NEXT ENGINE

いちばん
やさしい

＼ チェックリスト付き！ ／

はじめてEC事業を始める方へ

ECビジネスの基礎



— はじめに

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、消費者の購買行動は一変。急速なデジタルシフトが起こっています。

これに対応するために自社の在り方を模索し、どうやってECサイトを運用・活用すべきか迷われている企業様も多いでしょう。

本書では、はじめてEC事業を始める方にむけ、EC事業を取り巻く状況や具体的なEC始め方を解説していきます。



目次

ECの動向 ---- 4

EC事業を構成する業務 ---- 8

フロント業務 ---- 13

バックオフィス業務 ---- 20

ネクストエンジンの紹介 ---- 27

ECの動向

EC事業の定義

ECとはインターネット上で行う商取引

Electronic **C**ommerce
エレクトロニック・コマース の略

電子商取引を意味し、
「EC」「e-コマース」などと様々に表記されます。

企業が顧客に対して商品・サービスを
オンライン上のECサイトで販売することを
EC事業と呼びます。



ECでの購入は年々増加傾向

経済産業省のデータによると、ECの市場規模は右肩上がりとなっています。
インターネットショッピングを利用する世帯割合は、2020年3月以降に急速に増加。
その後も、二人以上の世帯の約半数以上が利用する状況が続いています。

世界規模で見ても
EC市場の売上高は上昇

2021年の世界でのEC売上高は
542.0兆円（前年比19.5%増）

国別ランキング

1位 中国 178.4兆円	4位 ドイツ17.2兆円
2位 米国101.7兆円	5位 英国16.6兆円
3位 日本28.0兆円	6位 韓国13.7兆円



消費者にとってEC利用は当たり前の文化に

利用の増加＝配送量も増え、さらに配送員不足などが重なり
「物流費用」が年々増えているのが現状...

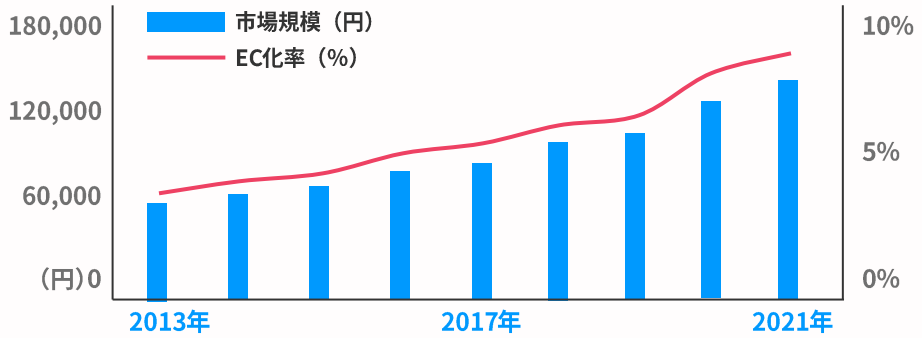
ポイント

コストを抑えたスピーディな対応と環境が必要

ネットショッピング利用世帯の割合（出典元：総務省「家計消費状況調査」）

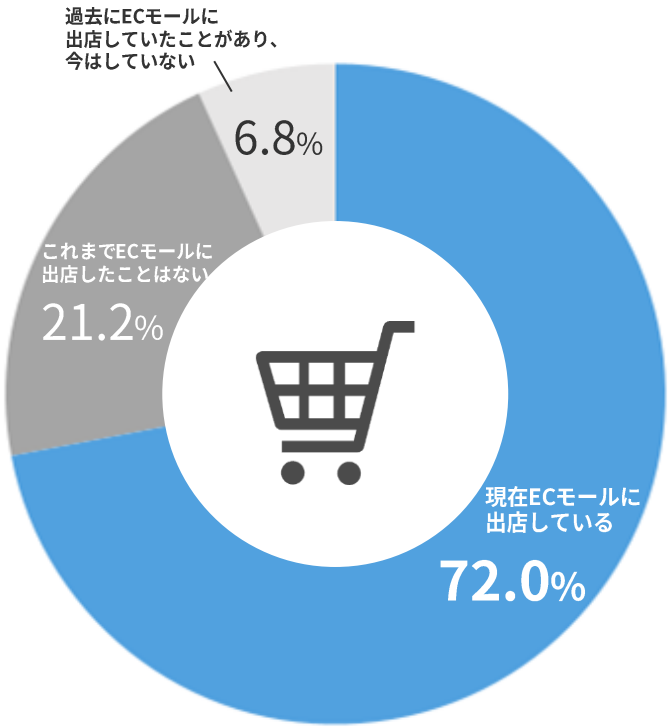


物販系分野のBtoC-EC 市場規模およびEC化率の経年推移*



＊出典元：『令和３年度 電子商取引に関する市場報告書』（経済産業省）

多店舗展開を行う企業が増加



参考：自社EC、ECモール、そして実店舗。日本のEコマース調査2022（後編）

約7割の事業者が多店舗展開

ECモールへの出店も増加傾向です。
モールの利用は、出店の容易さや幅広い消費者にリーチができるという点でEC初心者にはおすすめの方法といえます。

大多数が自社EC以外にECモールにも出店している(72.00%)

「過去にECモールに出店していたが、今はしていない」という回答は少なめ(6.80%)

多店舗展開状況
●現在ECモールに出店している　72%
●これまでECモールに出店したことはない　21.2%
● 過去にECモールに出店していたことがあり、今はしていない 6.8%

ポイント

EC初心者はまずはECモールへの出店がおすすめ!!

EC事業を構成する業務

EC事業を構成する業務

EC事業は主に２つの業務に分かれます

フロント業務



バックオフィス業務

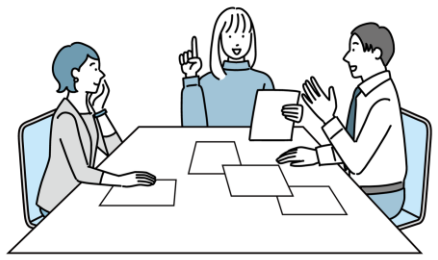




具体的にどのような業務があるのでしょうか？

フロント業務とは

顧客へ商品・サービスを販売するまでに行う業務を指します
商品企画やWEBサイトの制作・出店するモール・カートの選定、広告の出稿、SEO対策、
商品・販売のマーケティングやプロモーション等、売上に直結する業務が多数あります



商品企画



ECサイト制作・選定
モール選定



マーケティング
プロモーション

バックオフィス業務とは

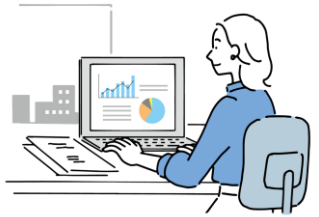
ECサイトの前面に出ない業務全般のことを指します
出店しているモールごとに、受注や発送、在庫管理、商品情報の登録業務や、
商品の出荷・配送のほか、売上や経費管理など、運営をサポートします



商品情報登録



受発注管理



在庫調整・管理



商品の出荷・配送

EC事業ならではの業務

具体的にはどのような業務を行なっているのでしょうか？
ここからは、EC事業ならではの６つの業務について説明していきます

フロント業務



ECサイト制作・選定
モール選定



マーケティング
プロモーション

バックオフィス業務



商品情報登録



受発注管理



在庫調整・管理



商品の出荷・配送

フロント業務

ECサイト制作・選定、モール選定について

ECサイトの種類は以下の４つに分けられます

パッケージ

- EC‐Orange
- ecbeing
- eltexDC
- SI Web Shopping
- GMOクラウドEC パッケージECプラン
- カゴラボ
- クルーズECパートナーズ

クラウド

- Adobe Commerce
- ec-cube.co
- ECo2
- ebisumart
- F.ACE
- GMOクラウドECクラウドECプラン
- GMOクラウドEC makeshopエンタープライズプラン

ASPカート



- makeshop
- futureshop
- カラーミーショップ
- ecforce
- Shopify
- BASE
- Cafe24

など

モール



- Amazon Japan
- 楽天市場
- Yahoo!ショッピング
- au PAY マーケット
- SHOPLIST
- Qoo10
- メルカリShops

など

ASPカートとは

カート会社が提供するECプラットフォームを利用し ECサイトを構築するサービス

低価格で手軽にサイトを立ち上げられる



一番の特徴は「低価格で専門的な知識がなくても自社サイトが持てること」手軽さや価格面のメリットは特に多いです。

メリット

- 低価格
- サーバーの開設やソフトウェアのインストール等の準備が不要
- **専門的な知識がなくてもショップ運営が可能**

デメリット

- カスタマイズ性が低い　・システム連携には不向き
- **単独で集客ができないためSNSや広告など集客のための施策が必要になる**

ポイント

カスタマイズ性はやや劣るものの 特別な知識がなくても簡単に利用が可能

モールとは

複数の店舗が1つのサイトに集まり出店する
オンラインプラットフォーム



一番の特徴は「集客力の高さ」ECモール自体の利用者が自社商品のページを訪問してくれる可能性があるため、お客様の目に触れる機会を得やすいです。

メリット
- 有名モールであれば信頼度が高い
- すでにあるプラットフォームを活用するため簡単に始められる
- **集客に強く、お客様の目に留まる機会が多い**

デメリット
- 出店料や手数料がかかるモールもある
- 自社のブランディングを行いづらい
- **商品登録や受注確認など単純作業が発生する**

ポイント

複数出店をすれば認知拡大や売上UPに繋がる一方
出店モール毎の管理業務が発生し、時間や人員のコストは倍増する

パッケージとクラウドとは

さらにこだわった自社ECサイトを作成する場合
フルスクラッチのほか2つの制作方法があります

パッケージ

**ソフトウェアパッケージを用いて
作成したショッピングサイト**



サイトが作りこまれた状態で提供され、
独自のカスタマイズも加えられる
ASPやモールに比べ初期費用が高額
サイト制作や保守のための専門の知識が必要

クラウド

**パッケージタイプに搭載されている
機能をクラウド上で提供**



パッケージ同様サイトが作りこまれた状態で提供され、
独自のカスタマイズも加えられる
ASPやモールに比べ初期費用が高額
サイト制作や保守のための専門の知識が必要

まとめ・比較表

初心者にはASPとモールがおすすめです
特に、集客に自信がない場合は**まずECモール出店**から始めると良いでしょう

■ ECサイト比較表

	モール	ASP	パッケージ	クラウド
初期費用	無料～	無料～	約600万円～	約500万円～
月額費用		数万円	数十万円	数十万円
導入期間	最短1日	最短1日	最短3ヶ月	最短3ヶ月
集客	◎	○	×	×
初心者おすすめ	◎	○	×	×



ECマーケティング・プロモーションとは

**ECマーケティング・プロモーションとはインターネット上で
商品やサービスを販売するためのマーケティング手法**

**EC
マーケティング
プロモーション**



**SNS経由の
集客**



**検索エンジン対策
（SEO）**



**オンライン広告に
よる集客**

ECマーケティング・プロモーションでは、アクセスデータ等により顧客の行動や購買の履歴を分析し、**サイトを訪れる顧客に合わせたマーケティング施策を行うことが重要視されます。**

特徴は、以下の3つです。

- **オンライン上での集客**
- **地域に制限がない**
- **データに基づいた売上施策が可能**

さまざまな要素がありますが、はじめから全て行うのは困難です。まずはSNS経由の集客など、できるところから始めることをおすすめします。

バックオフィス業務・立ち上げ時

EC事業立ち上げ時の事前準備

EC事業を始める際に、決めておくべきことは想像以上に多いです
自社の現在の状況を確認しながら、マニュアルやフローを整理していくと良いでしょう

マニュアル フローの作成



・受注から発送までのスケジュール作成
・各業務のフロー作成
・Q＆Aの作成
・クレームや緊急時のマニュアル作成

連携している サービスの確認



・契約している決済サービスがECに対応できるのか
・どんな連携が必要になるのか
・連携先ルールが自社にマッチするのか

メール送信内容 タイミングの確認



・いつのタイミングでメールを送信するか（受注・発送・フォローなど）
・メールの内容を作成
・配送遅延等トラブル時のメール対応

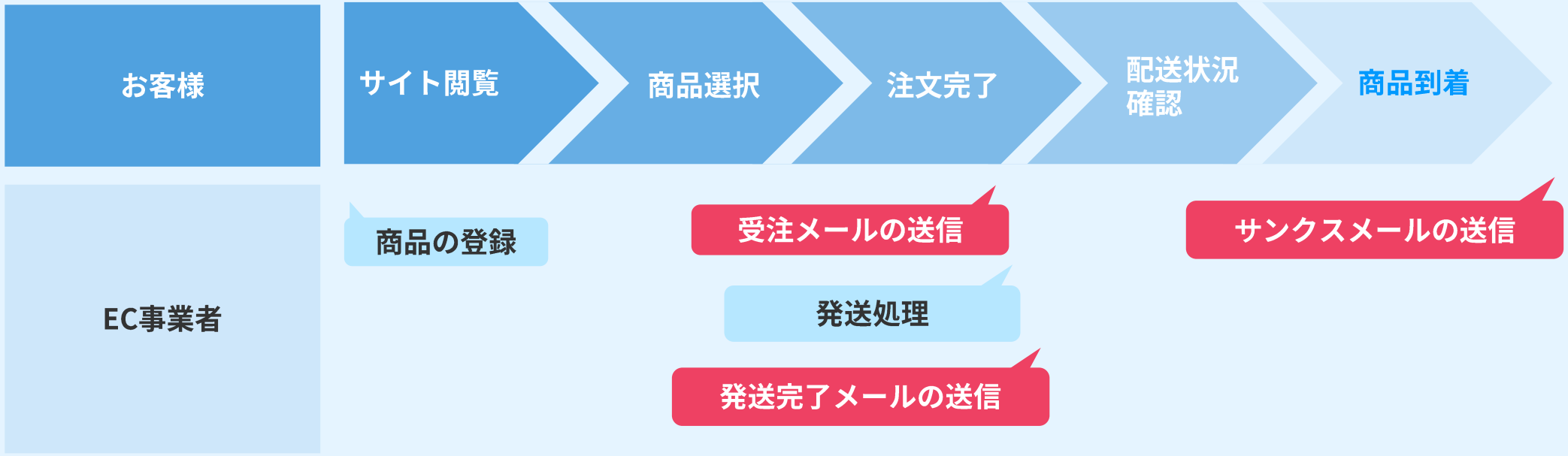
倉庫や配送業者等との 契約



・倉庫業者との契約
・配送業者との契約
・他ECを始めるにあたり必要なサービスの契約

運用フローの作成

EC事業者が商品を登録し、お客様のもとへ届くまでのフローです
メールのタイミングや受注手続き、配送などの段階によりルールを作るなどの対応をしましょう





基本的に、１回の注文につきメールは３回必要です
手動で行うと多くの工数がかるため、自動化することをおすすめします

EC事業立ち上げコストチェック

立ち上げ時にかかる費用や準備すべきことをまとめました　スムーズな運営が理想備えることが重要です

費用面のチェック

- **初期費用**
  - ECサイト構築費用
  - カートシステム料
  - 商品の撮影料
  - 梱包資材費用
  - 商品の原価
- 運営費用
  - 物流関連費用
  - 広告料
  - 決済手数料
  - ロイヤリティ
  - 利用するシステムの月額料金

体制面のチェック

- 運営マニュアルを作成する
- 受注フローを作成する
- 発送フローを作成する
- 連携しているサービスを確認する
- メール送信内容・タイミングを確認する
  （自動化がおすすめ！）
- 倉庫・配送業者等と契約する

バックオフィス業務・運用時

商品情報登録について

商品を出品するにあたって商品の情報をシステムに登録する作業が必要です。

必ず登録が必要な商品情報

商品名	販売価格	在庫数
商品説明	商品画像	商品スペック

商品ページに掲載する商品名や、販売価格、在庫数、商品説明文、画像、スペック（容量、大きさ、素材、生産国等）などを入力します。

仕入れた商品を販売している場合は、仕入先から商品情報を取り寄せる場合もあります。

ポイント

商品画像や説明文など、消費者が商品を
正確に理解できるような情報を掲載することが必要です

商品情報登録の流れ

商品情報登録のフローは大きく分けて**４つのフェーズ**があります。

❶ 原稿を作成 → ❷ 画像の準備 → ❸ カテゴリ設定 → ❹ 公開

1 原稿作成

掲載する商品名・価格・商品説明・スペック等について記載した原稿を作成します。他の類似商品と差別化できるよう、検索ワードにかかりやすいような単語を記載する、キャッチコピーを作成するなどの工夫が必要です。

2 画像準備

商品ページに掲載する画像を手配します。商品を撮影するか、仕入れ元から商品画像を取寄せECサイトに使う画像を用意しましょう、また、サイトのガイドラインに合わせ、トリミング、データ圧縮、リサイズ等を行いましょう。

3 カテゴリ設定

消費者が探しやすいように商品毎にカテゴリの登録を行います。おすすめ商品への掲載や、セール用のカテゴリなど複数カテゴリへの紐付けも有効です。ECサイトのシステムに合わせて設定していきましょう。

5 公開

商品ページ公開の前に、必ず表示チェックを行い掲載内容に誤りがないか確認します。また、商品ページの公開・非公開日時が設定可能な場合、公開日と掲載終了日を設定します。

受発注管理の流れ

注文を受けた際に、出荷までの過程を管理する工程全般の業務について解説します。

❶ 注文内容の確認 ❷ 在庫の確認 ❸ 納期の確認 ❹ 受注伝票の作成

❶ 注文内容の確認

ショッピングサイトの管理画面にログインし、注文内容を確認の上データを入力します。また、お客様に対しては注文確認のメールを送信します。

❷ 在庫確認

注文を受けた商品の在庫を確認します。在庫がある場合は出荷準備を行い、在庫が不足している場合は仕入先に商品の受注依頼を行います。

❸ 納期の確認

在庫を確認し、商品の発送がいつになるかをお客様へ連絡します。もし在庫不足の場合は、納期が遅れるかキャンセルとなるため、より丁重な対応が求められます。

❺ 受注伝票の作成

商品を受注した証として受注伝票を作成し、保管します。注文内容の保管方法は、企業により異なり、紙ではなく、データで残す場合もあります。



受発注管理の方法は、４つあります。これらの中から、自社にあった方法を選択しましょう。
「手書き」「Excelやスプレッドシート」「受注管理システム」「受注管理アプリ」

在庫管理について

実店舗での販売と同様、商品の在庫と在庫情報を管理する業務です。

在庫管理の具体的な内容

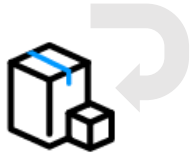
入庫管理



出庫管理



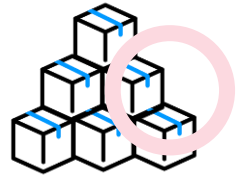
返品管理



ロケーション管理



棚卸し





在庫管理では、「商品の適正な量」と「良好な状態」が保てるよう
入荷や出荷をコントロールすることが重要です

商品の出荷・配送

お客様の注文データをもとに送り状を発行し、商品を送り出す一連の作業。
お客様のもとに正確に・ミスなく届けるために、
適切な在庫管理や検品を行うことも出荷作業の一部です。

受注データ取込み
・出荷登録 → 在庫引当 → ピッキング → 検品 → 梱包 → 発送



出荷時の不十分な対応で招いたミスは、
自社サイトの信頼を損なう原因となる



ミスをなくし出荷作業の生産性向上が
実現できれば、自社サイトの信頼を高め
顧客満足度アップにつなげられる

COLUMN

EC事業を開始！
初めから受注管理システムは必要？

このデジタル時代において、EC事業は新たな展開のチャンスを提供するだけでなく、顧客との直接的な関係構築も可能にしています。しかしながら、EC事業を成功させるためには、ただ商品をウェブサイトに掲載するだけでは不十分です。

その背後には、効果的な運営を支えるシステムと戦略が必要です。

受注管理システムは、その中でも特に欠かせない要素の一つです。なぜなら、オンライン販売では顔が見えない分、スムーズなサービスを提供することが特に求められるからです。

注文内容の確認や入力、在庫確認、納期の連絡、倉庫への出荷の指示など、多くの受注処理を自動化することで、手入力で発生しがちなミスを回避することが可能となります。

ビジネスを確かに成長させるために、受注管理システムが非常に大きな役割を担っています。



受注管理の課題

- 受注処理に工数がかかる
- 人件費等のコストがかかる
- 手入力の場合、入力ミスや転記ミスが起こり得る

在庫管理システムで解決

- 人件費や対応時間が削減できる
- 業務量が軽減し、業務効率が向上する
- 入力ミス、転記ミスの心配がなくなる

OMSの導入が有効

OMSとはOrderManagementSystemの頭文字をとった単語で、日本語に訳すと**「受注管理システム」**です。
注文受付からお客様のお手元に商品が届くまでの一連の流れを管理できるシステムのことを指します。

複数のEC店舗を運営している・今は1店舗だが複数店舗の運営を検討している、
1店舗でも受注件数が多い・少人数で運営しているため受注処理に掛けれる
コストが少ないなど、様々な状況で導入されています。

またECに限らず、BtoB・卸に多い**メールや電話・FAXなどのオフライン注文**も
まとめて管理することができます。

OMSの中には、受注だけでなく在庫の管理・入金管理・お客様への各種連絡メール
など**「EC運営のバックヤード業務全て」**に対応したものもあります。
OMSを導入することで、EC運営のバックヤード業務にかかる工数や人的ミスを
防止することができます。

資料：OMSの選び方
https://next-engine.net/pdf/download/chooseoms.pdf



EC事業で重要なこと

EC事業で利益を上げ運営を軌道に乗せるためには事前準備が大切です。
特に**在庫管理によって**、適正は在庫を継続して維持できれば、**安定した運営が可能**となります。
ヒューマンエラーをなくし、効率よく在庫管理をするには、在庫管理システムの導入がおすすめです。
在庫管理を**徹底して、EC事業の成長**へつなげていきましょう。

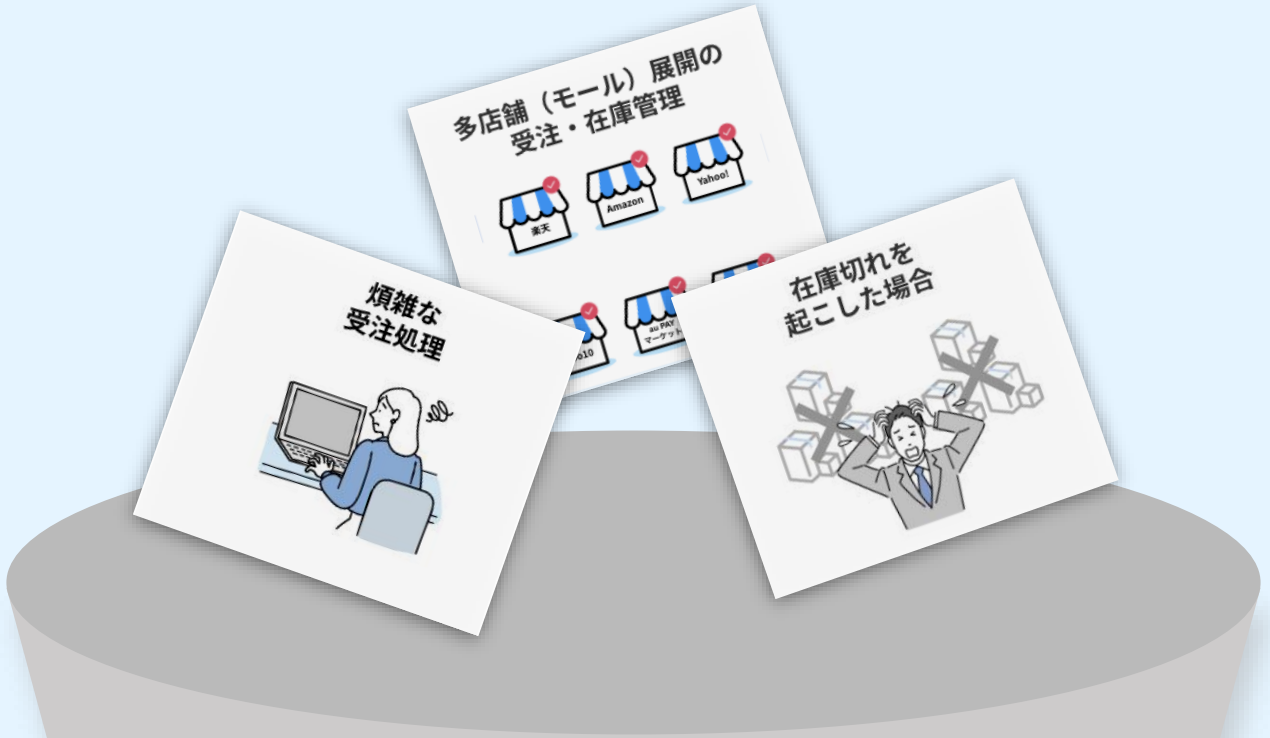
まとめ

- **EC事業はこれからも成長が見込まれる**
- **EC事業において在庫管理は最重要**
- **今後の多店舗展開を見据え、初めからシステムを利用するのがおすすめ**

受注管理と在庫管理を人力で完璧に対応するのは難しい・・・

前述の通り、EC事業で店舗を展開する場合、受注管理と在庫管理はとても重要です
もし在庫切れを起こせば、購入してくれたお客様への連絡が必要となり大きく工数がかかります
また、人力での受注処理は、どうしてもミスが起こり得ます
対応次第ではクレームにつながり、店舗自体の信頼を失うきっかけになる場合もあります





ネクストエンジンなら、解決できます！

ネクストエンジンは
ECの現場から生まれた機能を豊富に搭載！
EC運営業務を自動化・効率化させる
一元管理システムです。



主な機能（メールの自動送信について）

意外と工数を取られがちなメールの自動送信・個別送信が可能！

＼ 自動送信 ／



- サンクスメール
- 発送予定メール
- 発送連絡メール
- フォローメール

自動送信で工数削減！

- 全ての店舗の送り状発行データを一括出力
- 送り状番号付きの発送連絡メールを自動で送信
- モール側への出荷実績も自動反映※特定モールのみ

メールの自動送信の特徴

タグでメッセージ自動挿入

ご注文内容や商品ごとの案内など、タグによるメッセージ挿入が可能です。

署名や送信元メールアドレスは店舗のものを利用

各メールは店舗ごとに作成が可能。署名や送信元メールアドレスは送信する店舗のものが使われます。

また、特定のお客様のみにテンプレートを使ったメールを送ることも可能です。

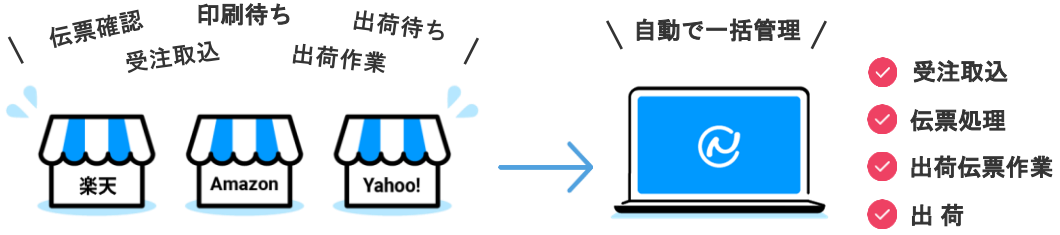
ポイント

面倒なメールも自動送信
個別送信も可能です

メールの自動送信・詳細はこちら

主な機能（受注管理について）

煩雑になりがちな受注管理を自動で一括管理！



店舗ごとの対応が大変

全店舗分の受注を「一括管理」！

全店舗分の受注を一元管理！

- たくさんの受注に個別で対応する時間を最小限に
- 複雑が故に生まれるミスもゼロに

受注管理システムの特徴

振り分けの条件などは店舗ごとに設定が可能

取り込んだ注文を振り分ける条件は、店舗ごとに設定が可能です。運営ルールが店舗によって異なっている場合でも問題なくご利用いただけます。

電話・FAXなどのオフライン注文にも対応

ネクストエンジンに直接入力したり、CSVデータを取り込むことで受注伝票を起票することが可能です。オフラインの注文もまとめて管理できます。

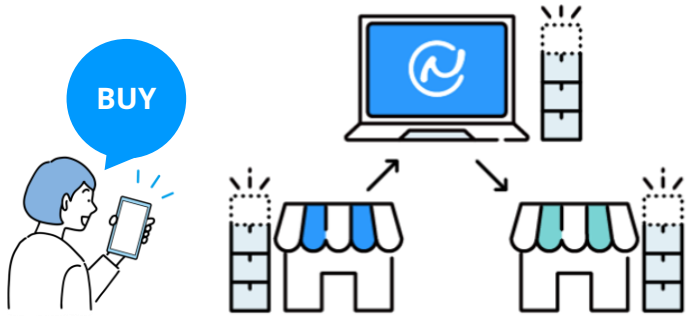
ポイント

さまざまな決済会社・運送会社と連携
受注の一括管理が可能です

受注管理システム・詳細はこちら

主な機能（在庫管理について）

EC店舗の在庫を24時間365日、自動連携　さらに個別設定まで可能！



５分間隔で在庫数が自動連携！

- 在庫の売り越しの心配がなくなる
- キャンセル・返品・交換・不良品の在庫変動も対応
- 在庫数調整のために各EC店舗を行ったり来たりしなくていい

在庫管理システムの特徴

商品が入庫されればEC店舗の在庫も増加

連携している倉庫・WMSの場合、倉庫に商品が入庫するとその在庫数が自動的にネクストエンジン・各EC店舗の在庫に反映されます。

商品コードがバラバラでも連携可能

目的に応じた拠点を登録し、それぞれに在庫を振り分けることが可能になりました。 拠点は、最大で10個まで登録が可能です。

ポイント

店舗間の在庫数を
24時間365日自動で連携します

在庫管理システム・詳細はこちら

その他の主な機能・動作環境

6,700社※を超える業務フローにマッチする機能で、**ネットショップ運営をバックアップ**します

※2026年4月時点

機能一覧　ネクストエンジンはECの業務効率化に必要な機能が200以上あります



商品登録/管理

変換、変更作業も簡単に。
同じ作業は一度でOK！



仕入/発注

在庫に応じて発注を自動
計算！発注書出力も可能



分 析

月別、店舗別の利益を把握。
様々な角度から分析を実施！



決済連携

決済処理を自動・効率化。
決済業務の抜け漏れも削減！



送り状連携

各社の送り状ソフトと連携し、送り状を素早く確実に発行！



倉庫連携

自社・外部倉庫と簡単連携。
受注処理→出荷を
スピーディーに！



POS連携

実店舗とECショップを連携し
売上と在庫の見える化を実現



アプリ

足りない機能はアプリで追加
貴社のオリジナルシステムを
構築

すべての機能が無料体験でお試し可能です！

対応モール・カート

対応モール・カートは**業界最大級！**



※ご利用中のモール、カートが一覧にない、または自社サイトの方

出店モールやレンタルカートが対応モール・カート一覧に掲載がない型や、自社で開発された独自サイトを運営されていらっしゃる方も、初期設定を行うことでネクストエンジンと連携することが可能です。実績多数ございますので、お気軽にお問い合わせください。

最新の対応モール・カートは こちらをご確認ください

クリックでページに移動できます

CASE STUDY

丸久株式会社

祝！楽天SOY受賞 初期導入で課題を未然に解決！低コストで多店舗展開に成功

EC事業立ち上げの際、自社物流とのマッチや多店舗展開を見据えてネクストエンジンを導入しました。

立ち上げる際には考慮になかった運用上の課題も、
ネクストエンジンを**予め導入していたからこそ簡単に解決**することができています。

領収書や伝票を管理するアプリや、データ分析機能もフル活用し、
6名という少人数で「SOYキッズ・ジュニア部門」にて受賞することができました。

Before / 導入前の課題

- 「運営効率のよいブランド」にすると決めてEC事業を立ち上げたが、いざ始めてみると人の手が必要な作業も多く効率が上がらなかった
- 初めてのEC事業で、分からないことが多かった

After / 導入後の効果

- 伝票の分割などが不要になり、コストはそのままで多店舗展開・販路拡大ができた
- 当初は予測できなかった課題も、その都度システムを活用して解決ができた
- データの分析機能を有効活用し、マーケティング施策にも活用できた

詳しい事例内容はこちら



丸久株式会社

業 種

アパレル・ファッション

ネクストエンジンを在庫連携だけのシステムとして使うのはもったいないです！

今後は自社サイトも立ち上げ、「ever closet」でしかできないことを実現していきたいと思います。



安心の取引実績

楽天株式会社 様

自動化によって発送スピードが格段に上がりました。

受注ステータスが 1 ページで把握でき、作業効率が UP。

一括引当 / 取込のため受注漏れもなくなり、管理が簡単になりました。

共通ツールを使うことにより、作業スタッフの認識レベルの統一化が図れています。

ロジザード株式会社 様

受注処理を自動化、発注管理など、たまげた機能が満載で、
安く、早く、高機能。

最も導入しやすい受注管理ソフトとして推薦させていただきます。
ロジザード ZERO との連携数も No.1。

ネットショップさんのその先の倉庫のことまで考え、ユーザ様の要望を取り入れたサービスの強化は本当に素晴しいです。

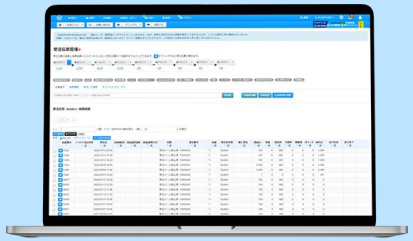
導入企業

Nestlé Good food, Good life
シモジマ
松屋
三省堂書店
イシバシ楽器
phenix
THE BODY SHOP
Rinnai
KEYUCA
FLAVA inc.
WonderCorporation
aimerfeel
DALLOYAU PARIS
くらし、気持ち、ピカピカ 木村石鹸
CJ FOODS
食の達人 森源商店
ever closet

※一部抜粋

ネクストエンジンを詳しく知りたくなったら

EC運営の業務に潜む課題の解決策など
お役立ち情報を多数掲載！



ネクストエンジンの
サービスページはこちら

在庫拠点や管理業務について
現在の配送の見直しなど
お気軽にご相談ください。



お問合せはこちら

NEXT ENGINE

EC Attractions
NEXT ENGINE

コマースにいるすべての人が
自由に働くために。







私たちが目指しているのは、ECを運営されている皆さまが日々の業務に追われることなく、もっと自由に、もっと自分らしく、楽しくECを運営することです。**ネクストエンジンは皆様と進化し、あそびに溢れたせかいを目指します。**それを実現するために私たちは、皆さまの課題解決に向けて伴走します。