫したサービスを提供します。

## 3 盤石なセキュリティ環境

GMOサイバーセキュリティ by イエラエと連携し、ホワイトハッカーが構築した診断体制で脆弱性を多角的に診断。安心して本番公開できる状態を創出。

## 次のステップ

### 複雑なEC要件を、「現実的なソリューション」へ





この資料を通じて、自社ECの成長に必要な要素や課題が見えてきたのではないのでしょうか。次のステップでは、これらの課題に対して「どのように解決するか」の具体的な手段を描きます。GMOクラウドECでは、サービスの紹介ではなく、「技術的要件の言語化」から「実装方針の整理」までをご支援します。

#### 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**  
実装に向けたおおよその段取りと予算イメージを共有します。

##### 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://x.gd/vvSBw>**



スマートフォンで読み取り、  
予約ください