

IBM® WebSphere® Commerce



基本

バージョン 5.4

IBM® WebSphere® Commerce



基本

バージョン 5.4

ご注意

本書の情報およびそれによってサポートされる製品を使用する前に、257 ページの『特記事項』に記載する一般情報をお読みください。

本書は以下の製品に適用されます。

IBM WebSphere Commerce Business Edition for Windows NT and Windows 2000 バージョン 5.4

IBM WebSphere Commerce Business Edition for AIX バージョン 5.4

IBM WebSphere Commerce Business Edition for Solaris Operating Environment Software バージョン 5.4

IBM WebSphere Commerce Studio, Business Developer Edition for Windows NT and Windows 2000 バージョン 5.4

IBM WebSphere Commerce Professional Edition for Windows NT and Windows 2000 バージョン 5.4

IBM WebSphere Commerce Professional Edition for AIX バージョン 5.4

IBM WebSphere Commerce Professional Edition for Solaris Operating Environment Software バージョン 5.4

IBM WebSphere Commerce Professional Edition for Linux、バージョン 5.4

IBM WebSphere Commerce Business Edition for Linux、バージョン 5.4

IBM WebSphere Commerce Professional Edition for iSeries、バージョン 5.4

IBM WebSphere Commerce Business Edition for iSeries、バージョン 5.4

IBM WebSphere Commerce Studio, Professional Developer Edition for Windows NT and Windows 2000 バージョン 5.4

および、新版で特に指定のない限り、以降のすべてのリリースおよびモディフィケーションに適用されます。製品のレベルに合った版を使用していることをご確認ください。

本マニュアルに関するご意見やご感想は、次の URL からお送りください。今後の参考にさせていただきます。

<http://www.ibm.com/jp/manuals/main/mail.html>

なお、日本 IBM 発行のマニュアルはインターネット経由でもご購入いただけます。詳しくは

<http://www.ibm.com/jp/manuals/> の「ご注文について」をご覧ください。

(URL は、変更になる場合があります)

原典： GC09-4950-01
IBM® WebSphere® Commerce
Fundamentals
Version 5.4

発行： 日本アイ・ピー・エム株式会社

担当： ナショナル・ランゲージ・サポート

第1刷 2002.6

この文書では、平成明朝体™W3、平成明朝体™W9、平成角ゴシック体™W3、平成角ゴシック体™W5、および平成角ゴシック体™W7を使用しています。この(書体*)は、(財)日本規格協会と使用契約を締結し使用しているものです。フォントとして無断複製することは禁止されています。

注* 平成明朝体™W3、平成明朝体™W9、平成角ゴシック体™W3、
平成角ゴシック体™W5、平成角ゴシック体™W7

© Copyright International Business Machines Corporation 2000, 2002. All rights reserved.

© Copyright IBM Japan 2002

情報の入手場所

WebSphere Commerce には、オンラインとハードコピーの資料が付属しており、e-commerce ソリューション全体の情報を説明します。WebSphere Commerce Studio の情報は、WebSphere Commerce の一部として含まれています。さらに、WebSphere Commerce または WebSphere Commerce Studio にバンドルされているソフトウェア製品では、そのソフトウェアの特定の特徴や機能を説明した情報が提供されています。このセクションでは、多様な種類の情報の入手場所を一覧にしています。

これらの情報の詳細については、227 ページの『ヘルプ情報』を参照してください。

WebSphere Commerce の資料

以下のリストは、WebSphere Commerce の資料を示しています。

- *IBM WebSphere Commerce 基本、バージョン 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce プログラマーズ・ガイド、バージョン 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce for Windows NT and Windows 2000 クイック・スタート、バージョン 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce for AIX クイック・スタート、バージョン 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce Quick Beginnings for Linux、バージョン 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce for Solaris オペレーティング環境ソフトウェア クイック・スタート、バージョン 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce for IBM eServer iSeries 400 クイック・スタート、バージョン 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce Studio for Windows NT and Windows 2000 インストール・ガイド、バージョン 5.4*

以下に示す資料は、テクニカル・ライブラリーのページから PDF 形式で入手できます。

インストール関連の資料

- *IBM WebSphere Commerce for Windows NT and Windows 2000 インストール・ガイド (DB2 ユニバーサル・データベースを使用)、バージョン 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce for Linux インストール・ガイド、バージョン 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce for Windows NT and Windows 2000 インストール・ガイド (Oracle データベースを使用)、バージョン 5.4*
- *IBM WebSphere Commerce for Windows NT and Windows 2000 追加ソフトウェア・ガイド、バージョン 5.4*

- *IBM WebSphere Commerce for AIX* インストール・ガイド (DB2 ユニバーサル・データベースを使用)、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce for AIX* インストール・ガイド (Oracle データベースを使用)、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce for AIX* 追加ソフトウェア・ガイド、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce for Solaris* オペレーティング環境ソフトウェア インストール・ガイド (DB2 ユニバーサル・データベースを使用)、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce for Solaris* オペレーティング環境ソフトウェア インストール・ガイド (Oracle データベースを使用)、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce for Solaris* オペレーティング環境ソフトウェア 追加ソフトウェア・ガイド、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce for IBM eServer iSeries 400* インストール・ガイド、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce for IBM eServer iSeries 400* 追加ソフトウェア・ガイド、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce for Linux* 追加ソフトウェア・ガイド、バージョン 5.4
- マイグレーション関連の資料
- *IBM WebSphere Commerce Studio for Windows NT and Windows 2000* マイグレーション・ガイド、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce for Windows NT and Windows 2000* マイグレーション・ガイド、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce for AIX* マイグレーション・ガイド、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce for Solaris* オペレーティング環境ソフトウェア マイグレーション・ガイド、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce for IBM eServer iSeries 400* マイグレーション・ガイド、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce for Linux* マイグレーション・ガイド、バージョン 5.4
- その他の資料
- *IBM WebSphere Commerce* ストア開発者ガイド、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce* アクセス・コントロール・ガイド、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce Catalog Manager* ユーザーズ・ガイド、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce* セキュリティー・ガイド、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce* 計算フレームワーク・ガイド、バージョン 5.4
 - *IBM WebSphere Commerce* アクセラレーター カスタマイズ・ガイド、バージョン 5.4

これらの資料の更新情報については、次の Web アドレスを参照してください。

▶ Professional

http://www.ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit-tech-general.html

http://www.ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit-tech-general.html

WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」

WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」は、Web ブラウザーを使って表示できるオンライン情報で構成されています。また、取り出されたオンライン情報は、関連するサブジェクト・エリア PDF (Portable Document Format) 文書にも編集されています。

「オンライン・ヘルプ」については、Internet Explorer バージョン 5.5 以降で実行する Web ブラウザーを使用して、

`http://host_name/wchelp/` でアクセスできます (`host_name` は、使用する WebSphere Commerce マシンの名前)。

Windows さらに、Windows では、次のようにして「スタート」メニューからヘルプにアクセスできます。

「スタート」→「プログラム」→「**IBM WebSphere Commerce**」→「文書」

WebSphere Commerce Studio の「オンライン・ヘルプ」

WebSphere Commerce Studio の「オンライン・ヘルプ」は、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」に含まれています。

パッケージ製品の「オンライン・ヘルプ」

Windows 次の表は、WebSphere Commerce および Commerce Studio の同梱製品用の「オンライン・ヘルプ」がどこにあるかを示しています。

製品	情報のアクセス・ポイント
WebSphere Studio	<ul style="list-style-type: none"> • Studio ガイド 「スタート」→「プログラム」→「IBM WebSphere Commerce Studio」→「Studio 4.0」→「Studio ガイド」 • 始めに 「スタート」→「プログラム」→「IBM WebSphere Commerce Studio」→「Studio 4.0」→「始めに」
DB2 ユニバーサル・データベース (DB2 Universal Database [®])	「スタート」→「プログラム」→「 IBM DB2[®] 」→「情報」→「 情報センター 」

製品	情報のアクセス・ポイント
WebSphere Application Server	「スタート」 → 「プログラム」 → 「 IBM WebSphere 」 → 「 Application Server V4.0 」 → 「文書」
IBM HTTP Server	「スタート」 → 「プログラム」 → 「 IBM HTTP Server 」 → 「文書」
IBM Payment Manager™	「スタート」 → 「 WebSphere Payment Manager 」 → 「 Payment Manager README 」

Web 上で提供される情報

以下のセクションで説明するとおり、他の有用な情報を Web 上で入手できます。

サポート

ニュースグループ、FAQ、技術情報、トラブルシューティング情報、およびダウンロードなどのサポート情報を入手するには、
ibm.com/software/webservers/commerce/support.html をご覧ください。

ソフトウェア・パートナー

多くのソフトウェア・パートナーが WebSphere Commerce を強化するための製品やサービスを提供しています。これらのパートナーの情報については、
www.ibm.com/software/webservers/commerce/community に移動し、「**Software Developers**」リンクをクリックします。

Redbooks

さらに高度な技術情報を入手するには、Redbooks の Web サイトに移動してください。
www.ibm.com/redbooks から WebSphere Commerce を探します。

目次

情報の入手場所	v
WebSphere Commerce の資料	v
WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」	vii
WebSphere Commerce Studio の「オンライン・ヘルプ」	vii
パッケージ製品の「オンライン・ヘルプ」	vii
Web 上で提供される情報	viii
サポート	viii
ソフトウェア・パートナー	viii
Redbooks	viii
はじめに	xiii
本書の表記規則	xv

第 1 部 概説 1

第 1 章 e-commerce ソフトウェアの概要	3
WebSphere の特徴	4
収益を上げるマーケティング	4
イツ・ア・ビッグ・ワールド	5
イツ・ア・モバイル・ワールド	5
サイトを生き生きとしたものにする	5
なぜ Java™ なのか	6
各種作業用のツール	6
結論	7
第 2 章 WebSphere Commerce の概要	9
この製品の提供内容	9
IBM WebSphere Commerce	9
WebSphere Commerce のコンポーネント	10
ツール	11
必須コンポーネント	12
WebSphere Commerce バンドル・ソフトウェアの説明	16
IBM WebSphere Commerce Studio	18
Commerce Studio のコンポーネント	19
第 3 章 WebSphere Commerce Server の概要	23
ツール	23

サブシステム	23
共通サーバー・ランタイム	26
システム管理	27
メッセージング・サービス	27
WebSphere Application Server	27

第 2 部 ストアの開発 29

第 4 章 サイトの計画	31
サイト開発チームの召集	31
要件収集	34
設計	35
ストア開発	36
データ管理	36
カタログ開発	37
テスト	37
展開	38

第 5 章 構成の選択	39
拡張容易性	39
複製	40
作業負荷管理	40
セッション管理	41
IBM Network Dispatcher	41
WebSphere Commerce Server の内容	42
単一層構成	43
2 層構成	44
3 層構成	46
一般的なエンタープライズの構成	47
マルチ・インスタンス構成	49
ステージング・サーバーの構成	50

第 6 章 ストアの作成	53
オンライン・ストアとは	53
サンプル・ストア	53
ストアの作成	61
サンプル・ストア・アーカイブを使用したストアの作成	62
ストア・アーカイブの構築によるストアの作成	67

第 7 章 オンライン・カタログの作成	71	セキュリティ	114
オンライン・カタログとは	71	認証	114
カタログ・データ	72	ユーザー登録	115
カタログ表示ページ	73	サイトのセキュリティ強化	116
カタログ関係	74	アクセス制御ポリシー	117
マスター・カタログの作成	75	パフォーマンスのモニター	119
カタログ資産の作成	76	パフォーマンス・モニター	119
サンプル商品の削除	80	その他のパフォーマンス・ツール	119
ローダー・パッケージ	80	一般的なパフォーマンスに関する問題	120
発行とローダー・パッケージ	81	構成	121
ローダー・パッケージでデータベースに取り込む	81	メッセージング・サービス	121
オンライン・カタログの保守	85	スケジューラー	122
カタログ検索	85	WebSphere Commerce Server のログ	123
サイトへのカタログ検索の追加	86	IBM WebSphere Payment Manager	124
構成可能商品	86	動的ページ・キャッシング	125
第 8 章 ストア運用のカスタマイズ	89	WebSphere Commerce キャッシュ構成のパリエーション	125
概要	89	ルール・サービスの管理	128
WebSphere Commerce ソフトウェア・コンポーネント	89	システムの保守	128
WebSphere Commerce アプリケーション・モデル	90	サーバーの使用状況	128
WebSphere Commerce ランタイム・アーキテクチャー	96	データベースの保守	129
HTTP 要求の要約	98	WebSphere Application Server の管理	133
カスタマイズ可能コンポーネント	100	Web サーバー管理	134
WebSphere Commerce サブシステムのカスタマイズ	100	トラブルシューティング	135
第 9 章 ストアのデプロイ	103	<hr/>	
テストにおける考慮事項	103	第 4 部 ストアフロントの実行	137
ステージング・サーバー	104	第 11 章 在庫の管理	139
ステージング・サーバーの構成	105	在庫管理方法の決定	139
公開	106	在庫の割り振り	140
<hr/>		WebSphere Commerce Accelerator を活用した在庫管理	140
第 3 部 ストアとサイトの管理および保守	107	在庫サブシステムのセットアップ	141
第 10 章 サイト管理	109	在庫の管理	144
アクセス管理	109	予測在庫レコード	144
組織、役割、およびユーザーの定義	109	在庫レポート	145
組織	110	受取人のタスク	146
承認が必要な処理の定義	111	予測在庫の受け取り	146
役割	112	特別在庫の受領書	147
ユーザー	113	在庫の調整	147
		返品された商品の受け取り	147
		返品担当者のタスク	148
		返品された商品の処分の選択	148
		第 12 章 カatalogの管理	149
		カテゴリー管理	149

カテゴリの管理	149
商品の管理	150
商品、属性、および SKU の作成	155
商品管理レポート	156
商品の更新のガイドライン	157
商品の検索	157
割引	157
割引タイプ	158
「割引」ページの立ち上げ	160
商品または SKU への割引の割り当て	161
第 13 章 顧客情報の管理	163
顧客の登録情報	163
顧客の検索	164
顧客ケア	164
顧客ケアを使用可能にする	165
顧客オーダーの管理	165
顧客オーダーの検索	165
顧客オーダーの変更	166
返品	167
第 14 章 フルフィルメント	171
オーダーの出荷	172
第 15 章 ビジネス関係の管理	175
ビジネス・ポリシー	175
カタログ	176
送り状、支払い、およびリファンド	176
返品	176
配送	177
顧客の格付け	177
デフォルト契約	178
ビジネス・アカウント	178
ビジネス・アカウントの定義	179
契約	179
契約の作成方法の決定	179
顧客の組織、アカウント、および契約の作成	180
契約管理レポート	184
アカウント管理レポート	184
見積依頼 (RFQ)	185
RFQ の使用可能化	186
RFQ のプロセス	186
コラボレーション	188

第 5 部 ストアのフィーチャーの拡張 191

第 16 章 マーケティング 193

e-マーケティング・スポット	193
広告コピー	195
顧客プロファイル	196
顧客プロファイルの管理	196
キャンペーン	198
お勧め商品提示商法	199
条件別のお勧め商品提示商法イニシアチブ	200
顧客キャッチ広告	201
キャンペーンの管理	203
販売促進	205
クーポン販売促進	205

第 17 章 商品アドバイザー 209

ショッピング・メタフォー	209
カタログ・データが商品アドバイザーに適しているかどうかの判別	210
リソースの計画	211
商品アドバイザーおよび Catalog Manager	211
商品アドバイザーの統計	211

第 18 章 オークション 213

オークションのインプリメンテーション	213
オークション参加者のためのフィーチャー	214
オークション・タイプ	215
オークション・スタイル	216
オークション・ルール	216
入札ルールの定義	217
サイトのオークションの管理	217
オークションの作成	218
オークションの検索	218
顧客のためのオークションの管理	219

第 19 章 レポート作成とビジネス・インテリジェンス 221

WebSphere Commerce レポート	221
ビジネス・インテリジェンス	222
WebSphere Commerce Analyzer	223

付録. ヘルプ情報 227

WebSphere Commerce ヘルプ	227
インストールおよび構成情報	227
プログラマー情報	227

オンライン・ヘルプ	227
Commerce Studio ヘルプ	228
オンライン・ヘルプ	228
用語集	229

特記事項	257
商標	259
索引	261

はじめに

本書 *IBM WebSphere Commerce Business Edition 基本* は、WebSphere Commerce の入門版です。本書では、以下の情報を説明します。

- WebSphere Commerce ファミリーの概要と、すべてがどのように互いに調和しているかについての説明
- サイト計画に関する情報
 - 構成オプションおよびキーに関する考慮事項
 - ストアのプランニングおよびキーに関する考慮事項
- ストア・サービスの概要
 - ストアの作成
 - ストア・ページ
 - オンライン・カタログ・ページ
- オンライン・カタログの処理
 - オンライン・カタログの作成
 - ロダー・パッケージの使用
- ストアのカスタマイズに関するタスクの概要
 - プロジェクトの計画
 - 関連作業についての理解
 - 類似したタスクを実行するさまざまな方法の決定
- ストアのテストおよび展開
 - ステージング・サーバーの使用
- サイトおよびストアの管理
 - 管理コンソールの概要
 - データベース保守の概要
 - システム管理
- ストアフロントの実行
 - 在庫の管理
 - ストアのカタログの管理
 - 顧客情報の管理
 - フルフィルメント
 - ビジネス関係の管理
- ストアのフィーチャーの拡張

- キャンペーン
- オークション
- ビジネス・インテリジェンスのレポート作成
- 用語集

本書の表記規則

本書では、以下のような規則を使用しています。

WebSphere Commerce Studio と Commerce Studio は交換可能です。


太文字は、フィールド名、ボタン名、またはメニュー選択などのグラフィカル・ユーザー・インターフェース (GUI) を示します。

モノスペース (Monospace) は、ディレクトリー・パスと同様に、指示された通りに入力する必要があるテキストの例です。

イタリック は、強調のため、また独自の値に置き換えることができる変数を表すために使用されます。

 **NT** Windows NT に固有の情報を示します。

 **2000** Windows 2000 に固有の情報を示します。

 **AIX** AIX に固有の情報を示します。


 **Solaris** Solaris 操作環境に固有の情報を示します。

 **400** IBM iSeries 400 (以前の AS/400®) に固有の情報を示します。

 **Linux** Linux に固有の情報を示します。

 **Business** Business Edition に固有の情報を示します。

 **Professional** Professional Edition に固有の情報を示します。

 **B2C** 企業消費者間取引サイトに固有の情報を示します。

 **B2B** 企業間取引サイトに固有の情報を示します。



は、作業を完了するために役立つ追加情報を表します。

第 1 部 概説

本書のこの部では、e-commerce ソフトウェアについて紹介するとともに、WebSphere Commerce バージョン 5.4 のいくつかの主要なビジネス上の特徴を説明します。また、製品オフリングについて説明する概要の章もあります。

第 1 章 e-commerce ソフトウェアの概要

ほんの数年前には、ほとんどのビジネスで達成すべき目標とは、企業または企業が提供する商品やサービスについて説明する Web サイトを持つことでした。しかし時代は変わりました。

グローバルなマーケットにおいて競争力を維持するには、オンライン・マーチャントは、これまで以上の顧客サービスや顧客サポートを提供しなければなりません。顧客は e-commerce Web サイトを訪問すれば、最低でもオンライン・カタログのブラウズ、ショッピング・カートへの商品の追加、クレジット・カードを使用した安全な購入、そして配送先の指定を行えると期待しています。しかし、これで十分ではないのです。顧客はますますインターネットに通じてきているので、期待のレベルもさらに高くなっています。顧客は、希望する言語や通貨で買い物をすることを望んでいます。さらに、カタログをブラウズする十分な時間がないので、自分の好みに基づいた個別サービスを期待しています。また、店員の役割を果たす、商品選択の実際的なアドバイスをしてくれるインテリジェント・アシスタントも望んでいます。顧客が買い物にハンドヘルド・デバイスを使いたいと思うようになるのも、遠い先の話ではないでしょう。

顧客の観点以外にも、e-commerce ソフトウェアの機能を変更する要因となったものがあります。多くのマーチャントにとって、e-commerce の位置付けは、実験的なプロジェクトから、ビジネスの核心を成す不可欠なものへと変わりました。その結果、技術的な専門知識を持たない多くのスタッフも、今や e-commerce のプロセスに関係するようになってきました。マーケティング・マネージャーや取引管理マネージャーは、e-commerce ソフトウェアをより洗練された方法で使用し、マーケティング・キャンペーンや特定顧客層の対象商品を作成したり、キャンペーンの成果をモニターするようになってきました。

ビジネス・プロセスも、時代とともに変化してきました。e-commerce ソフトウェアは既存のソフトウェア・システムと統合され、マーチャントは顧客と商品の情報を単一のソースで保守できるようになっています。その結果、顧客は、商品を購入する前にそれが在庫しているかどうかを知ることができるようになりました。また、マーチャントは、顧客の要求を迅速に処理するために、ますます頻繁に仕入れ先と連絡を取り合うようになってきました。

今やバージョン 5 となった WebSphere Commerce は、顧客およびマーチャントのますます大きくなる期待と要求に合わせてバージョンアップしてきました。WebSphere Commerce を使用して、すべてのサイト訪問者が商品を購入したくなるような e-commerce サイトを構築してください。

WebSphere の特徴

e-commerce サイトには、構築の基礎となる強力なプラットフォームが必要です。WebSphere ソフトウェアを使用すれば、業界標準を満たす、高性能で業界標準信頼性が高く、拡張容易性とセキュリティに優れた製品を手にすることができます。e-commerce サイトを構築するときには、これらの要件が必ず求められます。

WebSphere プラットフォームの基礎は、e-commerce アプリケーション用の堅固なサーバーである WebSphere Application Server によって備えられます。これは、Java™、Enterprise JavaBeans、および JavaServer Pages ファイルなどの業界標準ソフトウェアをサポートし、エンタープライズ・データベースおよびトランザクション・システムとの強力な対話を可能にします。

WebSphere プラットフォームには MQSeries® が組み込まれています。これは、e-commerce アプリケーションとバックエンド・システムとの統合を可能にするミドルウェア製品です。ご使用のアプリケーションを統合すると、1 つのデータ・ソースを保守するだけで済むので、顧客の要求に迅速かつ効率的に応答することができます。

WebSphere ソフトウェア・ファミリーは、WebSphere プラットフォームの機能を拡張するための完全なツールのセットを備えています。WebSphere Commerce では特に、VisualAge for Java および WebSphere Studio という 2 つの製品が関係します。VisualAge for Java は、Enterprise JavaBeans のサポートを含む、完全な Java 開発環境をプログラマーに提供します。WebSphere Studio では、JavaServer Pages テクノロジーのサポートを含む、完全な HTML 開発環境を Web 開発者に提供します。

WebSphere Commerce は WebSphere プラットフォームを十分に活用して、パフォーマンスや信頼性の点で期待できる e-commerce システムを構築することができます。これにより、企業が優位に立つために役立つ、ユニークで付加価値のあるアプリケーションを開発することに専念することができます。

収益を上げるマーケティング

最近までは、e-commerce ソフトウェアでの作業は、プログラマー、サイト管理者、Web 専門家が担当していました。マーケティング・マネージャーについては、どうでしょうか。マーケティング・マネージャーは、「ご購入の方にもう 1 つ無料進呈」、「新学期セール期間中はお買い得」などの、キャンペーンの企画を担当しています。マーケティング・マネージャーは、商品を販売するために e-commerce システムと対話することが必要ですが、これは WebSphere Commerce によって可能になります。

WebSphere Commerce Accelerator は、マーケティング・マネージャー用の包括的なツールのセットを提供します。始めに、個人情報、購入ヒストリー、およびその他の顧客の属性を定義する顧客プロファイルを作成します。キャンペーン・イニシアチブを使用して、広告の対象を特定の顧客層に絞り込みます。「閉じたループ・マーケティング」のプロセスによって、自分の顧客をよりよく知り、より良いサービスを提供することができます。

きます。 WebSphere Commerce Accelerator からアクセス可能な堅固なビジネス・インテリジェンス・システムは、顧客の人口統計分布だけでなく、比較の可能なマーケティング・キャンペーンの成功率についてレポートします。これらの報告をフィードバックとして利用して、最新のキャンペーンを評価したり、今後のキャンペーンへの変更を開始したりすることができます。これでマーケティング・キャンペーンのライフ・サイクルは締めくくられます。

イツ・ア・ビッグ・ワールド

商品を地元で販売するわけではなくなったので、 e-commerce サイトを世界中の読者がアクセスできるようにする必要があります。どのようにしてこれを行えばよいのでしょうか。顧客がサイトを訪問したときに、顧客情報を登録してもらえばよいのです。どこの国あるいは地域の人ですか? 希望する言語は何ですか?使用する通貨は何ですか? WebSphere Commerce は、先進的な多文化サポートによってこれらすべてを可能にします。

顧客が商品情報を表示するときに、顧客が希望する言語や通貨で表示します。すべてのテキスト情報を翻訳する必要がありますが、国際規模の視聴者を対象として販売を行うようになれば、結果はそれに十分見合ったものとなるでしょう。

それぞれのスタッフは、各自が選択した言語で WebSphere Commerce での作業を行うことができます。

イツ・ア・モバイル・ワールド

WebSphere Commerce インターフェースを使用すると、セル電話、PDA (Personal Digital Assistant)、および i モード・デバイスなどの、パーベイシブ・コンピューティング・デバイスからオンライン・ストアにアクセスすることができます。これにより、ビジネスの対象範囲が広がることになります。

サイトを生き生きとしたものにする

サイトにオークション機能を追加すれば、顧客は再びサイトを訪問してみたいくなるでしょう。次のようなさまざまなオークション・タイプがあります。

- オープン・クライ・オークション: すべての入札が一般公開される
- シールド・ビッド・オークション: すべての入札はオークション管理者だけが見られる
- ダッチ・オークション: 高い入札額から開始し、入札する人がいるかどうかを見る

過剰商品を売りさばくためのよりよい方法とは? 実際に、インターネット・オークションで販売される商品は、標準的には上述の表示価格で販売されます。

サイトにセールス・アシスタントを追加して、商品カテゴリーについての知識をほとんど持っていない顧客をガイドするようにします。豊富な知識を持っている顧客は、リストから希望する商品のフィーチャーを選択して、商品を探すことができます。顧客が選択の幅を狭めていくと、類似商品を並べて比較できるようになります。

なぜ Java™ なのか

WebSphere Commerce は、Java プログラミング・モデルを基にしたオープン・アーキテクチャーを使用しているため、ストア開発者は、ストアの動作をカスタマイズするためのコマンドを変更および追加できます。なぜ Java なのでしょう。

- Java コードは、C++ コードと比べて作成や保守を容易に行えるので、ストア開発者の生産性は向上し、ストア開発者がストア・オペレーションをカスタマイズする際のコードの信頼性が高まります。優秀な Java プログラマーを見つけることは、優秀な C++ プログラマーを見つけるよりもはるかに簡単です。Java はオブジェクト指向言語なので、ストア開発者は、再使用可能なパーツを使用してアプリケーションを迅速に作成できます。また、Enterprise Bean などの Java 拡張機能があるので、Java はクライアント / サーバー分散アプリケーションにとって最適の言語となっています。
- JavaServer Pages ファイルは、Net.Data® マクロよりも作成と保守を容易に行えるので、基本的な Web スキルしかない Web 設計者でも、ストア・ページを作成したり変更することができます。これまでのリリースでは、ストア・ページを設計するには Net.Data のプログラミング・スキルが必要でした。一般的に、Web 設計者は、プログラミングよりもグラフィック・デザインに熟達しているものです。
- Java アプリケーションは、C++ アプリケーションよりも移植可能性が高いので、開発システムと実動システムを同一のものにする必要はありません。

WebSphere Application Server は Java 環境をサポートします。JavaServer Pages ファイルにサービスを提供し、サーブレットを実行し、Enterprise Bean を使用可能にするには、高性能で信頼性とセキュリティに優れたアプリケーション・サーバーが必要です。WebSphere Application Server は、Java アプリケーション用の堅固な環境を提供するので、この環境は e-commerce Web サイトの強力な基礎となります。

各種作業用のツール

ストアの作成と運営には、さまざまなスキルを持つスタッフとさまざまな特殊ツールが必要です。

Web 設計者用に、WebSphere Commerce Studio は、完全な Web 開発環境を提供します。Page Designer を使用して、HTML または JavaServer Pages ファイルを編集します。WebSphere Studio を使用して、資産を管理します。次いで、WebSphere Commerce Server サーバーに成果物を公開し、結果をテストします。

ストア開発者用に、VisualAge for Java は、完全に優れた Java 開発環境を提供します。VisualAge for Java を使用して、WebSphere Commerce コマンド、エンタープライズ

Java bean、およびデータ bean の作成と拡張を行います。次いで、WebSphere Commerce Server サーバーに成果物を公開し、結果をテストします。

サイト管理者用に、WebSphere Commerce は、WebSphere Commerce 管理コンソールで、スムーズな実行を維持するのに役立つパフォーマンス・モニター・ツールを提供します。管理コンソールを使用して、さまざまなシステム・ユーザーにアクセス制御を課すことにより、セキュリティを維持することもできます。

マーケティング・マネージャーの場合、WebSphere Commerce Accelerator インターフェースでは、顧客の動向の分析だけでなく、オンライン・ストアの商品の表示、価格付け、および販売をすることができます。

顧客サービス担当者の場合、顧客の注文、顧客情報、および支払情報を管理できる WebSphere Commerce Accelerator インターフェースを使用できます。

結論

WebSphere Commerce バージョン 5.4 では、お客様の e-commerce の必要を満たす完全なソリューションが提供されています。DB2、WebSphere Application Server、および VisualAge for Java などの、高い評価を得ているソフトウェアを実行すれば、e-commerce サイト用のセキュアでスケーラブルな高性能ベースを手に入れることができます。WebSphere Commerce はオープン・アーキテクチャーを使用しているので、お客様のすべての要件を満たすために高度にカスタマイズできるようになっています。

これ以降では、WebSphere Commerce ソリューションをさらに詳細に説明します。

第 2 章 WebSphere Commerce の概要

この章では、IBM WebSphere Commerce ファミリーの製品について説明し、提供されている各ソフトウェア・コンポーネントをリストします。

この製品の提供内容

WebSphere Commerce ファミリーは、次の製品から構成されています。

- IBM WebSphere Commerce Professional Edition
- IBM WebSphere Commerce Business Edition
- IBM WebSphere Commerce Studio Professional Developer Edition
- IBM WebSphere Commerce Studio Business Developer Edition

IBM WebSphere Commerce

IBM WebSphere Commerce バージョン 5.4 は、ストアを作成したり、保守したり、ホストしたりするために使用する、包括的な統合ソフトウェア・コンポーネントのセットです。WebSphere Commerce は、信頼性、拡張容易性、パフォーマンスについて定評があります。

WebSphere Commerce は、ShopIBM サイト www.ibm.com/shop などの、大規模な、頻繁にアクセスされる数々の e-commerce サイトで使用されています。

次のリストに、WebSphere Commerce のソフトウェア・コンポーネントを示します。各コンポーネントについての詳細は、10 ページの『WebSphere Commerce のコンポーネント』を参照してください。

使用可能なプラットフォーム

- Windows NT[®]、Windows[®] 2000
- AIX
- Linux
- Sun Solaris
- iSeries/400

ツール

- ストア・サービス
- WebSphere Commerce Accelerator
- 管理コンソール

- 構成マネージャー

必須コンポーネント

- DB2 ユニバーサル・データベース エンタープライズ版 バージョン 7.2

▶ 400 DB2 Universal Database for iSeries。これは OS/400 for iSeries V5R1 に含まれています。




- IBM HTTP Server、バージョン 1.3.19

▶ 400 IBM HTTP Server for iSeries V5R1

- WebSphere Application Server、アドバンスド版、バージョン 4.0.2
- Blaze Advisor Rule Server, from HNC Software, Inc.
- Blaze Advisor Innovator Runtime, from HNC Software, Inc.
- IBM WebSphere Payment Manager、バージョン 3.1.2

▶ 400 IBM WebSphere Payment Manager、バージョン 3.1.2





決済カセット

-    ▶ 400 SET Secure Electronic Transaction™ cassette、バージョン 3.1.2
- IBM WebSphere Payment Manager cassette for VisaNet、バージョン 3.1.2
- CyberCash cassette、バージョン 3.1.2
- BankServACH cassette、バージョン 3.1.2

オプション・コンポーネント

- IBM SecureWay® Directory Server、バージョン 3.2.1

▶ 400 Directory Services

-    ▶  DB2 Text Extender®, バージョン 7.1
- Segue SilkPreview、バージョン 1.0
- WebSphere Recommendation Engine、バージョン 5.4
- WebSphere Commerce Analyzer、バージョン 5.4
- Brio Broadcast Server、バージョン 6.2
- Lotus QuickPlace、バージョン 2.0.8
- Lotus Sametime、バージョン 2.5

WebSphere Commerce のコンポーネント

このセクションでは、WebSphere Commerce のコンポーネントに関する情報について詳細に説明します。

ツール

WebSphere Commerce では、以下のようなツールを提供しています。

WebSphere Commerce Accelerator

WebSphere Commerce Accelerator は、ストアの管理およびビジネス戦略の促進を行うための中心的なツールです。WebSphere Commerce Accelerator は、オンライン・ストアの運営（ストア管理、商品管理、オーダー処理、マーケティング、顧客のオーダー、顧客サービスなど）のための統合ポイントを提供します。

WebSphere Commerce Accelerator の機能として、「リレーションシップ・マーケティング」を活用することができます。WebSphere Commerce Accelerator を使用して Web サイトでのアクティビティーを調べ、顧客および顧客の購買習性に関する主な情報を集めます。この情報を分析し、新しい情報に基づいて適切な調整を施すことができます。コンテンツ、顧客プロフィール、または販売促進を追加し、それに応じてキャンペーンを展開できます。

WebSphere Commerce Accelerator は、ビジネス・インテリジェンスのニーズに応えるためにレポートも作成します。

ストア・サービス

ストア・サービスは、ストアの特定の運用機能を作成したり、カスタマイズしたり保守するための中心点を提供します。

WebSphere Commerce ストアの開発ツールは、主にストアの作成およびカスタマイズに役立てるために使用します。WebSphere Commerce には、ストア・アーカイブ・ファイル形式のサンプル・ストアが組み込まれています。このファイルは、ファイル資産およびデータベース資産を含むストアをカプセル化したものです。ブラウザー・ベースのツールを使用して、このファイルをストアの必要に合わせてカスタマイズすることができます。公開ユーティリティーは、WebSphere Commerce Server 上でアーカイブを機能ストアに変換します。ストア・プロフィール・ノートブックなどの他のツールを使用して、公開の前後にストアのいくつかの面を変更することができます。

ストア・サービスを使用して、以下のことを行えます。

- ストア・プロフィール・ノートブックを使用してストア情報を定義する
- 税および配送情報を定義する
- ストアを WebSphere Commerce Server に公開する

管理コンソール

サイト管理者またはストア管理者は管理コンソールを使って、サイトの構成およびストアの構成に関連したタスクを実行することができます。サイト管理者が管理コンソールを使って実行するタスクは、次のとおりです。

- ユーザー、組織、役割、およびメンバー・グループを管理する

- アクセス制御を管理する
- サイトのトランスポートとメッセージ・タイプを定義する
- サイトのパフォーマンスをモニターする
- Payment Manager の設定を指定する
- ロギングとトレースを構成する
- WebSphere Commerce コンポーネントを使用可能または使用不可にする
- サイトで実行するジョブをスケジュールする
- レジストリー・コンポーネントを更新する

構成マネージャー

構成マネージャーは、WebSphere Commerce をデプロイしたり実行したりするために必要なインフラストラクチャーの確立および変更を行います。インフラストラクチャーの確立には、データベース、Web サーバー、および Payment Manager の位置に関する情報を取得する必要があります。その他にも、WebSphere Commerce と共に使用するアプリケーションを構成するために必要な情報、マシンのセットアップ情報、WebSphere Commerce アプリケーション自体を初期設定するために必要な情報も必要です。

構成マネージャーを使用すると、サイト管理者は、構文に依存する構成ファイルを処理せずに、管理タスクや構成タスクを実行できます。サイト管理者は、次のような機能を実行できます。

- WebSphere Commerce インスタンスの作成または削除
- WebSphere Commerce インスタンスの構成設定の変更
- Web サーバーの構成
- ステージング・サーバーとして機能するデータベースの構成
- Payment Manager 用のパラメーターの入力

構成マネージャーについての詳細は、それぞれのプラットフォームについてのインストール・ガイドを参照するか、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」を参照してください。

必須コンポーネント

WebSphere Application Server

WebSphere Commerce には、WebSphere Application Server が組み込まれています。この Web アプリケーション・サーバーは、高性能な Enterprise JavaBeans (EJB) サーバーであり、ビジネス・ロジックを適用した EJB コンポーネントをインプリメントしています。また複数のプラットフォーム、データベース、およびトランザクション・システムをサポートするとともに、サーブレットをサポートした Java ベースのゲートウェイや EJB 接続性を提供します。EJB 指定の詳細については、www.java.sun.com Web サイトを参照してください。

Web コンテナ・サポート: Web コンテナは、サーブレットを管理する Web アプリケーション・サーバーのコンポーネントです。サーブレットとは、Java が使用可能なサーバー上で実行する Java プログラムです。サーブレットは、Web サーバーの機能を拡張します。たとえば、サーブレットはクライアントの要求に応えた動的 HTML ページを作成することができます。他にも、サーブレットは複数のクライアントの接続を管理したり、要求を受け取ったり、すべての関連クライアントに応答をブロードキャストすることができます。

過去において、サーバー・サイドの要求はしばしば CGI (Common Gateway Interface) によって処理されていました。サーブレットは、少ないオーバーヘッドで実行できるという点において CGI プログラムより優れた利点があり、よりポータブルで保守が簡単です。




Web コンテナは、受け取る URL ごとに該当するサーブレットをディスパッチしてサーブレットの作成や削除を管理します。また、Web コンテナは、開始時にメモリーに自動的にロードするサーブレットや、最初の要求時にロードするサーブレットを指定します。Commerce Studio にとって特に重要なものは、クライアントに対する応答を生成し、すべての JavaServer Pages ファイルのコンパイルに対し責任をもつサーブレットです。


WebSphere Commerce 環境では、サーブレットにコンパイルされる JSP ファイルは、カタログからカテゴリー・ページや商品ページを表示するためのものです。さらに、WebSphere Application Server の提供するサーブレット API への拡張機能を使用できます。たとえば、ある 1 つの拡張機能によって、ビジターの関心をサイトに向けさせたページを追跡することができます。

DB2 ユニバーサル・データベース


DB2 ユニバーサル・データベースは WebSphere Commerce 製品のデフォルト・データベースです。DB2 は、ストア、そのストアの商品やサービス、およびすべての顧客のデータなど、関連するすべてのデータを保管します。

    WebSphere Commerce には、DB2 ユニバーサル・データベース エンタープライズ・エディションが含まれています。

   代替のデータベースとして Oracle を使用することもできますが、このソフトウェアは含まれていません。

 OS/400 for iSeries には、DB2 ユニバーサル・データベースが含まれています。最新の PTF がインストールされていることを確認してください。

Web サーバー

    Apache によって強化された IBM HTTP Server は、WebSphere Commerce 製品のデフォルト Web サーバーです。IBM では、Apache Web サーバーを強化しました。機能には、次の内容が含まれています。

- SSL セキュア接続のサポート
- リモート構成
- SNMP サポート
- LDAP サポート
- 静的 HTML ページをサポートするための高速応答キャッシュ・アクセラレーター

Windows AIX Solaris IBM HTTP Server は、提供された Web サーバーですが、Domino™ Web Server または iPlanet を使用することもできます。Domino Web Server および Netscape iPlanet は含まれていません。

400 IBM HTTP Server for OS/400 for iSeries は WebSphere Commerce 製品のデフォルト Web サーバーです。

Blaze Advisor Rule Engine および Server

Blaze Advisor Rule Engine は、Blaze Advisor Builder を使用して作成された個人情報設定およびビジネス・ルールのパフォーマンスを、モニター、実行、および最適化することによって、個人向けの e-business アプリケーションを使用可能にします。Blaze Advisor Rule Engine と統合されると、Blaze Advisor Rule Server は、それぞれの顧客に合わせた e-business サービスを同時に複数提供します。WebSphere Commerce は、Blaze Advisor Rule Server を使用して、ルールを処理し、広告やお勧め商品提示商法で構成される個人情報設定マーケティング・コンテンツを提供します。WebSphere Commerce Server はこのサーバーを統合しています。これらの製品はどちらも WebSphere Commerce インストール・パッケージの一部で、WebSphere Commerce Accelerator に必須です。

Blaze Advisor Innovator Runtime

Blaze Advisor Innovator Runtime により、プログラミングを行わずに、簡単にビジネス・ルールを作成したり変更したりできます。また、評価基準、価格設定、および他の動的なビジネス・ポリシーを定義または調整できます。そして、それらを e-business 市場の需要に応じて、できるだけ早く有効にすることができます。この製品は WebSphere Commerce インストール・パッケージの一部で、WebSphere Commerce Accelerator に必須です。

IBM WebSphere Payment Manager

Payment Manager は、オンライン・マーチャント用の、さまざまなプロトコルを使用できる支払取引サーバーです。これはマーチャント・ソフトウェア・システムと統合され、支払処理を管理する、キャッシュ・レジスターのような機能を提供します。

特定の決済機能を利用するには、カセットを Payment Manager に接続します。カセットは、汎用の Payment Manager メッセージを解釈して、支払プロトコル固有のメッセージとして理解できるソフトウェア・コンポーネントです。その後、解釈されたメッセージは適切な Payment Gateway に送信されて、さらに処理されます。それぞれのカセットに

は特定の電子決済システム用のサポートが備わっており、フレームワークでは複数のカセットを同時に処理することができます。カセットを使用すると、Payment Manager がインプリメント、変更、および更新を行うことが容易になります。

WebSphere Commerce は、次のような決済カセットを提供しています。

Merchant Initiated SET (MIS)

SET Secure Electronic Transaction 以外の方式を使用してバイヤーのクレジット・カード情報を受け入れるために、マーチャントが使用する SET™ Secure Electronic Transaction の拡張機能。

CyberCash カセット

CyberCash CashRegister に対するサポートを提供する決済カセットです。

CyberCash CashRegister は、CyberCash が提供する電子決済処理サービスのことで、CyberCash CashRegister によって、マーチャントは、インターネット上で購入される商品やサービスに対するさまざまな種類の電子支払いを受け取ったり処理したりできます。

CyberCash を支払処理に使用するには、CyberCash cassette をインストールする必要があります。

SET Secure Electronic Transaction cassette

このカセットには、業界標準プロトコルの、Merchant Initiated SET (MIS) と SET Secure Electronic Transaction が組み込まれています。

Merchant Initiated SET (MIS) や SET Secure Electronic Transaction を支払処理に使用するには、SET Secure Electronic Transaction cassette をインストールする必要があります。

IBM WebSphere Payment Manager cassette for VisaNet

このカセットにより、Payment Manager のユーザーは VisaNet システムにリアルタイム・クレジット・カード・トランザクションを送信して処理できます。このカセットにより、マーチャントは VisaNet 6.0 Authorization and Data Capture サービスの e-commerce クレジット・カード・セグメントを使用できます。Authorization メッセージは EIS 1080 バージョン 6.0 の仕様に合わせてフォーマットされます。Data Capture メッセージは EIS 1081 バージョン 6.0 仕様に合わせてフォーマットされます。

VisaNet を支払処理に使用するには、VisaNet cassette をインストールする必要があります。

BankServACH カセット




BankServACH cassette は、BankServ Payment Gateway で使用され、Federal Reserve (アメリカ政府の) によって操作される Automated Clearing House (ACH) システムと対話します。BankServACH cassette は、さまざまな金融機関でオンラインの電子小切手取引を可能にします。BankServACH cassette は BankServ


Payment Gateway と通信しながらマーチャントのために代金を収集します。この Payment Gateway は日々の自動決済のためにトランザクション・データを ACH システムに転送します。

WebSphere Commerce バンドル・ソフトウェアの説明

次の情報では、WebSphere Commerce にバンドルされているソフトウェアについて説明します。別途注釈がない限り、ソフトウェアはオプションです。

IBM SecureWay Directory

   IBM SecureWay Directory は、アプリケーション固有のディレクトリーの急増 (コストの増加の主要な要因となる) を解消するために、共通ディレクトリーを提供します。IBM SecureWay Directory は、LDAP のクロス・プラットフォームで、セキュリティーおよび e-business ソリューションに対して、高度にスケーラブルで、堅固なディレクトリー・サーバーです。

 OS/400 Directory Services は、アプリケーション固有のディレクトリーの急増 (コストの増加の主要な要因となる) を解消するために、共通ディレクトリーを提供します。このディレクトリー・サービスは OS/400 for iSeries に組み込まれており、WebSphere Commerce にはバンドルされていません。

IBM WebSphere Commerce Analyzer

IBM WebSphere Commerce Analyzer はオプションでインストールされる WebSphere Commerce の新しい機能です。IBM WebSphere Commerce Analyzer の WebSphere Commerce 専用のエントリー版は、顧客のプロファイル作成およびキャンペーン・パフォーマンスのモニターに特化したレポートを提供します。レポートはカスタマイズできません。Brio Broadcast Server がなければ IBM WebSphere Commerce Analyzer をインストールできないことに注意してください。WebSphere Commerce Analyzer と Brio Broadcast Server は Windows 上で実行しますが、他のプラットフォーム上で実行するデータベースに接続するように構成することもできます。

Brio Broadcast Server

Brio Broadcast Server は、照会の処理およびレポートの配布を自動化するバッチ処理サーバーです。Brio Broadcast Server を使用して、管理者はデータベース・アクセスと文書配布を厳密に制御できます。Brio Broadcast Server は Windows 上で実行しますが、他のプラットフォーム上で実行するデータベースに接続するように構成することができます。

Segue SilkPreview

Segue SilkPreview は、スクリプトを使用して、ユーザーによる Web アプリケーションおよびデータベース・サーバーとの対話をシミュレートします。SilkPreview は、インターネット、エンタープライズ・リソース・プランニング (ERP)、およびレガシー・システムなど、さまざまなビジネス環境をシミュレートするリアルなモデルです。さらに SilkPreview は、インターネット、エンタープライズ・リソース・プランニング (ERP)、および既存のシステムに対して、異なるビジネス環境を

シミュレートする最も現実的なモデルを作成したり、アプリケーション開発全体のレポート結果を分析するための情報のリポジトリを提供したりします。

WebSphere Commerce Recommendation Engine

WebSphere Commerce Recommendation Engine は WebSphere Commerce に付属しているオプションのアプリケーションです。WebSphere Commerce Recommendation Engine は、LikeMinds によって機能がさらに強化されています。LikeMinds は、顧客の行動パターンに基づいて商品推奨を提供する、強固な協力フィルター・エンジンです。

WebSphere Commerce Recommendation Engine は、指導的グループ開発のためのいくつかのアルゴリズムに基づいてプロファイル情報を収集します。それらのグループは、以降の商品推奨の基礎となります。特定のコミュニティのプロファイルに当てはまる顧客には、そのコミュニティに含まれる他の顧客の好みに基づいた推奨を提供します。このような個人情報設定モデルは、他のモデルとの比較で **適応型** と呼ばれます。つまり、推奨は、現在の顧客の購買傾向に基づいており、時間とともに変化する傾向にあります。

Windows AIX Solaris DB2 Text Extender

Store Developer は、DB2 Text Extender を使用して、ストア用の検索機構を作成します。

400 DB2 Text Extender は OS/400 for iSeries V5R1 に組み込まれています。しかし、WebSphere Commerce はユニコードのコード・ページを使用してマルチリンガルおよび多文化フィーチャーをサポートします。これに対し、DB2 Text Extender for iSeries は、ユニコードのデータを含むフィールドを処理しません。

DB2 Text Extender は、拡張された検索エンジン機能を提供します。DB2 Text Extender による検索機能により、顧客は次のことを含む情報を検索することができます。

- 特定の語
- 同音語
- 検索する用語と似たようなスペルの語
- 検索する用語の同義語
- 検索する用語の語尾変化
- 検索する用語のセクションにワイルド・カードを使用している

DB2 Text Extender のインストールはオプションです。

注:

WebSphere Commerce では、使用できる検索オプションがたくさんあります。これらのオプションは DB2 Text Extender を必要としません。異なる検索オプションは、それぞれ顧客や管理者の異なるニーズに対処します。それぞれの検

索形式は、 *Unified Search Framework* というテクノロジーに基づいています。検索フレームワークは主に、それぞれの検索メソッドと対話する検索 *databean* で構成されます。

次の検索方法は統一検索フレームワークに基づいています。

カタログ検索

カタログ検索では、顧客が使用するための基本検索機能および拡張検索機能の両方を、サイトで使用できます。

商品アドバイザー

商品アドバイザーは、顧客がその必要に合った商品を見つけるのに役立つ、インタラクティブなショッピング・ガイドを提供します。

WebSphere Commerce Accelerator

WebSphere Commerce Accelerator には、ユーザーが目的を達成するのに役立つように、商品またはカテゴリ検索を統合する多くのツールが組み込まれています。これらには、キャンペーンおよび顧客プロフィールのノートブックやウィザード内にあるような商品検索機能が含まれます。

詳細については、86 ページの『サイトへのカタログ検索の追加』を参照してください。

IBM WebSphere Commerce Studio

Commerce Studio は、ストアのファイル資産を管理および編集したり、VisualAge for Java で開発したりするために必要なツールを提供します。

Commerce Studio のパッケージには、e-commerce アプリケーションの資産 (たとえば、JavaServer Pages テンプレート) の開発および管理に役立つツールが組み込まれています。Commerce Studio は Windows NT および Windows 2000 で使用できます。ただし、ストア資産はどのサーバーにも公開できます。

Commerce Studio には WebSphere Commerce for Windows の 1 つのバージョンが含まれており、テスト目的で使用できます。WebSphere Commerce を使用してサイトを実動する場合は、WebSphere Commerce のライセンス・コピーを購入する必要があります。

Commerce Studio と WebSphere Commerce を共に使用することにより、ストアの作成やテストに必要なツールを開発者に提供しています。開発者は単一マシンにソフトウェアのすべてをインストールし、完全にローカライズされた環境を作り出すことができます。この構成の利点は次のとおりです。

- テスト環境への容易なアクセス
- より高速なデバッグ
- 必要に応じてチームの別の開発者との接続を切断できる開発者環境

- WebSphere Commerce Studio
 - Blaze Advisor Workbench バージョン 3.1
 - Blaze Innovator Runtime バージョン 3.1
- VisualAge for Java、エンタープライズ版、バージョン 4.0

Commerce Studio のコンポーネント

WebSphere Studio コンポーネント

WebSphere Commerce Studio、バージョン 4.0 は、Web 開発プロジェクトを組織して管理するための包括的なツール環境です。この環境は IBM や Lotus®、その他の第三者ベンダーのソース・コントロール管理のツールに拡張できます。

Page Detailer

Web ページを分析し、ID、サイズ、ソース、およびページ上の各アイテムの送付に要する時間を表示するために使用します。

Page Designer

Web サイトの HTML ページおよび JSP ファイルを作成したり、保守するときに使用する内蔵ツールです。このツールは、次の一般的なページ編集機能を提供しています。

- WYSIWYG ページ編集
- アイコンを基本としたページ・フォーマット・ツール
- イメージおよびリンクのドラッグ・アンド・ドロップ
- ページの複数表示 (通常、HTML ソース、ブラウザのプレビュー、フレームの HTML ソース)

Page Designer には、サーブレット、HTML ページ、JSP ページ、JavaScript、および VBScript のサポートが含まれています。これには、これらのエレメントの作成と管理を助ける特別なエディターがあります。JSP テンプレートを作成するか、または「Studio」ウィザードで作成したテンプレートを編集して、その他の bean からのデータを追加することができます。また、スクリプトのライブラリーから選択した動的な機能を、コード行を書き込む必要なく Web ページに追加することができます。JSP テンプレートを使用し、WebSphere Commerce の特定の bean をドラッグ・アンド・ドロップすることにより、ストア・ページを作成することができます。

Page Designer には、WebArt Designer、AnimatedGif Designer という、グラフィックス処理のための 2 つのツールがあります。これらは Page Designer の「ツール」メニューから使用できます。

- **WebArt Designer**

WebArt Designer は Page Designer に完全に統合されたイメージ設計ツールで、

ファイルに簡単にイメージを組み込むことができます。このツールを使用して、サイトで使用するロゴ、バナー、およびその他のイメージを作成および操作できます。

- **AnimatedGif Designer**

Web サイトのアニメーション・イメージ・ファイルを作成するために使用します。アニメーション・ウィザードがアニメーション・プロセスを示します。これは、一般的な漫画のコマ割り概念を使用して、アニメーションで使用する個々のイメージを表示します。このウィザードは、アニメーション化された出力を生成します。そのアニメーション・ファイルを Web サイトに追加することができます。

アプレット・デザイナー

Java アプレットを作成するために使用します。ビジュアル開発環境で操作できるアプレットや Java bean の生成をガイドするウィザードが含まれています。

IBM Distributed Debugger

Distributed Debugger は、プログラム内のエラーを検出して診断できるようにするための、クライアント / サーバー・アプリケーションです。これを使用して、IDE の外部で開発された Java アプリケーションのデバッグを行うことができます。

WebSphere テスト環境では、JSP ファイルおよびサーブレットのテストとデバッグをローカルで行うためのサーバー・ランタイム・サポートが提供されます。

WebSphere テスト環境で正常に実行する JSP ファイルおよびサーブレットは、WebSphere Application Server 実稼働環境でも正常に実行します。

Java bean、データベース、および SQL ウィザード

これらのウィザードは、Web ページにコンテンツを動的に追加するための最も速い方法です。これらは実際の要件に基づいて Java bean、SQL ステートメント、およびサーブレットを生成することによって、動的な Web ページの作成を簡単にします。

Commerce Studio の拡張機能

Commerce Studio では、その製品の拡張機能で WebSphere Studio の標準環境を強化しています。拡張機能には、次の内容が含まれています。

拡張された公開機能

ストア資産をストア・アーカイブ・ファイルと WebSphere Commerce Server に一度に公開できます。

Store Archive Import および Store Archive Export

ストアに存在する資産は、WebSphere Studio でインポート、編集、および更新することができます。編集が完了したら、プレゼンテーション資産を Studio からストア・アーカイブへ再びエクスポートします。

Commerce Studio のバンドル・ソフトウェア

以下のコンポーネントはオプションでインストールできます。

Macromedia Web publishing

30 日間の試用 CD である Macromedia Web publishing は、より魅力的でより動的な Web サイトを作成するために役立ちます。HTML ページに簡単に統合できるように Web グラフィックスを設計して最適化するには、Fireworks を使用します。アニメーションで表示されるベクトル・ベースの Web サイトを作成するには、Flash を使用します。強力なマルチメディア Web サイトを開発するには、Director を使用します。印刷および Web 用のイラストを作成するには、Freehand を使用します。

VisualAge for Java、エンタープライズ版、バージョン 4.0

VisualAge for Java、エンタープライズ版は、e-commerce アプリケーションの開発要件を満たしており、JSP テンプレートの開発およびデバッグ用のツールが組み込まれています。これを WebSphere Studio と統合することにより、JSP テンプレートにコンテンツをさらに迅速に追加したり、プログラマーや Web 開発者の生産性をより向上させることができます。これには、他のシステム (CICS[®] Transaction Systems、MQSeries その他) への統合をサポートする Enterprise JavaBeans[™] テクノロジーと接続機能のサポートがあります。さらに、VisualAge for Java、エンタープライズ版の統合された WebSphere テスト環境により、開発者は VisualAge for Java から離れることなく、WebSphere Commerce の機能を実行できます。これは、VisualAge for Java を WebSphere Commerce Server に展開しなくても、コードのテストを実施できることを意味します。詳細は、「*IBM WebSphere Commerce プログラマーズ・ガイド、バージョン 5.4*」、または本書の 89 ページの『第 8 章 ストア運用のカスタマイズ』を参照してください。

第 3 章 WebSphere Commerce Server の概要

WebSphere Commerce には、WebSphere Commerce システム内の情報の流れを制御する Java ベースのコマース・サーバーが含まれています。以下のダイアグラムは、WebSphere Commerce Server のコンポーネントを示しています。



ツール

WebSphere Commerce Accelerator

オンライン・ストアを作成した後、それらを操作および保守するために使用できるブラウザ・ベースのコンポーネントです。タスクは、アクセス制御レベルと権限レベルに基づきます。

ストア・サービス

WebSphere Commerce に付属のサンプル・ストア・モデルをベースとする、機能の充実したストア・アーカイブを作成できるブラウザ・ベース・コンポーネント。

管理コンソール

サイト・レベルまたはストア・レベルで管理操作を完了できるようにするブラウザ・ベース・コンポーネントです。

サブシステム

メンバー

メンバー・サブシステムは、WebSphere Commerce Server のコンポーネントで、WebSphere Commerce システムの参加者のデータが組み込まれています。メンバーとは、ユーザー、ユーザー・グループ (メンバー・グループとも呼ばれる)、あるいは組織エンティティ (「IBM」のような組織、または「電子商取引部門」といった組織内の部門など) のことです。メンバー・サブシステムにおけるビジネス・ロジックは、メンバーの登録サービスとプロフィールの管

理サービスを提供します。その他のサービスでメンバー・サブシステムと密接な関係にあるのが、アクセス制御、認証、セッション管理といったサービスです。

メンバー・サブシステムでは、ユーザーおよび組織エンティティに属するメンバーに役割を割り当てることができます。役割は、それぞれのユーザーおよびメンバーが参加しようとして選択したアクティビティに従って割り当てられます。役割の割り当ては、管理者（サイト管理者など）の責任です。サイト管理者は、1つの役割でもあります。サイト管理者は、ユーザーにシステムに対するさまざまな権利を付与します。メンバーに一度役割が割り当てられると、そのメンバーは割り当てられた役割と関連したアクティビティに参加することができますが、アクセス制御コンポーネントによって認可されます。たとえば、組織にはバイヤーまたはセラーのいずれか、あるいは両方の役割を割り当てることが可能です。ユーザーに対しても、複数の役割を割り当てることが可能です。

メンバー・サブシステムでは、メンバー・グループを作成することも可能です。メンバー・グループとは、さまざまなビジネスの理由に合わせて分類されたユーザー・グループのことです。アクセス制御や承認といった目的のほかにも、マーケティング（割引や価格の計算や商品の表示）の目的としてグループ分けを使用できます。

以下は、メンバー・サブシステムと関連した機能です。

- 登録情報
- プロファイル管理
- アクセス制御と許可
- セキュリティ、認証、およびセッション管理

メンバー・サブシステムの詳細については、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」を参照してください。

カタログ

カタログ・サブシステムは、オンライン・カタログのナビゲーション、取引管理機能、買い物候補リスト、および検索機能を提供します。カタログ・サブシステムには、カタログと関係のあるすべての論理とデータが組み込まれています。これには、カテゴリ、商品とその属性、アイテム、および商品間のあらゆる関連が含まれています。カタログ・サブシステムはメンバー・サブシステムおよびオーダー・サブシステムと相互作用し、テンプレートおよび価格設定の表示に関する情報を入手します。以下の機能が提供されます。

グループ化

さまざまな商品を分類するために、汎用グループ構成が導入されています。カタログ・グループの所有者は、必ずしもグループ内のカタログ・エントリーすべての所有者にする必要はありません。これによ

り、ポータル所有者が提供される商品のカテゴリを定義して、別のサプライヤーが商品をカタログ・グループに追加することができます。

カタログ・エントリー

カタログ・グループには、1 つ以上のカタログ・エントリーを属させることができます。カタログ・エントリー内の、商品、在庫管理単位 (SKU) アイテム、パッケージおよびバンドルを表すために、基本オブジェクト・タイプのセットが提供されています。

取引管理アソシエーション

2 つのカタログ・オブジェクトの間にアソシエーションを作成することができます。これが抱き合わせ販売、高額商品販売、および販売促進となります。

多文化サポート

カタログの設計は、各ロケールに応じた商品の表示や通貨の形式などの多文化機能をサポートすることの必要性に対応しています。

取引

WebSphere Commerce の取引サブシステムは、バイヤーとセラー組織間での商品または商品セットの価格と数量の交渉に関連するロジック、機能、およびデータを提供します。Professional Edition の場合、取引サブシステムにはオークションも含まれています。Business Edition の場合、取引サブシステムには、オークション、契約、および見積り依頼 (RFQ) コンポーネントが含まれています。

オーダー

オーダー・サブシステムは、WebSphere Commerce Server のうち、ショッピング・カート、オーダー処理、およびオーダー管理機能のサポートを提供するコンポーネントです。また、価格設定、税、支払い、およびフルフィルメントなどの関連サービスも、オーダー・サブシステムの一部です。

オーダー・プロセッシング機能には、クイック・オーダーや即時購入、スケジュール・オーダー、複数保留オーダー、再オーダー、および分割またはバック・オーダーが含まれます。

マーケティング

マーケティング・サブシステムは WebSphere Commerce Server のコンポーネントであり、サイトのためのマーケティング上のさまざまなコンセプトを提供します。マーケティング・サブシステムのコンポーネントは、商品推奨、広告、電子クーポン、割引、顧客プロフィール、およびコラボレーションなどのマーケティング・キャンペーンを作成するための機能を提供します。

在庫 在庫サブシステムは、リアルタイムの在庫管理を提供します。在庫サブシステ

ムのコポーネントには、取引先から受け取った在庫や顧客から返品された在庫の記録、在庫数量の調整、返品された在庫の処分の決定、および在庫の配送と受け取り、という機能があります。

共通サーバー・ランタイム

共通サーバー・ランタイムは、コマース・アプリケーションを展開し、実行するためのフレームワークを提供します。フレームワークは、プログラミング・モデル、プロセス・モデル、例外処理、トランザクション制御、データ・アクセスおよび持続モデルから成ります。共通サーバー・ランタイムは、WebSphere Application Server によって提供されるランタイム・サービスを活用して、WebSphere Commerce Server アプリケーションをサポートします。共通サーバー・ランタイムは、WebSphere Application Server で使用できる多くの機能を利用します。

- JavaServer Pages (JSP) ファイルは、表示ロジックとビジネス・ロジックとを分離するために役立つ動的 Web ページ・スクリプトを、サーバー・サイドに提供します。WebSphere Commerce には、ユーザー、カタログ、オーダーなどの動的情報を表示するための拡張可能なデータ bean のセットが用意されています。ストア開発者は WebSphere Studio ページ設計ツールを使用して、bean を JSP ファイルに組み込むことができます。JSP ファイルはサーブレットにコンパイルされ、動的データが実行時に表示されるようになります。
- WebSphere Commerce は Enterprise Bean エンティティー・フレームワークを使用します。これによって開発者は、システム内のデータ (データ・オブジェクトなど) にアクセスできます。このとき、基本となるデータベース・スキーマに直接バインドされることはありません。共通サーバー・ランタイムは、基本スキーマに対して、1 組の Entity Bean を提供します。アプリケーション開発者は、基本スキーマを拡張し、エンティティー・オブジェクトを再マップすることによって、ビジネス・ロジックをカスタマイズしたりエンティティー・オブジェクトを変更することができます。この処理は、VisualAge for Java Enterprise Bean マッピング・ツールを使用して実行されます。
- すべての WebSphere Commerce Server プロセスとスケジューラー・プロセスが、WebSphere Application Server プロセスに統合されます。これらのプロセスを管理するには、WebSphere Application Server 管理コンソールを使用します。デフォルトでは、各 WebSphere Commerce Server プロセスは、1 つのマルチスレッド化された Java プロセスにマッピングされる WebSphere Application Server インスタンスとして構成されています。その Java プロセスでは、JSP ファイル、サーブレット、および Enterprise Bean を実行できます。作業負荷の平衡化および可用性の向上のために、複数の WebSphere Application Server インスタンスにより複数の WebSphere Commerce Server プロセスを複製することができます。

システム管理

WebSphere Commerce のシステム管理コンポーネントは、システムに対して信頼性、可用性、および保守容易性を提供します。WebSphere Commerce は、管理者にシステムの異常条件を通知するメッセージを、ログに記録します。診断情報により、管理者はエラーの原因を判別し、問題を修正します。

また、IBM HTTP Server、WebSphere Application Server、および DB2 ユニバーサル・データベースのすべては、構成、モニター、およびチューニング用のシステム管理ツールを提供します。

メッセージング・サービス

メッセージング・サービスは WebSphere Commerce からユーザーとシステムにメッセージを送信します。これは、さまざまな通知タイプ用に、共通のメッセージング・アプリケーション・プログラミング・インターフェース (API) を提供します。サポートされているタイプには、マーチャントや顧客のブロードキャスト E メール、SMTP (シンプル・メール転送プロトコル) を通してのオーダー通知があります。またメッセージング・サブシステムは、MQSeries による非同期メッセージ送達も提供します (別個に注文することが可能です)。詳しくは、121 ページの『メッセージング・サービス』を参照してください。

WebSphere Application Server

WebSphere Application Server の詳細については、12 ページの『WebSphere Application Server』を参照してください。

第 2 部 ストアの開発

WebSphere Commerce バージョン 5.4 は、統合ソフトウェア・コンポーネントで構成される包括的なセットであり、ストア開発者がストアの構築、保守、ホスト提供、および管理を実行して、Web 上で商品やサービスを販売するのを容易にします。この部には、ストアの開発に必要な情報を説明する章があります。

サイトの計画に含まれる処理から開始します。これには、WebSphere Commerce の役割や可能な構成について習熟することや、開発者自身に対してストアを作成する前の段階での重要な質問をすることが含まれます。

次に、ストアおよびオンライン・カタログの作成を行います。これは、サンプル・ストア、ストアの作成に関するタスク、およびオンライン・カタログのデータの詳細を説明するものです。

さらに続いて、ストアのカスタマイズに移ります。ここでは、開発チームのカスタマイズおよび標準ソリューションの拡張方法に関する情報を提供します。

次のステップとして、ストアをテストおよび展開します。

第 4 章 サイトの計画

次のセクションでは、典型的な WebSphere Commerce 開発のサイクルについて説明します。この開発サイクルは、通常、次のフェーズから構成されます。

- サイト開発チームの召集
- 要件収集
- 設計
- ストア開発
- カタログ開発
- テスト
- 展開

サイト開発チームの召集

e-commerce ソフトウェアを使用してオンライン・ビジネスをインプリメントすることは、小口取引の業務方法とは大きく異なります。小口取引の役割には、キャッシャーなどの、自動化に置き換えられるものもあります。e-commerce 業務の場合、サイト管理者のような、いくつかの主要な役割を追加する必要があります。

小口取引の役割には、店員のように、オンラインには簡単に移し換えられないもあります。e-commerce ソリューションにおいて、この役割に直接相当するものがないからです。店員の役割の担当範囲には、ストアの設計も含める必要があります。たとえばこれには、顧客が居心地のいいようにしたり、商品情報を提供したり、追加商品を提案したり、購入後の顧客のサポートなどがあります。また、適切に設計されたオンライン・ストアの他の役割として、登録された顧客の情報の収集や、顧客の購入履歴の追跡があります。集められた情報は、顧客が将来必要とするものをより適確に判別し、今後の商品をより適切に提案するために使用されます。高機能な e-commerce サイトを作成し、保守するには、さまざまな役割を果たす担当者が必要になります。

サンプル・ストアをカスタマイズして独自のストアを作成するにしても、まったく新しいストアを開発するにしても、ストアを作成するには、通常は何人かで構成されるチームが必要です。このチームの規模は、作成するストアやサイトの規模や範囲によって異なりますが、以下の役割を果たす担当者がチームに参加している必要があります。

- Web 設計者
- ストア開発者
- データベース開発者
- サイト管理者

- ストア管理者
- セラー
- マーケティング・マネージャー
- プロダクト・マネージャー

WebSphere Commerce は、数多くの標準的な小口取引の役割を使用し、他の役割をマージし、それから必要な e-commerce の役割を追加します。そうすることによって、サイトにおける完全な e-commerce ソリューションを作成します。必要に応じて、WebSphere Commerce 管理コンソールのサイト管理者は新しい役割を作成することができます。次のセクションでは、これらの役割に必要な知識や経験について説明します。ビジネスの規模に応じて、少数の人が役割を担う場合もあれば、大規模なチームが必要な場合もあります。

セラー

セラーはストア運営のビジネス面に関係します。この役割にはビジネス全体に関する詳細な知識が必要です。セラーは、スタッフの配置を行ったり、他の役割と協働して、ストアのイメージ、顧客のプロファイル、および商品取引の特性の決定なども行います。セラーは、ストアにおけるセールスの追跡に加え、ストアの目標、収益性、および管理などの全体を監視します。

マーケティング・マネージャー

マーケティング・マネージャーは、マーケット戦略およびブランド・メッセージを顧客に伝達します。この役割は、顧客の振る舞いをモニターしたり、分析したり、また把握したりします。さらに、マーケティング・マネージャーはターゲットとする販売のための顧客プロファイルを作成または変更します。また、キャンペーンおよび販売促進の作成と管理を行います。キャンペーン・イベントの計画は、セラー、マーケティング・マネージャー、およびプロダクト・マネージャーで構成されるチームによって処理されます。マーケティング・マネージャーかプロダクト・マネージャーのどちらかが販売促進イベントのための販売を企画し、そのイベントが効果的かどうかを分析します。

プロダクト・マネージャー

プロダクト・マネージャーは、マーケティング戦略およびストアの顧客がどのように買い物をするかを把握している必要があります。プロダクト・マネージャーは、オンライン・ストアにおける商品の最善の表示方法、価格設定方法、および販売方法を決定します。さらに、プロダクト・マネージャーは顧客の購入をトレースし、割引、オークション、およびお勧め商品提示商法の技法を決定します。

また、この役割はカタログ管理を監視します。これには、オンライン商品カタログ、関連した価格設定方式、商品カテゴリー、および商品案内の作成と管理が含まれます。この担当者は一般に、商品群やさまざまな商品間の関係を幅広く理解している商品ドメインのエキスパートです。

サイト管理者

サイト管理者は、WebSphere Commerce および関連ソフトウェアやハードウェアの

インストール、構成、および保守をします。管理者は、システムの警告、アラート、エラーに対して応答し、システムの問題を診断して解決します。この役割では、通常、アクセスおよび認証の制御（メンバーを作成して適切な役割に割り当てる）、Web サイトの管理、パフォーマンスのモニター、および負荷均衡化タスクの管理を行います。管理者には、さまざまな開発段階（テスト、ステージング、実動など）のいくつかのサーバー構成を設定して保守する責任もあります。またこの役割は、重要なシステムのバックアップを処理したり、パフォーマンス上の問題を解決したりします。

サイト管理者は、ストアを作成して公開することができます。

サイト管理者には、ハードウェア、オペレーティング・システムに関する知識や、特定の WebSphere Commerce のアーキテクチャーおよび操作についてのトレーニングが必要です。

ストア管理者

ストア管理者は、ストア資産を管理し、税、配送およびストア情報の変更を更新して公開します。ストア管理者（通常はストア開発チームのリーダー）は、ストア開発チームではストア・アーカイブを公開する権限のある唯一の役割です（サイト管理者も、ストア・アーカイブを公開できます）。通常、ストア管理者は、Web を十分に理解しており、ストアのビジネス手順における広範囲な知識を持っています。

ストア開発者

ストア開発者は、JavaServer Pages ファイルおよび必要とされるすべてのカスタマイズ・コードを作成します。また、WebSphere Commerce に組み込まれている標準機能のすべてを修正することができます。ストア開発者は、Java、EJB コンポーネント・モデル、VisualAge for Java、JavaScript、HTML、JSP テクノロジーのプログラミング・スキルを有しており、WebSphere Commerce プログラミング・モデルに精通している必要があります。

ストア・アーカイブが作成されると、ストア開発者はそれを手動で変更したり、またはストア・プロファイル・ノートブック、税ノートブック、および配送ノートブックを使って変更する許可を持っています。しかし、ストア・アーカイブを WebSphere Commerce Server に公開する許可はありません。

データベース開発者

データベース開発者は、カスタマイズされたストア機能のインプリメント、または既存のデータベース情報を使用した統合を目的として、WebSphere Commerce データベース・スキーマを修正および拡張します。このメンバーには、一般に DB2 または Oracle のデータベースの管理スキルがあります。

注: データベース開発者の役割は、WebSphere Commerce Server では定義されません。必要であれば、データベース開発者にはストア開発者アクセスを割り当てる必要があります。

Web 設計者

Web 設計者はサイトのルック・アンド・フィールを作成し、ストア開発者と協力し

てストア・ページを作成します。Web 設計者は、マルチメディア・ツールの使用経験があり、HTML および JavaScript のスキルを有していて、JSP テクノロジーに精通している必要があります。

注: Web 設計者の役割は、WebSphere Commerce Server では定義されません。その代わり、Web 設計者にはストア開発者アクセスを割り当てる必要があります。

要件収集

機能要件は、e-commerce システムが提供するビジネスに関する機能と、Web ページのフローの両方を定義します。要件は、自分のビジネスではサイトに何を必要とするか、またサイトで何を達成したいかについての十分な知識を発展させることによって決定します。たとえば、ビジネス・ゴールに関する問題、Web サイトの目的、使用可能度についての問題（ユーザーはだれか、ユーザーはストアとどのように対話することを期待するかなど）を調査します。要件を考慮する際は、昔ながらのストアが Web サイトではどのように表示されるかなどの、考えられる一貫性についての問題に留意してください。これらの要件は早い時期に収集し、簡単に対処できるうちに前途にある問題を検出することが重要です。

機能的な要件を決定したら、技術的な要件やシステム上の要件も明確にする必要があります。技術的な要件の例として、統合の問題、またマシンの要件があります。

要件収集フェーズ時に対応する必要がある質問には、次のような例があります。

機能要件

- ストアが、企業または顧客を対象とするか。
- ストアがどの言語をサポートするか。
- 複数の通貨をどのように処理するか（必要な場合）。
- どのような商品やサービスを販売するか。さまざまな顧客グループ、またはビジネス取引を行う国や地域によって商品ラインが異なるか。
- 複数の国や地域で販売する場合、異なる文化に応じてより魅力的となるようにストアの表示をさまざまに変化させるか。
- ストアの外観をどうするか。
- 既存のグラフィックスは再利用できるか。再利用できる場合、どのような形式が必要か。
- 競争相手はどのようなことをしているか。
- 顧客に商品の購入前に登録を要求するか。
- 個人情報設定の機能を利用して、個々の顧客に固有の購入体験を提供するか。
- どのような顧客情報を取り込むか（量はどのくらいにするか）。
- 顧客のプロファイルまたは性質に基づいて商品を販売促進するか。
- オーダーをどのように処理するか。

- 支払いをどのように処理するか。
- 税金の徴収をどのように実施するか。
- 送料をどのように行うか。
- 顧客サービス戦略とは。
- Web ページのフローはどうするか。
- 他のサイトへのリンクをはるか。

技術要件

- データをどのように既存のシステムから新しいシステムに移すか。
- どのタイプのセキュリティを使用するか。
- どの水準のパフォーマンスが必要となるか。
- どれくらいの顧客の来訪を期待するか。
- 集まった顧客を収容するためには、どのくらいのサイズのマシンが必要か。
- パフォーマンスを最適化するためには、サーバー・マシンをどのように保守および調整するか。

統合要件

- 既存のテクノロジー・システムと統合するか。

ビジネス・ニーズによっては、これよりさらに多くのストアの要件に関する質問に対応しなければならないことがあります。

要件収集フェーズが終了したら、チームは以下を行う必要があります。

- 機能要件を基にショッピング・フローと使用ケースを作成する。
使用ケースの例として、顧客の登録またはオーダー処理があります。使用ケースの例は、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」にあります。
- サイトのトポロジーを決定する。使用可能な構成オプションについては、39 ページの『第 5 章 構成の選択』を参照してください。

設計

要件収集フェーズの後には設計フェーズが続きます。設計フェーズには、情報技術のアーキテクチャー設計、WebSphere Commerce 設計、およびデータベース設計における決定が含まれます。

すべての要件を収集したら、開発が軌道上にあり要件に漏れがないかを確認するために、ストアの静的な HTML のプロトタイプを作成します。プロトタイプは、Web 設計者またはメディア設計者が WebSphere Studio に統合された Page Designer を使用して作成できます。(または、Commerce Studio 環境の外部で開発することもできます。) これは使用ケースと組み合わせて行うこともできますし、使用ケースとは別個に行うこともできます。

ストア開発

ストア開発フェーズでは、ストア資産の作成に焦点を当てます。ストア開発者は、プロジェクトをどのように（またいつ）完成させるかを記したプロジェクト計画を作成します。ストア開発者の役割は、複数の担当者で構成できます。これは必要とされるスキルに応じて異なります。プロジェクト計画には次のものが含まれます。

- ストア開発者がインフラストラクチャー、コード、およびページを設計し、開発するために必要とされるスキルを記した、スタッフに関する計画。
- 開発する必要がある JavaServer Pages ファイル、テーブル、EJB、データ bean、およびコマンドの合計数のリスト（これは、プロジェクトおよび必要とするリソースのサイズに影響を与えます）。
- 必要なグラフィカル・エレメントおよびメディア設計エレメントのリスト。
- 主要なチェックポイントおよび配送品をリストするスケジュール。スケジュールは最終的にシステム・テストに適応しなければなりません。
- サイトで行われるパフォーマンス・テストおよびストレス・テストの説明。

ストア開発チームの主な焦点は、プロジェクト計画の開発に加えて、ストアのホーム・ページ、カタログ表示ページ、およびストアのショッピング・フローを作成することです。

ストアの作成にあたって推奨される方法は、サンプル・ストアをベースにしてストアを作成することです。ストアの作成方法については、53 ページの『第 6 章 ストアの作成』の章に記載されています。

データ管理

データベース開発者は、データ管理に関するタスクを集中的に作業します。このタスクには、データベース・サーバーの展開の際における以下の活動が含まれます。

- データベース・スキーマの拡張（オプション。ビジネス要件に基づく）。
異なるスキーマを使用している既存のデータベースにストアを組み込む場合、または WebSphere Commerce をカスタマイズする場合、WebSphere Commerce データベースの拡張が必要になる場合があります。
- 既存データのマイグレーションの可能化。
いったんデータベース・スキーマを変更したら（必要な場合）、顧客データなどの既存の情報を WebSphere Commerce データベースにマイグレーションさせることができます。データベース開発者は、この情報をマイグレーションさせるために、データベース・スクリプトの書き込みと実行を行います。
- データをデータベースにフィードするためのメカニズムの構築（必要な場合）。
既存のエンタープライズ・アプリケーションを使用する WebSphere Commerce ストアの場合、そのエンタープライズ・アプリケーションから WebSphere Commerce シ

システムに自動的にデータをフィードするメカニズムを開発できます。これにより 2 つのシステム間のデータの同期が可能になります。この目的で、ローダー・パッケージを使用できます。

開発過程を通じてファイル管理を簡略化するために、ソフトウェア構成管理 (SCM) システムによるストアのソース・コードの点検が必要になります。

機能させるストアに資産をアSEMBLするよう指定されたストア開発者は、Commerce Studio を使用してテスト・マシンにストアを公開します。

ストア開発者が Commerce Studio 環境の外部で作業している場合は、SCM からすべてのコードを抽出し、ストアをテスト・マシンに転送します。テスト・マシンのプラットフォームは開発者のプラットフォームとは異なることがあります。

いったんストアが構築されたら、テストを行って構築の品質を確認する必要があります。

カタログ開発

オンライン・カタログは、さまざまな役割によって開発されます。プロダクト・マネージャーは、ストアでどの商品をどれくらいの値段で売るかを決定します。この開発フェーズは、ストア開発フェーズと組み合わせて行うことができます。カタログ作成に使用するメソッドは、カタログのサイズ、およびカタログ・データがすでに電子形式で存在しているかどうかによって異なります。

ローダー・パッケージを使用して、オンライン・カタログを作成および更新します。ローダー・パッケージを使用して、カタログの開発者は商品カタログを保守できます。次に、ストア開発者は、ローダー・パッケージがデータベースに情報を取り込めるように、その情報をフォーマットできます。既存の WebSphere Commerce ストアからデータをマイグレーションする際も、ローダー・パッケージを使用します。

さらに複雑なカタログを作成する場合は、IBM WebSphere Catalog Manager を使用してください。

一度カタログを開発すると、カタログは、開発段階ではステージング・サーバー、開発が完了していれば実動サーバーに公開されます。カタログ開発について詳しくは、71 ページの『第 7 章 オンライン・カタログの作成』を参照してください。

テスト

一般に、サイト管理者がストアをテストしますが、ユニット、機能、システム、統合、およびストレスのテストを実行しなければなりません。視覚的な設計やユーザーとの対話もテストすることができます。テストについて詳しくは、103 ページの『第 9 章 ストアのデプロイ』を参照してください。

展開

テストの完了後、サイト管理者は実動システムを更新します。通常、これは、最初にデータベースを複製し、次にストア資産 (HTML、GIF) を実動サーバーに公開するという 2 つの段階で行われます。ストアの公開またはストアの展開の詳細については、53 ページの『第 6 章 ストアの作成』および 103 ページの『第 9 章 ストアのデプロイ』、または WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」を参照してください。

第 5 章 構成の選択

次のセクションでは、WebSphere Commerce の可能な構成について説明します。ビジネスで機能する構成オプションは数多くあります。しかし、それらの中には特定のビジネスにおいて有利に機能するものもあります。どの構成も基礎は同じです。実際に構成において問題となるのは、ビジネスを運営するには何台のマシンが必要か、それらのマシンをどのようにレイアウトし、どのような接続形態にするのが最善かという点です。

このセクションでは、以下の情報を記載しています。

- システムの性能を活用できる構成オプション
- さまざまな構成の説明
- サンプル構成
- 構成の使用者
- 利点および欠点
- 拡張の可能性

注:

1. Web サーバー、WebSphere Commerce Server、およびデータベース・サーバーが異なる物理マシン上に置かれる構成では、それらのマシンはすべて同じオペレーティング・システムを使用していなければなりません。
2. 複数の Web サーバーがある構成では、それらはすべて同じタイプの Web サーバー (すべて IBM HTTP Server またはすべて Netscape iPlanet など) でなければなりません。
3. WebSphere Commerce Analyzer または WebSphere Catalog Manager を使用する構成では、それらを専用システムにインストールして、ご使用の WebSphere Commerce Server のリソースを解放するのが最善です。

構成を選択する準備ができたなら、テクニカル・ライブラリーのページから入手可能な、*WebSphere Commerce, Capacity Planning Guide* を参照してください。この *Capacity Planning Guide* には、サイトに適切なトポロジーを選択する上で役立つ段階的な指示があります。

拡張容易性

使用する構成によって、システム全体では基本構成よりも高いクライアントの負荷にサービスできるようにする必要があります。理想的には、適切な数のサーバーまたはマシンを追加するだけで、どのような負荷にもサービスできるようにする必要があります。

複製

複製は、同一の構成のオブジェクト（アプリケーション・サーバーなど）のコピーを複数作成するための機構です。複製プロセスは、設定されたサーバーを利用し、その設定に基づいてモデルを作成することによって開始します。モデルをいったん作成したら、そのサーバーの複製を作成できます。追加の複製を実行すれば、サーバーのパフォーマンスを向上させることができます。

複製には以下の重要な利点があります。

- システム管理を単純化する（複製を使用して、短時間で同一のサーバー構成のコピーを作成して保守できます）
- WebSphere Application Server 内で提供されたいくつかのメカニズム用に、作業負荷の分散を図る
- 可用性と信頼性の向上（Java 仮想マシン（JVM）が使用中の場合、別の JVM がクライアント要求を処理できます）。さらに、1 つのサーバーで障害が発生した場合や保守のためにダウンしている場合も、複製サーバーで実行されている JVM を使用できます。
- 拡張容易性（マシン上の CPU を強化します）

典型的なシナリオでは、サイト管理者は、アプリケーション・サーバーのモデルを作成し、ターゲット・アプリケーションのインプリメントに必要なオブジェクトをそれに取り込み、それらのオブジェクトのプロパティを微調整します。アプリケーションを展開する準備が整ったら、サイト管理者はアプリケーションの実行を開始するいくつかの複製を作成して開始します。

単一の物理マシン上にアプリケーション・サーバーを複製することは、「垂直的な拡張容易性」という概念により、スループットを増やす 1 つの方法です。垂直的な複製により、複数の Java Virtual Machine プロセスを作成するための直接的な機構が提供されます。これらをまとめて使用可能なすべての処理能力を十分に使用できます。また、複製を使用して、“水平的な拡張容易性”の概念をサポートできます。これは複数の物理マシン間でいくつかの処理を分散させるものです。水平的な複製では、増加したスループットとフェールオーバーの両方を提供できます（可用性）。

作業負荷管理

作業負荷管理では、各マシンまたはサーバーは、システムによって処理されるすべての負荷を公平に分けて処理します。この分散を等しくする必要はありませんが、あるマシンに多くの作業負荷がかかっているのに、別のマシンがほとんどアイドル状態であるというようなことがあってはなりません。2 つのマシンの性能がほとんど同じである場合、それぞれが負荷を分け合って処理するべきです。マシンの性能が異なる場合は、それぞれの処理能力に応じた負荷を処理する必要があります。

セッション管理

セッション管理とは、サーバーまたはデータベースでセッション情報を管理および保管することを指します。アプリケーション・サーバーが単一か、またはアプリケーションがステートレスでない限り、作業負荷管理を参照する際に、HTTP クライアント要求間のセッション状態の保守は、接続形態を決定する要因になります。ステートレス・アプリケーションは、要求そのものによって提供される情報だけに基づいて要求を処理するサーバーなので、要求が他のサーバーで処理されるかどうかは問いません。

詳細は、「*WebSphere Scalability: WLM and Clustering Using WebSphere Application Server Advanced Edition*」を参照してください。これは、Web アドレス：
www.ibm.com/redbooks から入手可能です。

IBM Network Dispatcher

IBM Network Dispatcher は、WebSphere Commerce を補足する、別途注文可能な製品です。これは Web クライアントの HTTP または SSL のような着信要求パケットを受け取り、それを Network Dispatcher クラスターの一部である Web サーバーのうちの任意のサーバーにリダイレクトします。このプロセスは、他の Web クライアントからは見えません。それで、各 Web クライアントにとっては Web サーバーと直接交信しているかのように見えます。しかし実際は、Network Dispatcher がこれらの要求を代行受信して送信しています。

Network Dispatcher は、クラスター内のすべての Web サーバーの間で、拡張容易性とロード・バランシングを提供します。これは、クライアントからの着信要求の一部分を各サーバーに配布することによって実現します。Network Dispatcher はさらに、現在使用可能なサーバーまたは障害が起きているサーバーを追跡し、要求を現在使用可能なサーバーだけに配布することによって、フェールオーバーも提供します。Network Dispatcher は通常専用マシン上で実行するのですが、2 つの専用マシンを協働させて、このソフトウェアを実行することもできます。この場合、一方の Dispatcher に障害が起きている、もう一方が自動的に引き継ぎます。

デフォルトでは、Network Dispatcher は、クライアント要求を使用可能なサーバー間で、順次循環させながら分散させます。この方式では、クラスター内の各サーバーは、要求を順次取得します。ただし、これはサイト管理者が要求の分散方法を制御できるようにカスタマイズできます。Network Dispatcher のカスタマイズの例として、次のようなものがあります。

- マシンに一定の割合の負荷をかける。
- 要求の数に基づいてサーバーごとの負荷を動的に調整する。
- 特定のクライアントまたはクライアント・グループからの要求は、一貫してある特定のサーバーに経路指定されます。これによって、複数のサーバーのすべてが同じクライアントの代わりに要求を処理する場合に、それらのサーバーがそれぞれのアクションを調整しなくてもすむようにします。

構成内の Network Dispatcher を調べるには、47 ページの『一般的なエンタープライズの構成』を参照してください。

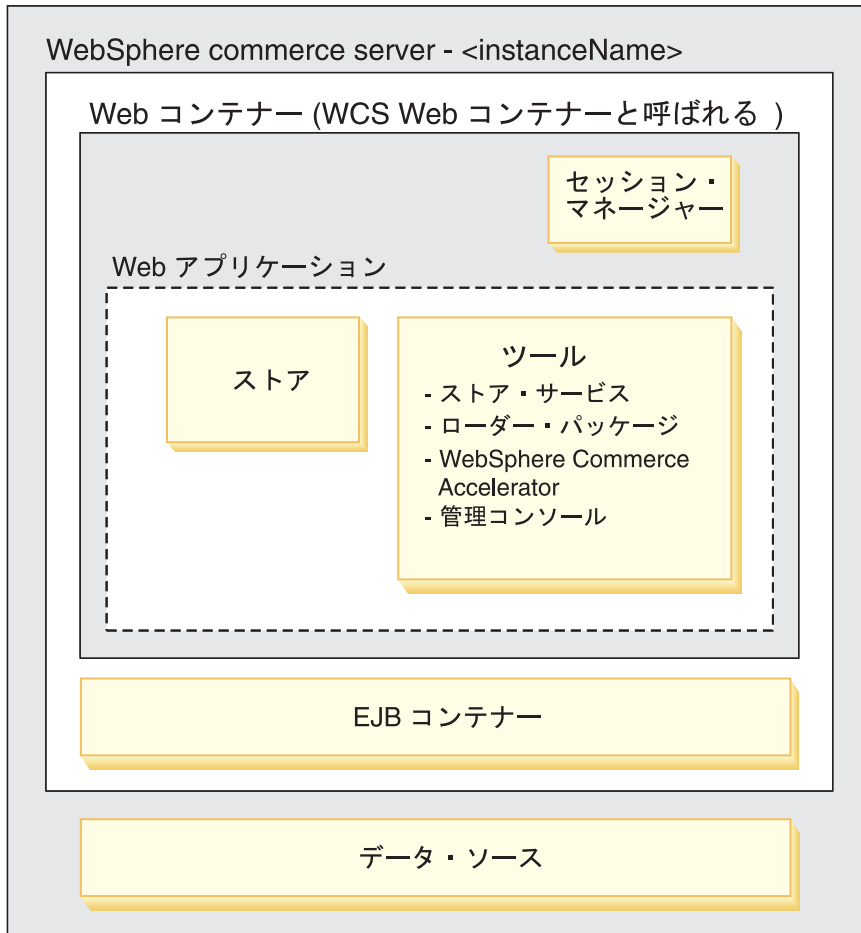
現在、Network Dispatcher は IBM WebSphere Edge Server 製品の一部です。詳細は次の Web アドレスを参照してください。 www.ibm.com/software/webservers/edgeserver/

WebSphere Commerce Server の内容

WebSphere Commerce Server はアプリケーション・サーバーとしてインプリメントされます。WebSphere Commerce Server は、Web コンテナおよび EJB コンテナの中の WebSphere Commerce のすべての機能を提供します。Web コンテナには、ストアとツールという、ビジネス・ロジックと表示ロジックを提供する 2 つの Web アプリケーションがあります。EJB コンテナは、データベースにアクセスする Enterprise JavaBeans コードを提供します。WebSphere Application Server は、WebSphere Commerce Server を使用可能にするためのすべてのランタイム・サポートを提供しません。

次のダイアグラムは、WebSphere Commerce Server の内容を示しています。

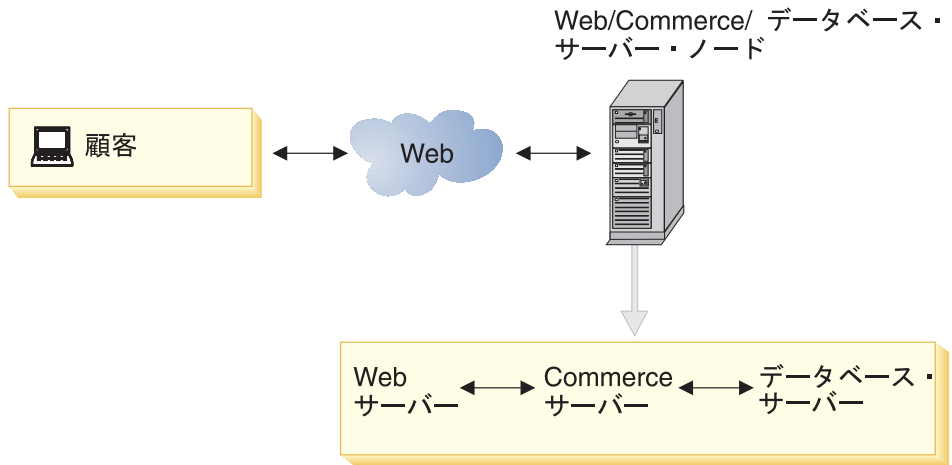
WebSphere Application Server



単一層構成

単一層構成では、層は Web サーバー、WebSphere Commerce Server、およびデータベース・サーバーの各ノードから構成されます。これは最も単純な構成であり、小規模な Web サイトや、開発目的での使用を推奨します。

次のダイアグラムは、単一層構成を示しています。



適度のトランザクション・ボリュームを持つ小規模なストアは、単一層構成を使用できます。加えて、この構成はストア開発者が自己完結型の環境を持てるため、特に開発環境において便利です。

利点

- セットアップおよび保守が簡単
- ハードウェアに関連するコストが少ない

欠点

- パフォーマンスの問題がある実稼働環境では理想的とはいえません
- 追加のファイアウォールをインプリメントできない
- アプリケーション・サーバーとデータベースのシステム・リソースが競合する
- 単一点での障害

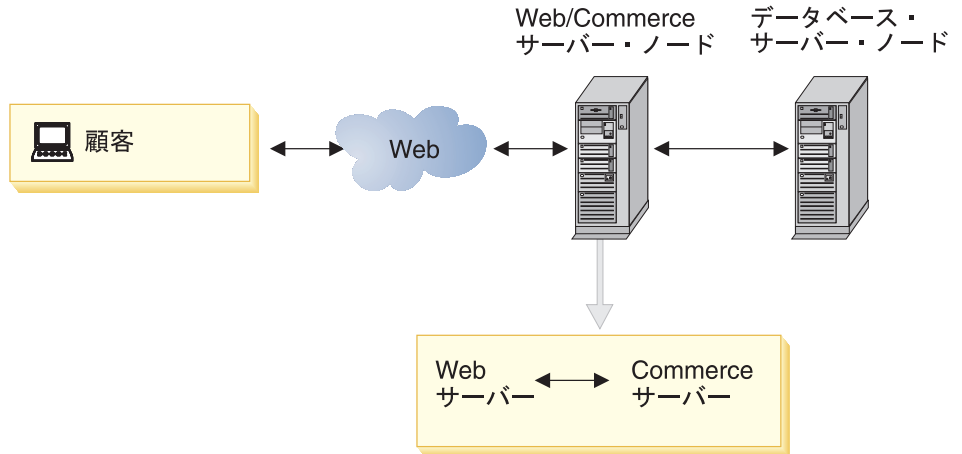
注: トランザクションの量が増えたら、パフォーマンスを向上させるために 2 層または 3 層構成のインプリメントが必要となるかもしれません。

拡張したい場合は、2 層構成にして、複数のサーバーまたは複製を持つとよいでしょう。

2 層構成

2 層構成では、Web サーバーおよび WebSphere Commerce Server が第 1 層を構成し、データベースが第 2 層になります。分離データベース構成は、複数サーバーを使用する構成の 1 つです。

以下の例は、すべての WebSphere Commerce Server および HTTP サーバーの処理が、1 つのノードでホストされる、小規模な Web サイトの典型的な例です。



トランザクション量が多い小規模のストアは、2 層構成を使用できます。この構成は、効率的な作業負荷均衡化と高可用性の戦略の一環にできます。冗長 Web サーバー戦略およびデータベース・フェールオーバー・システムをインプリメントするサイトでもこの構成を使用します。

利点

- 単一層構成よりもパフォーマンスが高い
- パフォーマンスを改善するために Web サーバーとデータベース・サーバーを個別に調整できる
- 分離データベース構成は、将来の拡張容易性および信頼性において適している
- データベースを守るファイアウォールを配置できる

欠点

- 拡張容易性の制限: Web サーバーと WebSphere Commerce Server が同じマシン上にある場合、それらを別々に拡張したり、管理したりすることができません。
- セキュリティに関する問題: Web サーバーと WebSphere Commerce Server が同じマシン上にある場合、それらの間にセキュリティ層を追加して挿入することはできません。

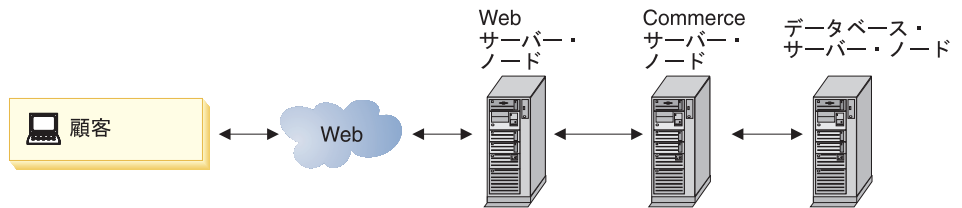
Web サイトの負荷が増すにつれて、複数の Web サーバーによる構成へと規模を変更したり、3 層構成にアップグレードすることもできます。

複数の Web サーバー構成は、複数の Web サーバーおよび WebSphere Commerce Server ノードで構成されており、すべては 1 つの共通データベースを使用します。単一インスタンス構成では、それぞれの Web サーバーおよび WebSphere Commerce

Server が同じストアを実行し、共通のファイル共有システムからストア資産にアクセスします。Network Dispatcher などのロード・バランシング・ソリューションを使用して、複数の Web および WebSphere Commerce Server ノードにトラフィックを分散させることができます。

3 層構成

3 層構成では、Web サーバーが第 1 層、WebSphere Commerce Server が第 2 層、データベースが第 3 層になります。3 層構成と 2 層構成の違いは、Web サーバーと WebSphere Commerce Server ノードの分離にあります。この構成は、大規模な Web サイト用に使用することを推奨します。このようなサイトでは「非武装地帯」(DMZ) が必要とされます。



3 層構成は、ハイパフォーマンスを必要とする多くのトランザクションの量と、セキュリティを追加する必要のあるビジネスを持つ大規模なビジネスにおいて使用されます。

利点

- セキュリティを強化: Web サーバーと WebSphere Commerce Server の間に追加のファイアウォールを置いて、DMZ を作成する。これによってインターネット・ユーザーは、すべてのサイト情報にアクセスできますが、アプリケーション・サーバーには無許可アクセスができなくなります。
- 拡張容易性が向上: Web サーバーと WebSphere Commerce Servers を別個に追加できる。

欠点

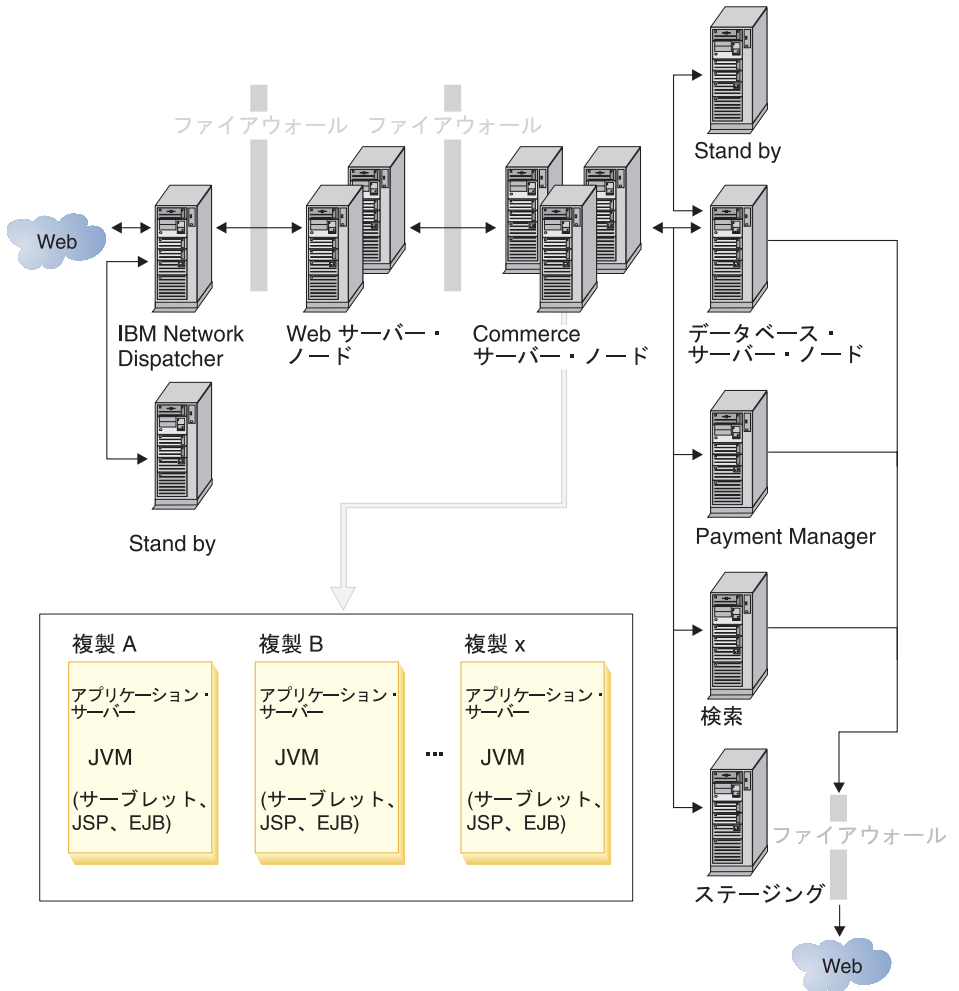
- ハードウェアの追加によるコストの増加

3 層構成の拡張の可能性は、ほとんど無制限です。Network Dispatcher は、Web サーバーのクラスター、垂直的な複製または水平的な複製を追加できます。トランザクション・サーバーおよびロギング・サーバーのそれぞれに接続する、異なるデータ・ソースを持つ 2 つのデータベース・コンテナを構成することもできます。これは、メイン・トランザクション・サーバーから、ロギング・アクティビティ (ユーザー通信ログなど) をオフロードすることを目的としています。これにより、カタログ・ブラウズとオーダー・トランザクション用のメモリーが解放されます。

この後の「一般的なエンタープライズの構成」の例は、3層構成を拡張したものです。

一般的なエンタープライズの構成

次に、一般的なエンタープライズの構成について説明します。また、前のセクションで説明した3層構成を図示します。



エンタープライズ構成は、大幅に拡張された3層構成(別々のWebサーバー、WebSphere Commerce Server、およびデータベースのノード)です。

WebサーバーとWebSphere Commerce Serverサーバーの処理は物理的に離れているため、Webサーバーの前、およびWebSphere Commerce Serverの前にファイアウォールを配置することができました。2つのファイアウォールの間が非武装地帯(DMZ)です。DMZ構成により、インターネット・ユーザーはすべてのサイト情報にアクセスす

ることができます。しかし、機密情報やプライベート情報が含まれている可能性のある内部サーバーには、無許可でアクセスすることはできません。

この構成を使用して、ソフトウェアを実行するために協働する 2 台の専用マシンの例が 2 つあります。一方のマシンに障害が起きても、自動的に他方のマシンが引き継ぎます。その例は、Network Dispatcher と Stand by、およびデータベース・サーバーと Stand by です。

この構成では、障害を起こしている単一点を減らす試みがなされます。言い換えれば、ほとんどのマシンは、フェールオーバーまたは冗長度のいずれかによって保護されています。あるマシンで障害が起きた場合でも、システムは残りのマシンを使用して操作を続行します。

ハードウェア・コストを削減するため、Stand by データベース・サーバーを検索データベースにすることもできます。この構成では、コマース・データベースと検索データベースが互いをバックアップとして使用するよう構成されます。

フェールオーバー・データベースを提供するには、データを複製するか、またはデータベースの共用ディスクを使用できます。好ましい方式は、共用ディスクを使用することです。通常、フェールオーバー・データベース・サーバー (物理サーバー) は、HACMP (AIX)、Sun Clustering (Solaris 操作環境)、または Windows Cluster Services (Windows 2000) を使用して構成します。これらの製品により、リカバリー不能の状態 (たとえばネットワーク接続の消失など) に陥ったとき、バックアップ・サーバーにフェールオーバーできます。フェールオーバー・サーバーが、WebSphere Commerce 用のデータベース・サーバーとしての機能を再開するには、データベースからフェールオーバー・ボックスへのアクセスを可能にし、ディスク・サブシステムを 2 つのサーバー間で共用する必要があります。フェールオーバー・ソフトウェアは、このディスク・サブシステムをオンラインにし、データベース管理者に通知するように構成されていなければなりません。

拡張容易性

WebSphere Commerce Server は水平にも垂直にも拡張できます。水平拡張では、複数の Java Virtual Machine プロセスを複数の物理マシンに分散させることによって、スループットを増やします。垂直拡張では、1 台のマシン上に複数の Java Virtual Machine プロセスを存在させます。

作業負荷管理

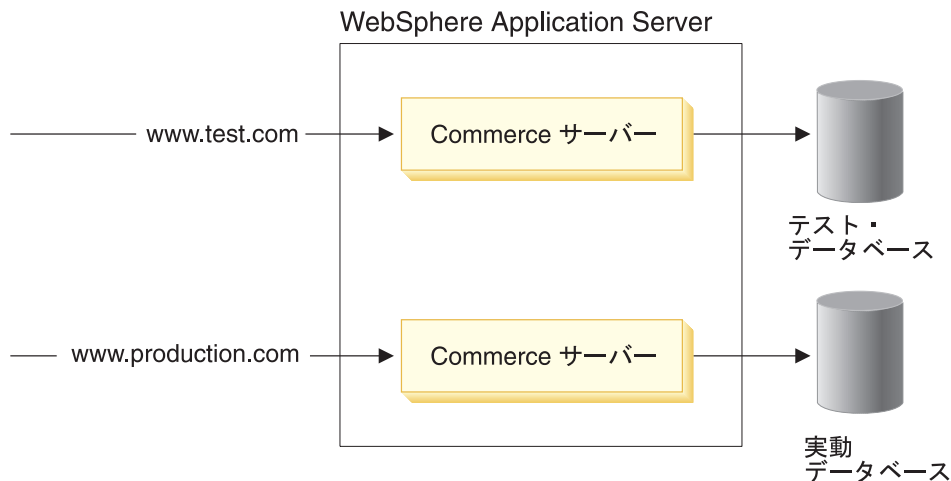
Network Dispatcher は、2 つの Web サーバー間に着信要求を分散させます。複製はスループットを増やし、WebSphere Commerce Server のパフォーマンスを向上させます。

マルチ・インスタンス構成

注: 400 複数の Web サーバーがサポートされていますが、OS/400 for iSeries 上の一般的な構成は、1 つの WebSphere Commerce インスタンスに対して 1 つの Web サーバーです。

マルチ・インスタンス構成では、複数のアクティブ WebSphere Commerce インスタンスを許可します。この場合、単一の Web サーバーが、固有の IP (インターネット・プロトコル) アドレスを持つ複数の WebSphere Commerce インスタンスと通信します。各インスタンスには、必ず固有の (仮想) ホスト名と固有のデータベースがあります。1 つのインスタンスの構成を変更しても、他のインスタンスには影響を与えません。

マルチ・インスタンス構成は、単一層構成、2 層構成、3 層構成のいずれにも適用できます。



複数インスタンスは、一般に実動インスタンスおよびテスト・インスタンスを実行するために使用します。それぞれのインスタンスは任意の数の複製を持ちます。テスト・インスタンスは、作動時に実動データベースと接続し、テスト・インスタンスの仮想ホストは実動インスタンスに変わります (実動インスタンスはオフラインで取得されます。つまりそれは実動仮想ホストとの関連付けがなくなります)。

利点

- 並行テストが可能
- 展開のコストを最小限に抑えるために共有ハードウェアを使用している複数のストアをホスティングする

欠点

- 実動システムのパフォーマンスを低下させる可能性のある追加のシステム・リソースを使用する

拡張の可能性

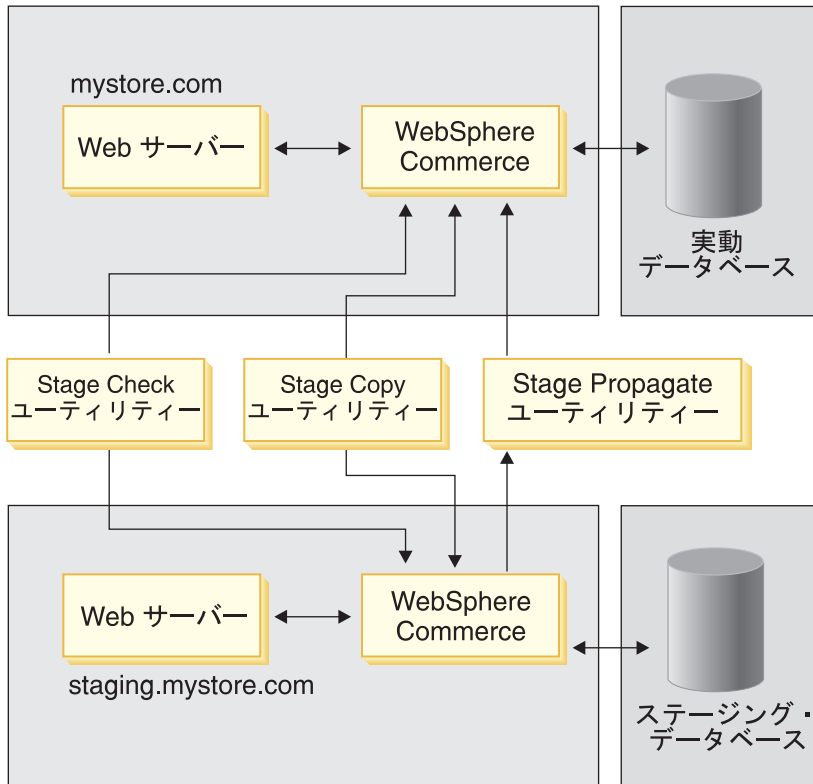
- 拡張するには、複製を使用して、アプリケーション・サーバーのコピーを複数作成し、スループットを増やす。

ステージング・サーバーの構成

この構成は、開発やテストを目的とする場合に便利です。この環境では、実動データベースに普及させる前に、ステージング・データベースに変更を加えたり、テストを行うことができます。実動サーバーとステージング・サーバーに別々のマシンを使用することにより、ステージング・サーバーでストレス・テストを実施できるため、この方法をお勧めします。

理想的には、ステージング・サーバーの構成は、計画した実動環境と同一になります。

次に、ステージング・サーバーの構成について説明します。



ステージング・サーバーの詳細については、104 ページの『ステージング・サーバー』を参照してください。

第 6 章 ストアの作成

このセクションでは、ストアの作成に関するタスクの概要について説明します。

オンライン・ストアとは

オンライン・ストアとは、インターネット・テクノロジーを利用して、商品やサービスの販売または取引を行うストアのことです。オンライン・ストアは、商品を表示して販売する一連の Web ページで構成されています。たとえば、ホーム・ページは、顧客をストアに招いて商品へ案内するストアフロントとしての役割を果たします。カタログ・グループ・ページでは商品が分類されており、商品についての詳細情報が記載されている商品ページに顧客を案内します。ショッピング・カート・ページは、文字どおりのショッピング・カートと同じ役割を果たします。つまり、購入したい商品をショッピング・カートへ追加することができ、チェックアウト・ページでクレジット・カードや他の支払メソッドを使用して代金を支払います。

顧客に対しては、ストア・ページの対外的な部分だけが表示されます。各ページには、顧客に対して表示されるグラフィックスやイメージと、顧客に対して表示されない Java コマンドおよびスクリプトが組み込まれています。コマンドおよびスクリプトは、ストア内の他のページを呼び出したり、ログインや登録などのアクションを完了するために使用します。正しい商品情報と、正しい価格、税額、配送料金を表示するために、ストアは WebSphere Commerce データベース内の各種テーブルの情報にアクセスします。WebSphere Commerce データ bean (Commerce Studio および WebSphere Commerce に組み込まれている Java bean のセット) は、JavaServer Pages ファイルに組み込まれている場合があります。この場合、WebSphere Commerce データ bean は、商品価格や商品属性などのデータベースの情報にアクセスすることができます。

サンプル・ストア

WebSphere Commerce には、独自のストアを作成するための基礎として活用できるサンプル・オンライン・ストアがあります。一般的なストアのタイプが 2 つあります。企業消費者間取引 (B2C) と企業間取引 (B2B) です。

サイトを計画する場合、顧客のニーズと期待に応えるショッピング・フローを計画することが主要なステップになります。マーチャントは、固有のショッピング体験を顧客に提供するように選択できますが、たいていの顧客は、ショッピング構造および順序に一貫性となじみやすさを期待します。固有のショッピング・フローよりも、むしろ対象を絞った販売促進や、個人情報設定による推奨、商品やサービスの適確な選択を考慮するならば、顧客がまたサイトを訪れてくれる確率は高くなります。WebSphere Commerce は、対象を絞った販売促進や、個人情報設定によるショッピング体験のためのツールを WebSphere Commerce Accelerator に提供します。

ストア・サンプルは、ストアの動作内容に対するテンプレートの役割を果たします。このモデルは、ストアに訪れた人が商品を探して購入するときの情報の流れを設定します。ストア・サンプルは、ストア・アーカイブ形式でパッケージされます。

ストア・サンプルには、ストアが機能するために必要な十分な資産のセットがあります。これらの資産には、JavaServer Pages ファイル、静的 HTML ファイル、イメージ・ファイル、データベース・エントリー (カタログ、税、配送およびオーダー処理エントリー) が含まれます。

独自のサンプルを作成することもできます。この機能は、提供されているサンプル・ストアに含まれていない特徴や機能を含む、複数の似たようなストアを作成する必要があるときに便利です。独自のサンプル・ストアを作成したい場合は、WebSphere Commerce および Commerce Studio を使用して、以下を行います。

- 独自のストア・アーカイブを作成する
- サンプル・ストアを選択し、それをコピーしてから変更する

次の表に、消費者との取引のサンプル・ストアのキー・フィーチャーをまとめます。

表 1. 企業消費者間取引のサンプル・ストア

	InFashion	WebFashion	NewFashion
新規顧客の登録	✓	✓	✓
登録済み顧客のログオン	✓	✓	✓
個人アカウントの管理	✓	✓	✓
パスワードのリセット	✓	✓	✓
登録情報の編集	✓	✓	✓
住所録への新規住所の追加	✓	✓	✓
住所録の編集	✓	✓	✓
ストアのホーム・ページの表示	✓	✓	✓
カタログ内のカテゴリーの表示	✓	✓	✓
カタログ内の商品の表示	✓	✓	✓
カタログ内のパッケージとバンドルの表示		✓	✓
ショッピング・カートの表示と管理	✓	✓	✓
高速チェックアウト		✓	

表1. 企業消費者間取引のサンプル・ストア (続き)

	InFashion	WebFashion	NewFashion
高速チェックアウト・プロフィールの作成 / 更新		✓	
バックオーダー / 分割オーダーをサポートしないチェックアウト	✓	✓	
バックオーダーをサポートするチェックアウト処理			✓
入荷予定日の表示			✓
バックオーダー処理をサポートするオーダーの分割			✓
マルチリンガル・ストア・カタログとページ	✓	✓	✓
希望リストの表示、管理、および送信		✓	✓
過去のオーダー状況の表示		✓	✓
オーダー状況の E メール通知		✓	✓
新商品ページの販売促進の表示		✓	
登録済み顧客のオーダー・レベル割引		✓	
カタログの検索			✓
複数配送先住所			✓
オーダー・アイテムの販売開始日			✓
オーダー状況の追跡			✓
顧客ケア			✓

企業間取引のサンプル・ストア: ToolTech

▶ Business

ToolTech は、WebSphere Commerce に用意されている最初の B2B オンライン・ハードウェア・ストアです。ToolTech はバイヤーがセラーの e-commerce サイトで実行できるタスクを強調表示します。ToolTech サンプル・ストアに組み込まれるフィーチャーには、次のようなものがあります。

- 契約ベースの購入
- 請求書リスト
- 格付けに基づくブラウズ
- 契約ベースの価格設定
- RFQ 作成
- 分割オーダー
- 複数配送先住所
- 重量ベースの配送料金
- 商品検索機能
- バイヤー登録
- 顧客ケア
- 共同作業

ToolTech ストアは機能している B2B オンライン・ストアのために必要なすべてのページとフィーチャーを提供します。ToolTech はストア・アーカイブとして WebSphere Commerce にパッケージ化されているので、さらにインストールする必要はありません。サンプル・ストアを表示するために必要なことは、ストア・サービス・ツールを使用して ToolTech に基づく新規のストア・アーカイブを作成したうえで、それを WebSphere Commerce Server に発行することです。

WebSphere Commerce でのストアの作成はサンプル・ストア・アーカイブを選択し、それを変更することを基本としており、ToolTech は作成するストアの土台となるように設計されています。それは単純かつ実証済みのショッピング・フローに基づいており、また、すべてのサンプル・ストア・ページは簡単にカスタマイズできます。すべての ToolTech サンプル・ストア・ページは、必要なデータをロードするために JSP と XML を使用します。

ToolTech のショッピング・フローについては、オンライン・ヘルプに含まれている ToolTech のユース・ケースを参照してください。ユース・ケースは、たとえば、商品の登録や検索などの、ストア内でのそれぞれのバイヤーの対話の流れを説明しています。それぞれのページの機能についての技術的な詳細については、それぞれのページの対応する参照情報を参照してください。

多文化ストア

WebSphere Commerce ストアは多文化的な機能をサポートしており、国際的な環境での活用度が高くなっています。ストア開発者は多文化的なオンライン商品カタログを使用してストアを開発するので、顧客は、自分の地域の該当する優先言語および通貨などの記述を表示することができます。つまり、ストアの開発過程において地域の情報が入力された場合、顧客は、文化パラメーター（言語、税率および配送料、日付および通貨の形式、支払メソッドなど）を選択できるということです。

WebSphere Commerce で提供されているサンプル・ストアは多文化です。多文化ストアを作成するには、要件に最も適したストア・サンプルを選択するだけです。詳細については、62 ページの『サンプル・ストア・アーカイブを使用したストアの作成』を参照してください。既存のストアに多文化サポートを追加できます。これについては、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」を参照してください。

WebSphere Commerce を使用すると、国際的または文化的に異なる顧客ベースの必要に合わせて調整できるストアを作成できます。たとえば、以下のいくつかまたはすべての特性を持つストアを作成できます。

多言語

複数の言語でストアを表示できます。たとえば、顧客がストアを表示する言語を選択できるようにすることができます。あるいは、ストアの地域に合わせてデフォルトの言語を自動的に選択することもできます。

多通貨

1 ストアで、複数の通貨を表示および処理可能です。

オプション・データ・フォーマット

データをカスタマイズ可能なさまざまなフォーマットで表示できます。文化が異なれば、特定の情報の表示方法について期待することも異なる場合があります。たとえば 10 進数は、顧客の言語または国または地域によって、コンマを使用して表される場合と、ピリオドを使用して表される場合があります。

多住所形式

さまざまな国際規則に準拠するよう、住所をさまざまな形式で表示できます。

課税

場所に応じてさまざまな課税規則（消費税やその他の事業税または市町村税など）を定義できます。

配送

地域に応じてさまざまな配送規則や運送会社を定義できます。

複数支払方法

さまざまな支払方法を定義できます。

価格

管轄区域に応じて同一商品をさまざまな価格で販売できます。

オンライン・カタログ・データ

さまざまな地域の顧客に対して表示するために、説明、属性およびイメージをカスタマイズできます。複数のストアが共用できるマスター・オンライン・カタログを保守することもできます。

ページ設計

WebSphere Commerce を使用すると、それぞれの表示フォーマットごとにカスタマイズされたページを作成できます。すべての文化に対応する汎用ページ・テンプレートを作成して、デザインは同じにしつつも、文化固有情報は動的にすることができます。あるいは、文化ごとに別々の表示ページを作成することもできます。

一般的なストア・ページ

以下のセクションでは、一般的なストアで見かけるページのタイプについて説明します。

ホーム・ページ

ホーム・ページとは、バーチャル・ストアの正面入り口であり、顧客がサイトにアクセスしたときに最初に目にするページです。ホーム・ページには通常、そのストアの名前とロゴ、紹介または歓迎のメッセージ、その他一般情報、および顧客をストア・ページや登録ページに導くハイパーテキスト・リンクが含まれています。ホーム・ページには一般的に、ヘッダー、本文、フッターおよびナビゲーション・セクションが含まれます。

登録ページ

顧客はストアに登録する際に、名前、ログオン ID、パスワード、アドレス、連絡先情報、およびいくつかの個人情報を提供します。ストアは一般には、この情報の収集を容易にするための登録ページとして、2 つのタイプを用意しています。

新規登録ページは、最初の登録用に使用されます。登録の更新ページは、2 回目以降の訪問での個人情報の更新用に使用されます。

ログオン・ページ

ログオン・ページは一般には、登録済み顧客がストアにログオンするために、ユーザー ID およびパスワードを入力するためのフィールドを含むフォームを表示します。

表示ページ

オンライン・ストアの特定のページがどのように表示されるかは、WebSphere Commerce のコマンドによって決まります。これらのページのことを表示ページといいます。一般に、表示ページは、同じデザインを使用して顧客に情報を提供する場合に使用します。表示ページは、主にカタログ情報用に使用されます。たとえば、CategoryDisplay コマンドは、ストアのカテゴリ内容を表示するために適切なページを決定します。

一般に、表示ページは動的です。作成する表示ページ数の選択は、希望するページ・レイアウトの数に応じて異なります。たとえば、各ストアで、パッケージまたはバンドルごとに別々のテンプレートを作成することもできますし、すべてのパッ

ページまたはバンドル用に 1 つのテンプレートだけを作成することもできます。また、さまざまな顧客グループに応じて、パッケージおよびバンドルの表示方法を変えることもできます。こうすると、特定の顧客が、そのグループ向けの情報およびページ・スタイルを表示することができます。たとえば、大規模な企業用のコンピューター・システムを購入する顧客は、たいていの場合、家庭用のコンピューターを購入する顧客とは異なる商品情報を必要とします。

• カタログ・グループ・ページ

カタログ・グループ・ページは、ストアで提供されているさまざまな商品の部門やグループおよびサービスを、顧客がナビゲートするのに役立ちます。最初のカタログ・グループ・ページでは、希望するショッピング・エリアに顧客を導きます。それ以降のカタログ・グループ・ページでは、顧客がブラウズしたい選択商品のタイプがさらに絞られていきます。ショッピング・パスの最後のカタログ・グループ・ページには商品ページへのリンクが含まれます。

カタログ・グループ・ページには、3 つのタイプがあります。親のカテゴリー・グループ内にサブカテゴリーをリストするページ、カタログ・グループ内の商品をリストするページ、そして商品とサブカテゴリーの両方をリストするページです。

これらのテンプレートには通常、カタログ・グループを表すイメージ、カタログ・グループの説明、サブカテゴリーへのリンク、商品、およびストアのその他の各種パーツ（たとえば、顧客サービス・エリアへのリンク）が含まれています。

• 商品ページ

商品ページは特定の商品に関する情報を表示します。通常、商品ページには、説明、イメージ、価格、および属性（たとえば、さまざまなサイズや色）が組み込まれています。また、商品ページには、選択した属性を持つ商品をショッピング・カートに追加するためのボタンも含まれます。

ある商品にいくつかのバリエーションがある場合は、そのバリエーションに固有の情報を表示するページを備えることができます。

• パッケージ・ページおよびバンドル・ページ

パッケージ・ページおよびバンドル・ページの特色になっているのは、オンライン・ストアでの商品のグループ化です。一般に、パッケージ・ページには、説明、価格、パッケージを構成するコンポーネントのリストが組み込まれています。パッケージ・ページには、各コンポーネントのイメージが表示されることもあります。バンドル・ページは、ほとんど同じですが、コンポーネントごとの価格になっています。バンドルの価格は、個別のコンポーネントの合計価格です。

パッケージ・ページおよびバンドル・ページには、パッケージまたはバンドルをショッピング・カートに追加するためのボタンも含まれています。

ショッピング・カート・ページ

ショッピング・カート・ページは、顧客が購入するために選択した商品を表示しま

す。顧客は、このページから直接チェックアウト処理に進むことができます。詳しくは、『チェックアウト・ページ』をご覧ください。

買い物候補リスト・ページ

買い物候補リストには、再購入または今後購入するために顧客が選択した商品が入っています。買い物候補リストは、顧客がショッピング・カートの中にある商品を、そのショッピング・セッション中か、または近い将来に購入することを計画しているという点で、ショッピング・カートとは異なっています。

買い物候補リストから注文するには、顧客は買い物候補リストから、購入する商品を選択する必要があります。未登録の顧客がショッピング・セッションを終了すると、買い物候補リストに残っている商品はすべて除去されます。ストアの設計によっては、顧客が複数の買い物候補リストを利用することができます。

チェックアウト・ページ

ほとんどのストアには、チェックアウト処理を構成する一連のページが組み込まれています。使用するページは、ストアの設計によって異なります。

請求先住所の選択ページ

顧客は、請求先住所として既存の住所を選択するか、請求先住所として新規住所を作成できます。

配送先住所の選択ページ

顧客は、配送先住所として既存の住所を選択するか、配送先住所として新規住所を作成できます。

配送方法の選択ページ

顧客は、配送方法のタイプを選択できます（たとえば、クーリエ便や速達便）。

オーダー要約ページ

顧客は、購買した品目の説明と、数量、単価および合計価格、配送先住所、および配送料金を含めた詳細オーダー情報を見直すことができます。顧客はその後、支払情報を提供して「オーダー」をクリックし、オーダーを完了する必要があります。

オーダーの確認ページ

顧客に対して、オーダーが受理されていることを知らせ、オーダー参照番号を提供します。

オーダーの準備ページ

買い物候補リストの商品をリストし、顧客がオーダーする商品を選択できるようにします。買い物候補リストを使用する場合は、このページは必須です。

オーダー状況ページ

顧客が発行したオーダーがオーダー詳細情報および状況と共にリストされます。

アドレス・ページ

アドレス・ページでは、顧客はオンライン住所録を作成および保守することができます。顧客は自分の住所録に、自分自身、家族、あるいは商品を送りたい個人あるいは会社の住所情報を保管することができます。アドレス・ページには、一般に次の3種類があります。

- メイン・アドレス・ページ。住所録の管理のためのオプションを提供します。
- 住所の追加ページ。住所録に新規の項目を作成するためのフォームを提供しません。
- 住所の更新ページ。既存の住所情報を表示し、情報の更新ができます。

例外ページ

例外ページは、顧客がパスワードを間違えて入力した場合など、WebSphere Commerce が例外状況を検出した場合に表示されます。

エラー・ページ

エラー・ページは、WebSphere Commerce が、顧客の要求の実行を妨げるエラーを検出したときに、顧客のブラウザーに表示されます。顧客のブラウザーに表示されるほとんどのエラー・ページについては、対応するメッセージがインスタンス・ログ・ファイルに表示されます。

ストアの作成

ストアを作成するには、ストア・アーカイブを使用します。ストア・アーカイブ・ファイル (.sar) は、ストアを作成するために必要なすべての資産が入っている圧縮アーカイブ・ファイル (たとえば、ZIP ファイル) です。ストア・アーカイブは簡単にコピーすることができ、これを新規ストア作成のベースとして使用できます。ストア・アーカイブを WebSphere Commerce Server に公開するだけで、表示、ブラウズ、および買い物を行える機能ストアを作成できます。

一般に、ストア・アーカイブは以下のファイルが含まれています。

Web 資産

ストア・ページを作成するために使用するファイル。HTML ファイル、JSP ファイル、イメージ・ファイル、グラフィックス、組み込みファイルなど。Web 資産は、ストア・アーカイブ内で圧縮ファイルとして分類されます。

プロパティ・リソース・バンドル

ストアのページに表示されるテキストを含むもの。ストアが複数の言語をサポートする場合は、リソース・バンドルには複数のバンドル、つまり 1 言語につき 1 つのバンドルが含まれるようになります。

ストア・データベース資産

データベースにロードするデータ。ストア・データベース資産には、以下が含まれます。キャンペーン、カタログ、コマンド、通貨、オーダー処理、オフリング、配送料金、税、取引、契約および数量単位。ストア・データベース資産の形式は、ローダー・パッケージとして有効な、適切な形式の XML ファイルです。ローダー・パッケージについては、80 ページの『ローダー・パッケージ』をご覧ください。

支払資産

IBM Payment Manager の構成情報。

ディスクリプター

sarinfo.xml という XML ファイル。このファイルは、Web 資産圧縮アーカイブ・ファイル、リソース・バンドル、およびストア・データベース資産 XML ファイルの名前も含めて、ストア・アーカイブについて記述しています。sarinfo.xml ファイルには、組み込みファイルおよび整合性検査ファイルの名前と、公開プロセスに必要なアーカイブ・ファイルについての情報が入っています。sarinfo.xml は、ストア・アーカイブで唯一の必須ファイルです。

WebSphere Commerce では、ストアは以下のいずれかの方法で作成できます。

- ストア・サービスを使用して、サンプル・ストア・アーカイブに基づいてストアを作成する

ストア・サービスは、ブラウザ・ベースのツール・セットです。これによって、WebSphere Commerce と共に提供されているサンプルをベースとするストア・アーカイブを短時間で作成できます。ストア・アーカイブを作成し終えたら、ストア・サービスを使用して、以下のタスクを実行できるようになります。

- ストア・アーカイブを公開して、機能ストアを作成する
- 「ストア・プロファイル」ノートブックを使用して、一般ストア設定値を変更する
- 「配送」ノートブックを使用して、配送設定値を変更する
- 「税」ノートブックを使用して、税設定値を変更する

サンプル・ストア・アーカイブに基づいてストアを作成する場合は、約 30 分で機能ストアを作成することができます。このストアを必要に応じてカスタマイズするために要する時間は、サイトの規模と範囲に応じて異なります。

- 独自のストア・アーカイブを作成する

作成したら、そのストア・アーカイブは、ストア・サービスのサンプル・ストア・リストに追加できます。独自のストア・アーカイブを作成するには、WebSphere Commerce データベース、XML、Java、および JSP テクノロジーについての専門的な知識が必要です。独自のストア・アーカイブの作成方法の詳細については、67 ページの『ストア・アーカイブの構築によるストアの作成』を参照してください。

サンプル・ストア・アーカイブを使用したストアの作成

WebSphere Commerce と共に提供されるサンプル・ストア・アーカイブを使用して独自のストアを作成するには、ストア・サービスのブラウザ・ベースのツールを使用します。このセクションで要約されているステップを完了すると、ストアは WebSphere Commerce Server 上で実行します。ストアはカタログを持っており、商品には税および配送料金が付加されます。Payment Manager が稼働している場合、ショッパーはオーダーを発行できます。顧客サービス担当者はそのオーダーを WebSphere Commerce Accelerator を使用して処理できます。E メール通知が使用可能である場合、顧客はオーダーが処理された時に通知メッセージを受信します。

ステップ 1. ストア・サービスを使用して新しい SAR ファイルを作成します。

- a. サイト管理者またはストア管理者 ID を使用してストア・サービスにログオンします。

ブラウザ上で次の Web アドレスを入力し、ストア・サービスを開きます。

`https://host_name:8000/storeservices`

`host_name` は、WebSphere Commerce Server の完全修飾 HTTP ホスト名です。

- b. 「ストア・アーカイブ・リスト」ページで、「新規」をクリックします。
- c. 「Create Store Archive (ストア・アーカイブの作成)」ページで、ストア・アーカイブ、ストア・ディレクトリー、およびストアの所有者の名前を定義します。
- d. サンプル・ストア・アーカイブ `samplestore_locale1_locale2.sar` を選択して、「OK」をクリックします。
ストア・サービスは新規ストア・アーカイブを作成します。この時点では、これは `samplestore_locale1_locale2.sar` のコピーそのもので、新規ファイル名および新規ディレクトリー構造で保管されています。
- e. 希望に応じて、新規ストア・アーカイブを変更せずに公開できます。ストアを公開するには、ステップ 7 (66 ページ) を参照してください。

ステップ 2. ストア情報の変更

ストア・アーカイブのストア資産ファイルに含まれている一般ストア情報をカスタマイズするには、ストア・サービスの「ストア・プロフィール」ノートブックを使用します。以下の情報を変更できます。

一般

ストアに表示するストアの名前とメッセージ。

連絡先

顧客がストアと連絡を取るために使用する住所、電子メール、電話および FAX 情報。この情報は、ストアの顧客サービス・ページに表示することもできます。

言語

ストアを顧客に表示するために使う言語。

通貨

ストアで表示および処理可能な通貨 (たとえば、顧客に表示される通貨や、顧客が商品を購入するために使用できる通貨)。

表示ページ

ストアにカタログ情報を表示するために使用する JSP ファイル。

ステップ 3. 配送情報の変更

ストア・アーカイブの配送資産ファイルに含まれている配送情報をカスタマイズするには、ストア・サービスの「配送」ノートブックを使用するか、または shipping.xml ファイルを変更します。適切な方法を決定するには、次の点を考慮してください。

「配送」ノートブックでは、次の方法のいずれかを個々に使用するか、またはいくつかの方法の結果を加算することによって、配送料を計算できます。

- 配送カテゴリーに基づきそれぞれの商品について単一料金を課金する
- 重量に基づいてそれぞれの商品について単一料金を課金する
- それぞれの商品について同じ単一料金を課金する (商品ごとの料金)
- オーダー全体に単一料金を課金する (オーダーごとの料金)

上記の配送方法に加えて、WebSphere Commerce スキーマは次の方法による配送料もサポートします。

- オーダーの料金のパーセンテージとして課金する (たとえば、各オーダーの全料金の 5% を配送料として設定すると、\$100 の購入については配送料が \$5 かかるので、購入価格の合計は \$105 になります)。
- 数量オーダーに基づく課金 (たとえば、1 個から 5 個の CD の配達には \$3、6 個から 15 個の CD の配達には \$5、16 個以上の CD の配達には \$10 を課金できます)。

オーダー価格のパーセンテージ、またはオーダーの数量に基づいて配送料をセットアップするには、配送資産ファイルを作成し、ローダー・パッケージを使用してデータベースを移植します。

「配送」ノートブックを使用して、次の情報を変更できます。

配送業者

ストアの配送業者。

各言語ごとの配送業者

顧客に表示する各配送業者の名前。ストアが複数の言語をサポートする場合は、各配送業者の言語固有の名前を定義する必要があります。

ゾーン

商品を送付する地域。

カテゴリー

ストアがサポートする配送カテゴリー (特大または割れ物など)。

レート

ゾーン、カテゴリーおよび配送業者の組み合わせごとに課される配送レート。

重量範囲

配送カテゴリーが適用される重量単位の範囲。

重量レート

ゾーン、重量範囲カテゴリーおよび配送業者の組み合わせごとに課される配送レート。

配送情報を変更した後は、カタログ・データに、該当する配送カテゴリーを必ず割り当ててください。詳細については、ステップ 5 (79 ページ) を参照してください。

ステップ 4. 税情報の変更

ストア・アーカイブの税資産ファイルに含まれている税情報をカスタマイズするには、ストア・サービスの「税」ノートブックを使用します。以下の情報を変更できます。

カテゴリー

ストアがサポートする税カテゴリー (国税、地方税など)。

カテゴリー割り当て

それぞれの税率コードに割り当てるカテゴリー。カテゴリー割り当てテーブルでは、税率コードと課税カテゴリーの組み合わせごとに行が作成されます。

表示名

顧客に表示する課税カテゴリー名。ストアを複数言語で表示するには、表示名をそれぞれの言語で定義します。

管轄区域

ストアが商品を販売する地域。

レート

管轄区域とカテゴリーの組み合わせごとに課される税率。

消費税コード

ストアで使用する消費税コード。税率コードは同じ商品に適用される税をグループ化するための名前です。たとえば、食料雑貨類に適用されるすべての税を食料雑貨類という単一の税率コードにグループ化することができます。それから、食料雑貨商品のそれぞれに食料雑貨類税率コードを割り当てることができます。

配送税コード

ストアで使用する配送税コード。税率コードは同じ商品に適用される税をグループ化するための名前です。たとえば、特定の地域への配送料金に適用できるすべての税を地域配送税という単一の税率コードにグループ化することができます。それから、その地域へ配送されるそれぞれの商品に地域配送税コードを割り当てることができます。

「税」ノートブックを使用して税情報を変更した後は、データベースのカタログ・データに、該当する税カテゴリーを必ず割り当ててください。詳細については、ステップ 4 (79 ページ) を参照してください。

ステップ 5. Web 資産のカスタマイズと新規ストア・ページの作成

• Page Designer

Commerce Studio の Page Designer を使用して、ストア・アーカイブ・ファイルのストア・ページをカスタマイズします。Commerce Studio を使用すると、ストア・アーカイブ構造を保持したまま、Web 資産をストア・アーカイブから Studio プロジェクトにインポートできます。

Studio ツールを使用して JSP ファイル、HTML ファイル、イメージを変更した後は、それらのファイルを WebSphere Commerce Server 上のストア・アーカイブにエクスポートして戻して Web 資産を再公開できます。Commerce Studio を使用して直接それらのファイルを運用ストアに公開することもできます。

- 好みの Web 開発ツール

選択した別のツール (Macromedia Dreamweaver など) を使用するよう
に、Commerce Studio を構成することもできます。独自のツールを
Commerce Studio に登録する方法の詳細については、WebSphere Studio
の「オンライン・ヘルプ」を参照してください。

ストア用のページをすでに作成してある場合もあるかもしれません。以前
に作成したファイルを Commerce Studio に挿入する方法の詳細につ
いては、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」のページの挿入につ
いてのセクションを参照してください。

ステップ 6. オンライン・カタログ・データの作成

サンプル・カタログを変更する場合、ストアで販売する商品およびサービ
スに関する情報を含むオンライン・カタログ・データを作成しなければな
りません。商品データを作成するにはいくつもの方法があります (他の電
子ソースから既存のカタログ情報をインポートする方法など)。カタログ・
データの作成に使用できる方法の詳細については、71 ページの『第 7 章
オンライン・カタログの作成』を参照してください。

ステップ 7. ストア・アーカイブの公開

ストア・アーカイブを WebSphere Commerce Server に公開するときは、実
行用にストア資産を WebSphere Commerce Server に転送することになりま
す。公開処理中に、ストア・サービスは、ストア・アーカイブの Web 資
産を Web アプリケーションの文書ルートにコピーし、データベースをス
トア・アーカイブの XML ファイルにある情報で更新します。ストアを公
開する権限があるのは、ストア管理者アクセスまたはサイト管理者アクセ
スを持つユーザーだけです。

a. Payment Manager がインストール済みで、支払エンジンが稼働している ことを確認してください。

支払エンジンを始動するには、コマンド・ウィンドウを開き、IBM
Payment Manager がインストールされている場所にディレクトリーを変
更します。IBMPayServer というコマンドを入力します。Payment
Manager パスワードを入力するよう要求されます。ここでのパスワード
は、Payment Manager データベースに接続するときに使用するよう
に指定したユーザーのパスワードです。

b. 「ストア・アーカイブ・リスト」ページで、公開するストア・アーカイ ブを選択して「発行」をクリックします。「ストア・アーカイブの発 行」ページが表示されます。

- c. 以下のオプションを選択します。
 - ストア・データベース資産 (オンライン・カタログ・データ付きで)
 - Web 資産 (JSP ファイル、HTML ファイル、およびイメージなど)
 - プロパティ・リソース・バンドル (ストア用のテキスト)
- d. 「OK」をクリックします。
- e. ストアの定期ジョブを実行します。定期ジョブの実行については、オンライン・ヘルプの『Running scheduled jobs for a sample store』をご覧ください。

ストア・アーカイブの構築によるストアの作成

このセクションでは、サンプルまたはストアのベースとして使用する独自のストア・アーカイブの作成に必要なステップを要約します。詳細は、「*IBM WebSphere Commerce* ストア開発者ガイド、バージョン 5.4」を参照してください。

ステップ 1. ストア・ページの作成

ストア用の Web ページを作成する必要があります。たとえば、ストアには、顧客がストアにアクセスしたときに最初に見るページとして、ホーム・ページが必要です。典型的なストアのページの説明については、58 ページの『一般的なストア・ページ』を参照してください。Commerce Studio または好みのツールを使用して、ストア・ページを作成してください。

WebSphere Studio は、HTML ファイルと JSP テンプレートの作成に役立つ、統合されたビジュアル・ページ開発ツールである Page Designer を提供します。

WebSphere Commerce および Commerce Studio には、データベースのテーブルの情報にアクセスする Java bean のセットが組み込まれています。

WebSphere Commerce データ bean を使用してストア・ページを作成すると、カタログ・グループまたは商品価格など、頻繁に変更される情報を動的に表示することができます。一般に、WebSphere Commerce bean は、すべてのストア・ページを作成するために使用されます。

WebSphere Commerce および Commerce Studio で利用できる bean の完全なリストについては、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」の参照情報のデータ bean のセクションを参照してください。

ステップ 2. 圧縮アーカイブ・ファイルの作成

ストア・ページの作成後は、ストア・ページとその他のすべての必要なファイル (たとえば、HTML ファイルおよびイメージ) を含む、圧縮アーカイブ・ファイルを作成します (たとえば、ZIP プログラムを使用する)。

ステップ 3. プロパティ・リソース・バンドルの作成

サンプル・ストア・アーカイブ・テキスト・ファイル

infashiontext_en_US.properties をガイドとして使用し、ストア・ページ

用のテキストを含むプロパティ・リソース・バンドルを作成します。ストアが複数の言語をサポートする場合は、各言語ごとに 1 つのファイルを作成します。結果として、リソース・バンドルには複数のバンドル、つまり 1 言語につき 1 つのバンドルが含まれるようになります。

リソース・バンドルの作成後は、その圧縮アーカイブ・ファイルを作成します (たとえば、ZIP プログラムを使用する)。

ステップ 4. ストア・データベース資産の作成

ストア・データベース資産は、データベースにロードされるストア用のデータです。たとえば、すべてのオンライン・カタログ情報をデータベースにロードする必要があります。WebSphere Commerce と共に提供されている文書タイプ定義 (DTD) を使用して、ストア・データベース資産を XML ファイル形式で作成します。

ステップ 5. sarinfo.xml ファイルの作成

sarinfo.xml というファイルは、Web 資産圧縮アーカイブ・ファイル、リソース・バンドル、およびストア・データベース資産 XML ファイルの名前も含め、ストア・アーカイブについて記述しています。サンプル・ストア・アーカイブ・ファイル sarinfo.xml をガイドとして使用し、ストア・アーカイブ用の sarinfo.xml ファイルを作成します。

ステップ 6. 圧縮ファイルの作成

ZIP プログラムを使用して、ステップ 1 ~ 4 で作成した資産の圧縮ファイルを作成します。この圧縮アーカイブ・ファイルには拡張子 .sar を付けて、たとえば mystorearchive.sar とします。

ステップ 7. ストア・アーカイブのストア・サービス・サンプル・リストへの追加

ストア・アーカイブの作成後は、それをストア・サービスのサンプル・リストに追加します。次いで、それに基づいたストア・アーカイブを作成して、WebSphere Commerce Server に公開することができます。

ストア・アーカイブをサンプル・リストに追加するには、それを SARRegistry.xml ファイルに追加します。SARRegistry.xml ファイルは、以下のディレクトリにあります。

▶ NT	drive:¥WebSphere¥CommerceServer¥xml¥tools¥devtools
▶ 2000	drive:¥Program Files¥WebSphere¥CommerceServer¥xml¥tools¥devtools
▶ AIX	/usr/lpp/CommerceServer/xml/tools/devtools
▶ Solaris	/opt/WebSphere/CommerceServer/xml/tools/devtools
▶ Linux	/opt/WebSphere/CommerceServer/xml/tools/devtools
▶ 400	/Qibm/ProdData/WebCommerce/xml/tools/devtools

ステップ 8. ストア・アーカイブの公開

ストア・アーカイブを WebSphere Commerce Server に公開するときは、実行用にストア資産を WebSphere Commerce Server に転送することになります。公開処理中に、ストア・サービスは、ストア・アーカイブの Web 資産を Web アプリケーションの文書ルートにコピーし、データベースをストア・アーカイブの XML ファイルにある情報で更新します。ストアを公開する権限があるのは、ストア管理者アクセスまたはサイト管理者アクセスを持つユーザーだけです。

- a. Payment Manager がインストール済みで、支払エンジンが稼働していることを確認してください。

支払エンジンを始動するには、コマンド・ウィンドウを開き、IBM Payment Manager がインストールされている場所にディレクトリーを変更します。IBMPayServer というコマンドを入力します。Payment Manager パスワードを入力するよう要求されます。ここでのパスワードは、Payment Manager データベースに接続するときに使用するよう指定したユーザーのパスワードです。

- b. 「ストア・アーカイブ・リスト」ページで、公開するストア・アーカイブを選択して「発行」をクリックします。「ストア・アーカイブの発行」ページが表示されます。
- c. 以下のオプションを選択します。
 - ストア・データベース資産 (オンライン・カタログ・データ付きで)
 - Web 資産 (JSP ファイル、HTML ファイル、およびイメージなど)
 - プロパティ・リソース・バンドル (ストア用のテキスト)
- d. 「OK」をクリックします。
- e. ストアの定期ジョブを実行します。定期ジョブの実行については、オンライン・ヘルプの『Running scheduled jobs for a sample store』をご覧ください。

第 7 章 オンライン・カタログの作成

このセクションでは、オンライン・カタログの作成に関連するタスクの概要を説明します。また、オンライン・カタログのデータの作成と、既存のカタログ・データをデータベースにインポートする方法についても説明します。

オンライン・カタログとは

オンライン・カタログを作成し保守する前に、WebSphere Commerce 内でカタログがどのように機能するかを理解する必要があります。

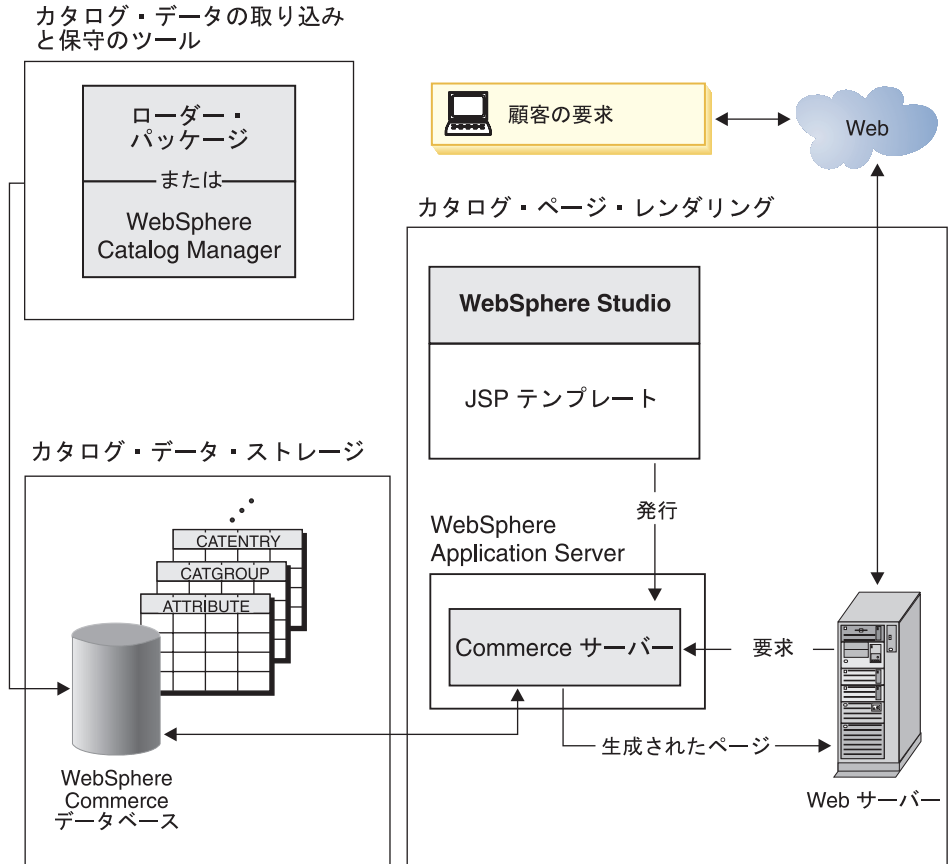
WebSphere Commerce システムには、マスターおよびナビゲーション付きの 2 つのタイプのカタログがあります。マスター・カタログは、ストアの商品取引を管理するための中心となるツールです。これは、すべての商品、アイテム、および各エンティティの標準価格を収録している単一のカタログです。WebSphere Commerce システムのすべてのストアには、マスター・カタログを備える必要があります。ストア間でマスター・カタログを共用し、必要に応じていくつでもストアを定義できます。

必要な場合は、顧客のためのカタログ表示を変更するために、ナビゲーション付きカタログを作成できます。ナビゲーション付きカタログはマスター・カタログと同じエントリーを含んでいますが、顧客用に表示するためのより柔軟な構造をもっています。販売促進のニーズに応じるよう、ナビゲーション付きカタログはいくつでも作成できます。いくつものナビゲーション付きカタログを管理するオーバーヘッドを制限するために、単一のマスター・カタログを使用することをお勧めします。

顧客に表示されるカタログ情報には次のものがが必要です。

- カタログ・データ、またはカタログ資産
- カタログ表示ページ
- カタログ関係

次のダイアグラムは、WebSphere Commerce コンポーネント間のカタログ情報のフローを示しています。



カタログ・データ

カタログ・データは WebSphere Commerce データベースに保管されます。最初カタログ情報をデータベースに取り込むには、ローダー・パッケージを使用します。カタログ・データは、カタログ資産とも呼ばれます。

カタログ・データは、カタログのそれぞれのエントリーごとの説明、関係、価格、およびイメージで構成されます。管理および誘導しやすいように、カタログ・データはカタログ・グループに分類されます。名前が暗示しているように、カタログ・グループ（またはカテゴリー）はカタログ・エントリーと他のカタログ・グループを結合してオンライン・カタログの別のセクションを作成します。正しく構造化されたカタログ・グループを使用すると、顧客はオンライン・ストア内を簡単にブラウズし、希望する商品をす早く検索できます。カタログ・グループは顧客がストア内を移動するためのパスを提供します。パスはホーム・ページと商品ページをつないでいます。カタログ・グループ内

では、カタログ・エントリーは、オンライン・カタログ内のオーダーできる商品を示しています。WebSphere Commerce は、商品、アイテム (SKU とも呼ばれる)、パッケージ、バンドル、動的キットを含むデフォルトのカタログ・エントリー・タイプをサポートします。WebSphere Commerce は、また、必要な場合に新しいタイプのカタログ・エントリーを作成できます。

商品 はアイテムのグループで、一方、アイテム は属性で定義される商品の特定のインスタンスです。たとえば、綿ズボンは、サイズと色属性が提供されないとい意的に識別できないので、商品であるといえます。商品がすべての綿ズボンのグループを表す一方で、アイテム、綿ズボン、サイズ 32、黒色は商品の特定のインスタンスを表します。アイテムと SKU という用語が同義語として使われていることを覚えておきましょう。

WebSphere Commerce Accelerator において商品管理ツールを使用するときには、注文可能なアイテムのことを単に呼びやすさのために SKU と呼んでいます。

バンドル はカタログ・エントリーのコレクションです。たとえば、コンピューターのバンドルは、中央演算処理装置、モニター、ハード・ディスク、および CD-ROM ドライブで構成されることが考えられます。バンドルはアイテムのグループ、もしくは、商品、アイテム、およびパッケージの組み合わせのいずれかになります。バンドルがアイテムのみを含み、そのアイテムがオーダーに追加された場合は、バンドルはオーダー可能な個々のアイテムに分割されます。バンドルを使用すると、顧客が一度に複数アイテムを買うことができます。バンドルの価格はそれぞれのバンドル・コンポーネントの価格の合計です。

パッケージ はカタログ・エントリーの分割できないコレクションです。たとえば、コンピューター・パッケージなら、個々に購入することはできない特定の中央演算処理装置、モニター、およびハード・ディスクを含むものが考えられます。パッケージは独自の価格を持ち、単独でオーダー可能な SKU であって、オーダーに追加できます。パッケージの分解や変更はできません。

動的キット はまとめてオーダーできる商品のグループです。動的キットのコンポーネントは WebSphere Commerce データベースに常に保管されているわけではなく、外部商品コンフィギュレーターで構成されます。動的キットを作成するためにユーザーは商品コンフィギュレーターを使用します。これはオーダー・エントリー時に WebSphere Commerce に提供されます。動的キットの個々のコンポーネントをオーダー内で変更することはできませんが、それぞれの動的キットを再構成することができます。動的キットを構成するために使用できる商品コンフィギュレーターはいくつかあります。

WebSphere Commerce には商品コンフィギュレーターが含まれていませんが、外部商品コンフィギュレーターのための完全統合サポートが提供されています。

カタログ表示ページ

カタログ表示ページ はプレゼンテーションの目的でカタログのレイアウトをカスタマイズします。このページは顧客にページが表示される方法と、さまざまなカタログ・ページ間で同じルック・アンド・フィールを提供する方法の概要を示します。JSP テクノロ

ジーを使用して作成された表示ページでは、それぞれの商品ごとに個別の HTML ファイルを作成する必要がないので、ストアの操作を効率的にします。個別の HTML ファイルを作成する代わりに、商品情報はデータベースに置かれ、表示ページはサーバー上に置かれます。顧客がページを要求すると、表示可能なページが生成され、顧客のブラウザに戻されます。

異なるタイプのカatalog・データを表示するために、異なるカatalog表示ページを使用できます。たとえば、商品を表示するための商品ページ、またはパッケージを表示するためのパッケージ・ページなどです。個々の商品およびアイテムごとに表示ページをカスタマイズできます。これは、呼び物のコートや売り出し中のその他のアイテムを陳列するための固有のページがあると便利だからです。お得意様グループへの特別サービスなど、顧客グループごとに異なる表示ページを作成することもできます。

カatalog表示をカスタマイズするもう 1 つの方法は、商品セットを指定するという方法です。商品セットは、カatalogを論理的なサブセットに区分するメカニズムを提供します。この区分化により、異なるユーザーにカatalogの異なる部分を表示できるようになります。契約の当事者には事前定義された商品セットに分類される商品のみ購入する権利が与えられると指定する契約を作成できます。WebSphere Commerce では、マスター・カatalogから商品セットを作成し、それらを契約の中で使用して権利をフィルター操作するための簡単なツールが提供されています。

カatalog関係

カatalogには、データ間の複数の種類の関係が含まれます。上記のように、カatalogにはカatalog・グループおよび、商品、アイテム、パッケージ、バンドル、および動的キットの形式のさまざまなカatalog・エントリーが含まれています。カatalogによって、カatalogのエントリーとカatalog・グループが顧客に分かりやすく表示されるように区画化されます。

たとえば、多く小売店は季節に応じて商品を変更します。カatalogを使用すれば、商品全体を基礎として季節的なビューを作成できます。カatalogには、完全または部分的なカatalog・グループ、あるいはその両方を包含できます。小売店の例を続けると、男性というカatalog・グループと、女性というカatalog・グループが、夏と冬の両方のカatalogに表示されます。夏のカatalogの部分では、男性と女性のカatalog・グループは夏のアパレル商品（サンダル、ショートパンツ、水着など）を扱い、冬のカatalogの部分では冬の衣料品（ブーツやウールの服など）を扱っています。どちらのカatalog・グループも、シャツやズボンなどの同一で季節的な限定のない商品を含む特定のカatalog・エントリーを共有する場合があります。

しかし、夏の間は、夏のカatalogに表示されるカatalog・グループとカatalog・エントリーにしかアクセスできません。同様に、冬の間顧客がアクセスできるのは、冬のカatalogに表示されるカatalog・グループとカatalog・エントリーのみです。

WebSphere Commerce システムの中の各ストアは少なくとも 1 つのカタログに関連付けられています。カタログは多数のストアで共有することが可能であり、それぞれのカタログは、1 つ以上のカタログ・グループに関連付けることができます。カタログ・グループは、ナビゲーション・ツリー内のルート・カテゴリーです。カタログ・グループには、1 つ以上のカタログ・エントリーを属させることができます。

マスター・カタログの作成

ストアを作成したら、マスター・カタログを作成する必要があります。 WebSphere Commerce では、作成する方法が何通りか提供されています。

WebSphere Commerce のサンプル・ストア (ToolTech、WebAuction、InFashion、NewFashion、および WebFashion) には、マスター・カタログが含まれています。サンプルのマスター・カタログの 1 つを、独自のマスター・カタログのベースとして使用できます。プロダクト管理ツールを使って独自のカタログに合わせて既存データを変更します。詳しくは、85 ページの『オンライン・カタログの保守』を参照してください。

ストア・アーカイブを発行した時にサンプル・カタログを組み込むと、ストアにはサンプル商品があらかじめ含まれるようになります。この場合は、独自の商品を追加する前にサンプル商品を削除してください。サンプル商品の削除に関して、詳しくは 80 ページの『サンプル商品の削除』を参照してください。

WebSphere Commerce XML ファイルを更新し、マスター・カタログをゼロから作成する方法もあります。新しいマスター・カタログを作成する場合は、「*IBM WebSphere Commerce ストア開発者ガイド、バージョン 5.4*」のカタログ資産についての章を参照してください。カタログ資産についての章では、新しいマスター・カタログを作成するために、ToolTech マスター・カタログを例として使用しています。

あるいは、Catalog Manager を使用することによって、カタログを作成したり保守したりすることもできます。Catalog Manager はオンライン・カタログ情報を作成および管理するために、特に設計および最適化されたカタログ管理ツールです。これは、商品、カテゴリー、または SKU、カタログ関係などの異なるカタログ・エレメント間の特有の関係を理解できるように設計されています。また、複数のユーザーが異なるワークステーションからデータにアクセスし、更新できるようにします。

Catalog Manager は、カタログ管理に関する特定の問題を解決するためのさまざまな機能を提供する汎用ツールキットであり、それらの機能を必要な順序で結合することができます。それには、複数のソースの情報を集約して WebSphere Commerce の統合システムに入れ、情報管理のための標準的な手段として XML ファイルを使用することにより、それらの広範囲にわたるデータを 1 つの標準的なカタログ定義および商品定義の形式に変換する機能が含まれています。

Catalog Manager には、ローダー・パッケージと Web エディターが含まれており、さらにその機能の管理を支援するユーザー・インターフェースを提供する 2 つのツール、テ

キスト変換ツールおよび XSL エディターが含まれています。特にローダー・パッケージは、カタログの作成と保守のための基本的な手段を提供します。ローダー・パッケージは、データベースに既存の多量の商品情報をインポートする際に理想的です。Catalog Manager については、「*Catalog Manager ユーザーズ・ガイド*、バージョン 5.4」を参照してください。

カタログ資産の作成

このセクションの情報は概説です。カタログ・データの作成についての詳細は、「*IBM WebSphere Commerce ストア開発者ガイド*」の中のカタログ資産の作成に関するセクションを参照してください。

ストアのためのカタログ資産を作成するには、複数の WebSphere Commerce データベース・テーブルに情報を追加することにより、マスター・カタログを作成する必要があります。カタログは、ローダー・パッケージによってデータベースにロードされた XML ファイルを使用して作成できます。カタログを複数の文化に対応させるためには、ストアがサポートするロケールごとに別個の XML ファイルを使用する必要があります。

ステップ 1. 次の方法のうちの 1 つにより ORGENTITY テーブルに組織を追加することによって、カタログの所有者を作成します。

- WebSphere Commerce に付属するサンプルの AddOrganization JSP ファイルを使用します。
- ORGENTITY テーブルに SQL 挿入を行います。

ステップ 2. XML ファイルを使用して、カタログ・データをデータベースにロードします。ファイルの作成では、WebSphere Commerce に付属するサンプル・ストアのカタログ XML ファイルと DTD を参考にすることができます。多文化的なカタログを作成している場合は、ストアでサポートするそれぞれのロケールごとに別個の XML ファイルを 1 つずつ作成することも必要です。商品説明や価格など、翻訳する必要のあるすべての情報を、ロケール固有のファイルに追加する必要があります。

XML ファイル用のカタログ資産を作成するには、下記のようにします。

カタログ・エンティティの作成

- a. カatalog・エンティティはデータベース内のカタログを表します。CATALOG テーブルと CATALOGDSC テーブルに情報を追加してカタログ・エンティティを作成します。

カタログ・グループの作成

- b. カatalog・グループは、カテゴリと商品によるナビゲーション付きツリーを形成します。カタログ・グループとは、実社会のお店における売り場に対応するものと考えてください。

カタログ・グループを作成するには、最初に階層または反転ツリーに商品を配置しなければなりません。ツリーは全般的なカタログ・グループ(ルートと呼ばれる)で始まり、それ以上分割できなくなるまで、さらに

細かいサブカテゴリーに分岐します。最低レベルのカタログ・グループそれぞれがリーフであり、商品のみを含みます。カタログ・グループはその直下のカテゴリーにとっては親であり、同時に、1つ上のカテゴリーにとっては子となります。たとえば、「メンズ・ファッション」は、ズボンおよびシャツなどのメンズ・アパレル・カテゴリーのグループで、カタログ・グループ「ズボン」は商品のグループです。

CATGROUP テーブルと CATGRPDESC テーブルに情報を追加してカタログ・グループを作成します。

カタログへのトップレベル・カタログ・グループの割り当て

- c. カタログのためにカタログ・グループを作成したら、カタログにトップレベル・グループを割り当てる必要があります。たとえば、「メンズ・ファッション」はトップレベル・カタログ・グループです。CATTOGRP テーブルに情報を追加してカタログにトップレベル・カタログ・グループを割り当てます。

カタログ・グループ間の関係の作成

- d. カタログ用のカタログ・グループを作成したら、グループ間の関係を定義する必要があります。たとえば、トップレベル・カタログ・グループはサブカテゴリーを持っています。すなわち、「メンズ・ファッション」はサブカテゴリー「ズボン」と「シャツ」を含んでいます。トップレベル・グループは親で、サブカテゴリーは子となります。サブカテゴリーは親としても機能します。すなわち、サブカテゴリー「ズボン」は「礼装用のズボン」と「カジュアルなズボン」などの独自のサブカテゴリーを持つことがあります。CATGRPREL テーブルに情報を追加してカタログ・グループ関係を作成します。

在庫情報の作成

- e. カタログには、数種類の在庫情報を定義する必要があります。基本アイテムは、共有名と説明を伴う商品の一般的なファミリーを表し、カタログ内の商品を表します。カタログ内の在庫アイテムのグループごとに、情報を BASEITEM および BASEITEMDSC テーブルに追加します。

指定されたアイテムはすべての属性に値が指定されているアイテムであり、カタログ内のアイテム、パッケージ、バンドル、またはダイナミック・キットを表します。指定されたアイテムは、アイテム・カタログ・エントリーに対応するフルフィルメント・エンティティであり、マーチャントが販売する商品に関するフルフィルメント表示です。カタログ内の指定されたアイテムごとに、情報を ITEMSPC テーブルに追加してください。

アイテムのバージョンとカタログ内の基本アイテムとの間に関係を確立する必要があります。そのような関係ごとに、情報を ITEMVERSN テーブルに追加します。

商品のバージョンとカタログ内の指定されたアイテムとの間に関係を確立する必要があります。そのような関係ごとに、情報を VERSIONSPC テーブルに追加します。

分散配置によって、ストアは独自の在庫を販売できるようになります。カタログ内の分散配置ごとに、情報を DISTARRANG テーブルに追加します。

一部の属性は、特定のストアが特定の基本アイテムのうち指定されたアイテムの在庫をデータベースに割り振る方法に影響します。カタログ内の基本アイテムごとに、割り振り情報を STOREITEM テーブルに追加します。

カタログ・エントリーの作成

- f. カatalog内の商品取引はカタログ・エントリーの形式になります。商品、アイテム、パッケージ、バンドル、および動的キットは、すべてカタログ・エントリー・タイプの例です。

CATENTRY テーブルと CATENTDESC テーブルに情報を追加して、カタログにカタログ・エントリーを作成します。

属性と属性値の作成

- g. カatalogのそれぞれの商品は特定の属性のセットを持っています。たとえば、シャツにはサイズとカラー属性があります。アイテムは属性値で定義されます。たとえば、小さい、赤シャツです。カタログ・エントリーを作成したら、ATTRIBUTE テーブルと ATTRVALUE テーブルに情報を追加して、カタログに属性と属性値を作成します。

商品とアイテム間の関係の作成

- h. カatalog用の商品とアイテムを作成したら、それぞれの商品とアイテムとの関係を定義する必要があります。商品とそのアイテムとの関係は、CATENTREL テーブルに情報を追加して定義します。

パッケージとバンドルの作成

- i. カatalog用の商品とアイテムを作成したら、パッケージとバンドルを作成する必要があります。CATENTRY テーブルと CATENTDESC テーブルに情報を追加することによって、パッケージとバンドルの作成を開始してください。その後、パッケージまたはバンドルとそのコンポーネントとの関係を CATENTREL テーブルに作成します。

カタログ・グループとカタログ・エントリー間関係の作成

- j. カatalogにカタログ・グループとカタログ・エントリーを作成したら、カタログ・グループとカタログ・エントリーとの関係を定義しなければなりません。すなわち、カタログ・エントリーを特定のカタログ・グループに割り当てる必要があります。たとえば、ズボンはカタログ・グループです。礼装用ズボンとコーデュロイはともにこのグループに属する

商品です。カタログ・グループとカタログ・エントリーとの関係は、CATGPENREL テーブルに情報を追加して定義します。

取引管理アソシエーション

- k. 販売促進のために、カタログ内に取引管理アソシエーション (抱き合わせ販売、高額商品販売、および付属品) を作成します。取引管理アソシエーションは、情報を MASSOCECE テーブルに追加することによって作成します。

ステップ 3. カatalogのストアへの関連付け

オンライン・ストアにカタログを表示するには、すべてのカタログ・グループとカタログ・エントリーを含めて、カタログをデータベース内のストアに割り当てる必要があります。同時に、表示ページをカタログ・グループとカタログ・エントリーに割り当てる必要もあります。WebSphere Commerce に付属するサンプル・ストアのストア・カタログ (store-catalog) XML ファイルと DTD を参考にして、この情報をデータベース内の STORECAT、STORECENT、STORECGRP、DISPCGPREL、および DISPENTREL テーブルに追加するために、独自の XML ファイルを作成します。多文化的なカタログを作成している場合は、ストアがサポートするそれぞれのロケールのための XML ファイルも必ず作成してください。

ステップ 4. カatalogとストアへの税の関連付け

特定のストア用のカタログ内にある商品とサービスに税を関連付けるには、税額計算コードをカタログ・エントリーと関連付けなければなりません。WebSphere Commerce に付属するサンプル・ストアの store-tax XML ファイルと DTD を参考にして、この情報をデータベース内の CATENCALCD テーブルに追加するために、独自の XML ファイルを作成します。

ステップ 5. 配送方法のカタログへの関連付け

カタログ内の商品とサービスに配送方法を関連付けるには、配送計算コードをカタログ・エントリーと関連付ける必要があります。WebSphere Commerce に付属するサンプル・ストアの store-shipping XML ファイルと DTD を参考にして、この情報をデータベース内の CATENCALCD テーブルに追加するための独自の XML ファイルを作成します。

ステップ 6. カatalogの配送センターとの関連付け

配送センターは、ストアの商品在庫と配送を管理します。商品を顧客に配送するためには、カタログを配送センターと関連付ける必要があります。WebSphere Commerce に付属するサンプル・ストアの storefulfill XML ファイルと DTD を参考にして、この情報をデータベース内の FFMCENTER テーブルに追加するために、独自の XML ファイルを作成します。

ステップ 7. カatalog内の商品の価格設定

価格設定とは、カタログ・エントリーに付け得る価格の範囲と、その価格を適用するために満たす必要があるすべての基準のことです。機能カタル

グを作成するには、データベースにオファリング情報を追加する必要があります。 WebSphere Commerce に付属するサンプル・ストアの offering XML ファイルと DTD をガイドとして使用して、この情報をデータベース内の TRADEPOSCN、TDPSCNCNTR、MGPTRDPSCN、OFFER、および OFFERPRICE テーブルに追加するため、独自の XML ファイルを作成します。あるいは、WebSphere Commerce Accelerator の商品管理ツールを使用して、カタログ・エントリーの価格設定の作成または更新を行えます。

ステップ 8. データのロード

カタログ・データを作成したら、ローダー・パッケージか、またはストア・サービス内の公開機能のいずれかを使用して、そのデータをデータベースにロードします。詳しくは、80 ページの『ローダー・パッケージ』を参照してください。公開機能については、WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプをご覧ください。

サンプル商品の削除

ストア・アーカイブを WebSphere Commerce Server に発行するときに、オプションとしてサンプル商品をストアに組み込むことができます。ストア・アーカイブを発行する際にこのオプションを選択した場合は、自分の商品を追加する前にこれらのサンプル商品を削除する必要があります。これらのサンプル商品を削除するには、Database Cleanup ユーティリティを使用できます。詳しくは、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」の Database Cleanup ユーティリティについてのセクションを参照してください。

ローダー・パッケージ

Catalog Manager の一部としてローダー・パッケージは、カタログ・データやその他のデータを WebSphere Commerce データベースにロードします。このパッケージを使用すると、多量の新規データをロードしたり、既存のデータにセル・レベルの更新を行うことができます。セル・レベルの更新の例としては、特定の行と列の値の更新があります。ローダー・パッケージは優れたパフォーマンスとフィーチャーの拡張容易性により、WebSphere Commerce Server データの多量の取り込みとその後の更新に適しています。

ローダー・パッケージは XML 形式のデータを WebSphere Commerce データベースへの入力として使用します。このパッケージにより、文書タイプ定義 (DTD)、データ内の解決用 ID、およびロード・データを生成できます。ローダー・パッケージは、データ抽出と XML データ形式変更のためのユーティリティも含んでいます。Loader パッケージには、ASCII 区切り文書を XML 文書に変換する TextTransformer が含まれるようになりました。

WebSphere Commerce が提供している DTD を使用して XML ファイルを作成するか、またはサンプル・ストア・アーカイブが提供している XML ファイルを変更する場合は、他の DTD を生成する必要はありません。

ローダー・パッケージには、パッケージ・コンポーネントからメッセージを取り込み、保管できるようにするロギング機能が組み込まれています。たとえば、DTD を生成している間またはデバッグのためにデータをロードしている間に発生するエラーをログできます。

発行とローダー・パッケージ

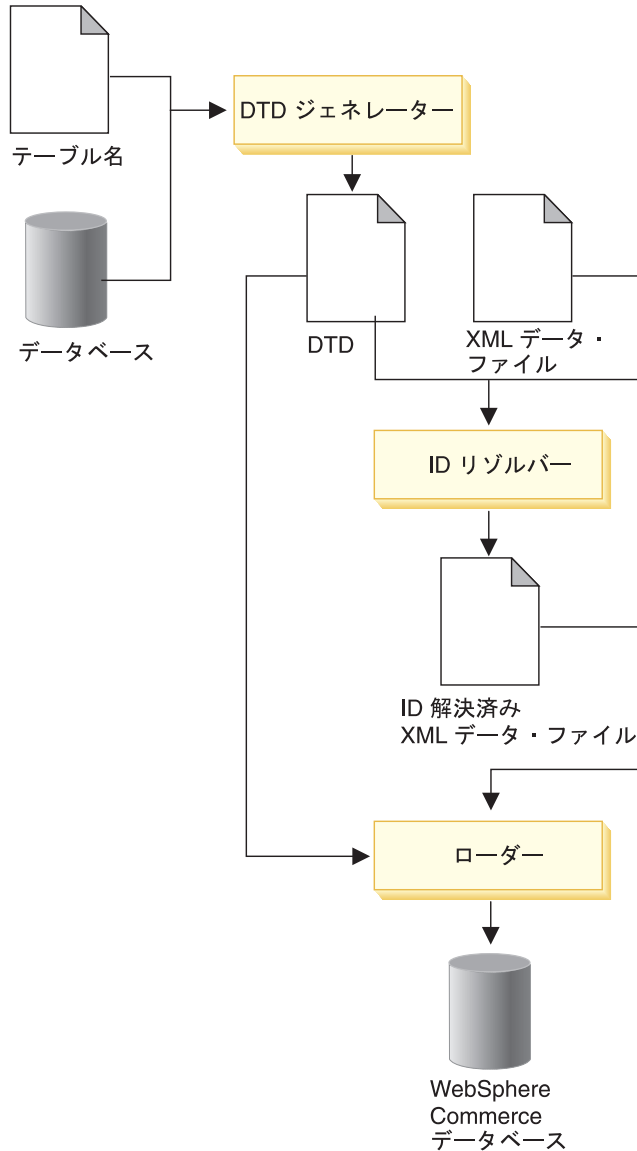
ストア・サービス内の公開機能は、データベースに情報をロードするためにローダー・パッケージを呼び出します。公開機能は WebSphere Commerce が提供する DTD と WebSphere Commerce 固有 DTD を使用し、そのうえで ID を解決し、データをロードします。ストア・サービスの公開機能を使用してデータをロードしたい場合は、XML ファイルを作成するために WebSphere Commerce が提供している適切な DTD を使用していることを確認し、それからその XML ファイルをストア・アーカイブに追加するようにしてください。

ローダー・パッケージでデータベースに取り込む

ここでは、ローダー・パッケージが XML データを WebSphere Commerce テーブルにインポートする方法について説明します。データのフォーマットや、ローダー・パッケージの使用に関する詳しい説明については、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」のローダー・パッケージのセクションを参照してください。ロード処理は、次のステップで構成されます。

1. DTD 生成プログラムを使用して文書タイプ定義 (DTD) を生成する。
2. データ・ファイルを作成する。
3. ID リゾルバーを使用して入力ファイル内の ID を解決する。
4. ローダー・パッケージでデータをロードする。

次のダイアグラムはローダー・パッケージを使用してデータを作成する処理を図示しています。



ステップ 1. DTD の生成

DTD は、XML データ文書内で使用できる構造化エレメントとマークアップ定義を指定します。たとえば、DTD は文書内で使用できるエレメントをリストし、それぞれのエレメントが取ることのできる属性を指定しま

す。DTD にはローダー・パッケージがデータをインポートするためのテーブルと列について記載されています。

サンプル・ストア・アーカイブで提供される DTD ファイル、`webfashion_locale1_locale2.sar` は、ローダー・パッケージとともに機能します。ストア・アーカイブに指定されていない WebSphere Commerce テーブルまたは変更していない WebSphere Commerce データベースにデータをロードするには、用意されている `data.dtd` ファイルを使用します。それ以外の場合は、ローダー・パッケージの DTD 生成プログラム・コンポーネントを実行します。DTD 生成プログラムは 1 度実行するだけです。

DTD 生成プログラムは、ローダーが XML データ・ファイルを処理する方法を判別できるような方法でテーブルについての構造的な情報を定義する DTD を作成するために、テーブルのリストとソース・リレーショナル・データベース管理システム (RDBMS) からの情報を使用します。XML 文書内のエレメントはデータベース内のテーブル名にマップされ、エレメント属性は列にマップされます。

ステップ 2. データ・ファイルの作成

ローダー・パッケージには入力として、十分に形成された有効な XML ファイルが必要です。使用するデータ・ファイルはサンプル・ストア・アーカイブに付属する DTD、`data.dtd`、または生成した DTD に準拠していなければなりません。データ・ファイルを作成するには、任意の XML エディターまたはテキスト・エディターを使用します。XML ファイルが有効でない場合、ローダー・パッケージは妥当性検査を行う XML パーサーを使用し、修正のためにエラーをレポートします。

入力データの簡単な例を示します。

```
<catentry
catentry_id="@product 1"
member_id="1"
catenttype_id="ProductBean"
partnumber="1234"
mfpartnumber="1234"
mfname="JoesAppliances"
markfordelete="0"
buyable="1"/>
```

この例では、テーブル名は `CATENTRY` で、列名は `catentry_id`、`member_id`、`catenttype_id` などです。

ステップ 3. ID の解決

ローダーによって使用される XML ファイルはターゲット・データベース・スキーマに直接マップするので、必要な ID が組み込まれている必要があります。これらの ID は XML ファイル内のデータとデータベースをリンクします。ローダー・パッケージの ID リゾルバー・コンポーネントは関連する ID で XML エレメントを更新します。

ID リゾルバーを使用すると、WebSphere Commerce にロードされる新規データのための ID を生成できます。このコンポーネントは既存のデータの ID を、ローダーが呼び出される前に解決することもできます。


ID を判別するには、ID リゾルバーは固有索引解決または内部別名解決の 2 つの方法のうちの 1 つを使用します。固有索引解決は ID を判別する手段として、テーブルに任意指定された固有索引を使用します。内部別名解決は主キー属性 (ID) に別名を置きます。この別名は、そのエレメントを参照するために XML ファイル全体で使用できます。

上の例の `catentry_id="@product 1"` という行を見ると、外部キーはすべて @ で示される必要があることから、内部別名解決を使用していることが分かります。固有索引解決を使用している場合は、カタログ・エントリー・エレメントに `catentry_id` を使用しないことでしょう。CATENTRY テーブルの固有索引は "PartNumber" および "Member_ID" であり、それらの列の値はそれぞれ 1234 および 1 なので、`catentry_id` は他のエレメントからは `@1234@1` として参照されます。


ステップ 4. データのロード


特に注記がない場合、ローダーは、DB2 と Oracle の両方にデータをロードするために、次の操作モードを提供します。

- SQL インポート: このモードは Java Database Connectivity (JDBC) を使用してデータの挿入と更新を行います。これは、最も柔軟な操作モードを提供しますが、少数のテーブルに多量のデータをインポートする際に最も時間がかかります。セル・レベル更新もできます。
- 固有インポート:

 このモードは DB2 固有インポート・ファンクションを使用し、中程度の速度と柔軟性でのセル・レベル更新が可能です。インポート・メソッドが Oracle で使用される場合、それはデフォルトの SQLIMPORT モードになります。

- ロード:

 このモードは RDBMS (DB2 ロードまたは SQL*Loader) の固有の機能を使用し、少ない数のテーブルに多量のデータをロードする場合に最速のモードです。

 このモードでは、*ADD オプションを指定した CPYFRMIMPF が使用されます。

詳しくは、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」のローダー・パッケージのセクションを参照してください。実際のニーズに最適なメソッドの決定に役立つように、これらのモードを比較してあります。必要であれば、データベースからデータを削除するための、ローダー・パッケージ用の削除メソッドも記載されています。

オンライン・カタログの保守

この作業は、継続的に商品を追加および除去したり、カテゴリまたはカタログ・グループを作成したり関連付けたり、商品情報（説明、価格など）を更新したりしなければならないため、終わりのない作業です。

マスター・カタログを作成しカタログ・データを追加したら、WebSphere Commerce Accelerator 内の商品管理ツールを使用して、カタログの内容を更新するか、または新しいカタログ・データを作成できます。商品管理ツールは、すべてのカタログ・データを簡単に管理できるように設計されたウィザードとノートブックの組み合わせです。具体的には、以下のことを行えます。

- 商品および商品詳細情報の作成、更新、および削除
- 購入用アイテム（または SKU）の生成、更新、および削除
- カテゴリ（またはカタログ・グループ）の作成、更新、および削除
- 商品およびアイテムの、カテゴリとの関連付け
- 商品用の属性および属性値の作成
- 商品に対するカタログの価格設定の作成、更新、削除、および関連付け

詳しくは、149 ページの『第 12 章 カatalogの管理』を参照してください。また、オンライン・ヘルプの商品管理のセクションで、それぞれの作業手順を調べることもできます。あるいは、Catalog Manager を使用することによってカタログの保守作業をすることもできます。Web ブラウザー・インターフェースを使用すれば、カタログ・データを作成、編集、または削除できます。詳細は、「Catalog Manager ユーザーズ・ガイド、バージョン 5.4」を参照してください。

カタログ検索

カタログ検索フィーチャーにより、顧客のために検索ツールをインプリメントできます。サイトに簡単なインターフェースを追加することによって、顧客が商品を見付ける手段を増やすことができます。これにより、他の方法では顧客が希望の商品を見付けられなかった場合にも、取引を成立させられるかもしれません。

カタログ検索機能はデータベースに対して SQL 照会を生成する databean によってインプリメントされます。これらの照会はストリングの組み合わせをもとにした単純な検索、またはブール式に基づいたより強力な検索を実行することができます。この検索では、リッチ属性も検索できます。

さらに、カタログ検索フィーチャーは、商品アドバイザーの基本的なスペース検索方式の土台となります。

単純カタログ検索

カタログ検索フィーチャーの単純バージョンがインプリメントされると、テキスト入力フィールドと検索を開始するためのボタンがページに追加されます。

このフィールドに入力されたテキスト・ストリングとデータベースとを比較して一致するものを検索し、結果のページでそれらを表示します。検索ストリングとしてスペースで区切られた複数の単語を入力した場合は、検索エンジンは各スペースを「論理 and」として扱います。

カタログ検索の単純バージョンは最小のページ容量しか必要としないように設計されているので、どのようなページにも、ページの主要部分を再設計することなく設置できます。実際、顧客にできるだけの特典を提供するために、ストア・ページのほとんどに単純なカタログ検索 `databean` を組み込むことを考慮すべきです。

拡張カタログ検索

カタログ検索フィーチャーの拡張バージョンは、顧客に強力な検索機能を提供します。拡張バージョンでは複数の入力フィールドを使用できるので、顧客はより複雑な検索ストリングを作成できます。また、選択された属性によってはブール式のサポートも提供します。さらに、顧客は色やサイズなどの、リッチ属性に基づいて検索することもできます。両方の拡張検索技法がサポートされていますが、ブール式はリッチ属性を検索するためには使用できません。

幅の広い検索オプションと複数の入力フィールドを指定できる機能のため、拡張検索インターフェースは通常、ストア内の独立したページとして顧客に表示されます。しばしば、単純検索の結果ページに拡張検索ページへのリンクが置かれ、顧客は表示された結果を絞り込んだり、結果が表示されなかった場合に検索範囲を広げたりできます。

サイトへのカタログ検索の追加

サイトにカタログ検索を追加するには、検索機能を持たせるページそれぞれに `CatalogSearch databean` を追加する必要があります。インプリメンテーションのガイドラインについては、サンプル・ストアに含まれる検索ページを参照してください。検索ページについては、`WebSphere Commerce` のオンライン・ヘルプで説明されています。

構成可能商品

構成可能商品はショッピング中に顧客が商品をグループ化できる方法で、「マーク / 識別」されます。この新しいグループ化された商品は、顧客の必要に基づいたもので、まとめて販売されます。グループ化された商品は動的キットと呼ばれ、これは事前定義された規則と、コンフィギュレーターと行われるユーザーのすべての対話に基づいています。オーダーに動的キットを追加することは、パッケージを追加するのと同じことです。パッケージと同様に、動的キットの個々のコンポーネントは変更できず、構成全体が1つとして注文される必要があります。ストアのマスター・カタログに構成可能な商品があるなら、顧客のニーズに対応する柔軟な商品を提供していることになります。

`WebSphere Commerce` には商品コンフィギュレーターを含みませんが、外部商品コンフィギュレーターのために完全サポートと統合が提供されています。

WebSphere Commerce 内で商品コンフィギュレーターが機能する方法についてより良いアイデアとして、次のショッピング・シナリオを参考にしてください。

構成ページでは、商品の高レベル情報を表示します。外部商品コンフィギュレーターを使用して、顧客は構成規則のセットに基づいた希望する商品構成を選択することができます。新規の選択が行われると構成 ID が戻され、これは選択された商品 (価格を含む場合がある) のリストとして認識されます。選択された商品をオーダーに追加するには、顧客は構成 ID を選択します。何らかの変更が必要な場合は、WebSphere Commerce は適切な変更のために顧客を構成に転送します。これにより、新規の構成 ID が生成されます。

第 8 章 ストア運用のカスタマイズ

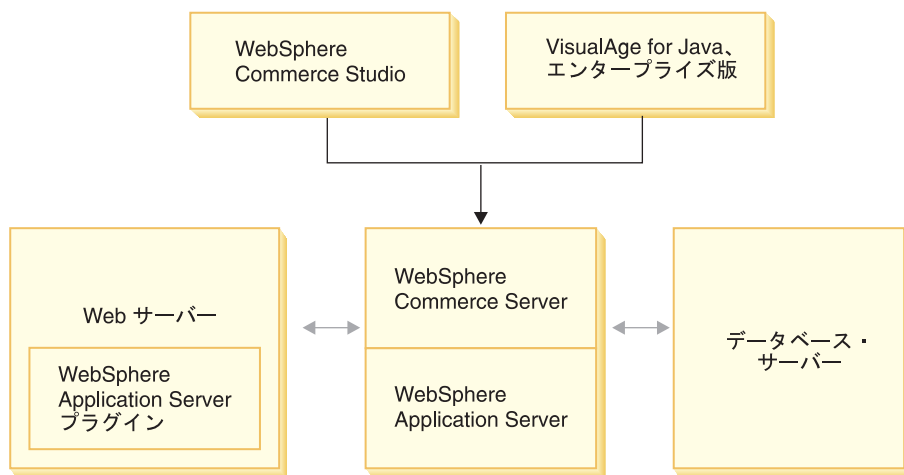
概要

WebSphere Commerce は、プログラム上の拡張を行わなくても高機能の e-commerce アプリケーションを作成できる、数多くの標準機構や機能を備えています。とはいえ、特定のビジネス・ニーズに応えるには、開発チームが標準的なソリューションをカスタマイズしたり拡張したりすることが必要な場合もあります。この章では、カスタマイズ・プロセスを簡略化するために設計された、WebSphere Commerce のプログラミング・モデルとアーキテクチャーについて紹介します。加えて、カスタマイズに推奨されるツールについても紹介します。

カスタマイズに関連する詳細は、「*WebSphere Commerce プログラマーズ・ガイド*」、および WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプのリファレンスのセクションを参照してください。

WebSphere Commerce ソフトウェア・コンポーネント

WebSphere Commerce Server サーバーがどのように機能するかを考える場合は、まず、カスタマイズ・プロセスに関係のあるソフトウェア・コンポーネントの全体像を見ておくと役に立ちます。ここにあるダイアグラムは、これらのソフトウェア製品の全体像を簡単に示したものです。



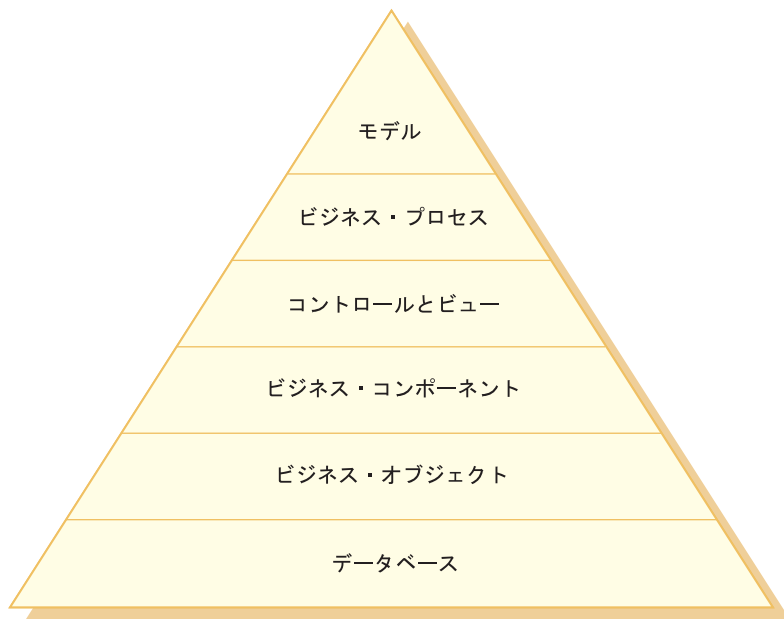
Web サーバーは、e-commerce アプリケーションへの着信 HTTP 要求の最初の接点です。これは、WebSphere Application Server との効果的なインターフェースを可能にする

ために、WebSphere Application Server プラグインを使用します。また、WebSphere Commerce Server は WebSphere Application Server 内で稼働します。これによって、アプリケーション・サーバーの多くの機能を利用できます。データベース・サーバーは、商品や顧客のデータなど、アプリケーションのデータの大半を保持します。一般に、アプリケーションの拡張は、コードを WebSphere Commerce Server 用に変更したり拡張することによって行います。さらに、データベース内で WebSphere Commerce データベース・スキーマのレラムの範囲外となったデータを保管することが必要な場合もあります。

開発者は、主に WebSphere Commerce Studio と VisualAge for Java エンタープライズ版という 2 つのツールを使って、カスタマイズされたビジネス・ロジックを作成します。WebSphere Commerce Studio は、ストアフロント資産 (たとえば、JSP テンプレート) を作成および管理する際に使用します。VisualAge for Java エンタープライズ版は、既存の機能を拡張するか、またはまったく新しい機能を作成する、新しいビジネス・ロジックを Java で作成するために使用します。特定のアプリケーションでデータベース・スキーマの拡張を必要とする場合、データベース開発者は、データベース開発ツールを使って新しいテーブルを作成する必要があります。

WebSphere Commerce アプリケーション・モデル

ここまでで、カスタマイズに関係するさまざまなソフトウェア・コンポーネントがどのように協働するかを考察してきたので、次は、アプリケーション・モデルを理解することが重要です。この理解はさらに、基礎層の部分と変更可能な部分との理解に役立ちます。次にあるダイアグラムは、このアプリケーション・モデルを構成するさまざまな層を示しています。



このモデルの各層の説明を以下に示します。

データベース

WebSphere Commerce では、e-commerce アプリケーションとそのデータ要件用に特別に設計されたデータベース・スキーマを使用します。このスキーマに含まれるテーブルの例としては、次のようなものがあります。

- ユーザー
- オーダー
- 商品

ビジネス・オブジェクト

ビジネス・オブジェクトは、コマース・ドメイン内にエンティティのモデルを作成し、データベース内に含まれている情報を抽出したり解釈したりするために必要なデータ中心のロジックをカプセル化します。これらのエンティティは、Enterprise JavaBeans (V1.0) コンポーネント・アーキテクチャーに準拠します。

これらの bean は、コマース・アプリケーションとデータベースとの間でインターフェースの役割を果たします。加えて、bean は、データベース・テーブルの列同士の間には存在する複雑な関係よりも理解しやすい、より自然な形のエンティティのモデルを作成します。

ビジネス・コンポーネント

ビジネス・コンポーネントとは、ビジネス・ロジックを構成する単位のことです。これらは、大まかな手続き上のビジネス・ロジックを実行します。ロジックをインプリメントするには、コントローラー・コマンドとタスク・コマンドの WebSphere

Commerce モデルを使用します。このタイプのコンポーネントの例としては、OrderProcess コントローラー・コマンドがあります。この特別なコマンドは、通常のオーダーを処理するために必要なすべてのビジネス・ロジックをカプセル化します。e-commerce アプリケーションが OrderProcess コマンドを呼び出すと、今度はこのコマンドが、個々の作業単位を実行するためのいくつかのタスク・コマンドを呼び出します。たとえば、個々のタスク・コマンドは、オーダーの必要に対応できる十分な在庫の確保、支払いの処理、オーダーの状況の更新、および処理完了後には出庫量に応じた在庫数の差し引きを行います。

コントロールとビュー

Web コントローラーは使用される適切なコントローラー・コマンド・インプリメンテーションとビューを決定します。インプリメンテーションはストアに特定のものになることがあります。

ビューはコマンドとユーザー処置の結果を表示します。それらは JSP テンプレートを使用してインプリメントされます。ビューの例としては ProductDisplay (ショッピングの選択した商品についての関連情報を表示する商品ページを戻す) や

OrderPrepare (適切なオーダー情報を送信するためのフォームをショッピングに表示する) があります。

ビジネス・プロセス

ビジネス・コンポーネントおよびビューのセットで構成されるワークフロー・プロセスおよびサイト・フロー・プロセスを、ビジネス・プロセスといいます。ビジネス・プロセスの例としては、次のようなものがあります。

ユーザー登録

このビジネス・プロセスには、ユーザー登録の処理に必要なすべてのステップに関係するビジネス・コンポーネント (たとえば、新しいユーザーの登録レコードを作成する UserRegistrationAdd など) およびビューが含まれます。

カタログ・ナビゲーション

このビジネス・プロセスには、カタログを使ったナビゲートの処理に関するステップに関連したビジネス・コンポーネント (たとえば、カタログ内のストアやカテゴリー別にカタログを表示する StoreCatalogDisplay コマンドや CategoryDisplay コマンドなど) およびビューが含まれます。

モデル

ダイアグラムの下の方の層は、ひとまとめにすると e-commerce ビジネス・モデルを構成します。e-commerce ビジネス・モデルの 1 つの例として、InFashion サンプル・ストアで使用されている企業消費者間取引のモデルがあります。別の例として、ToolTech サンプル・ストアで使用されている企業間取引のモデルがあります。

WebSphere Commerce ランタイム・アーキテクチャー

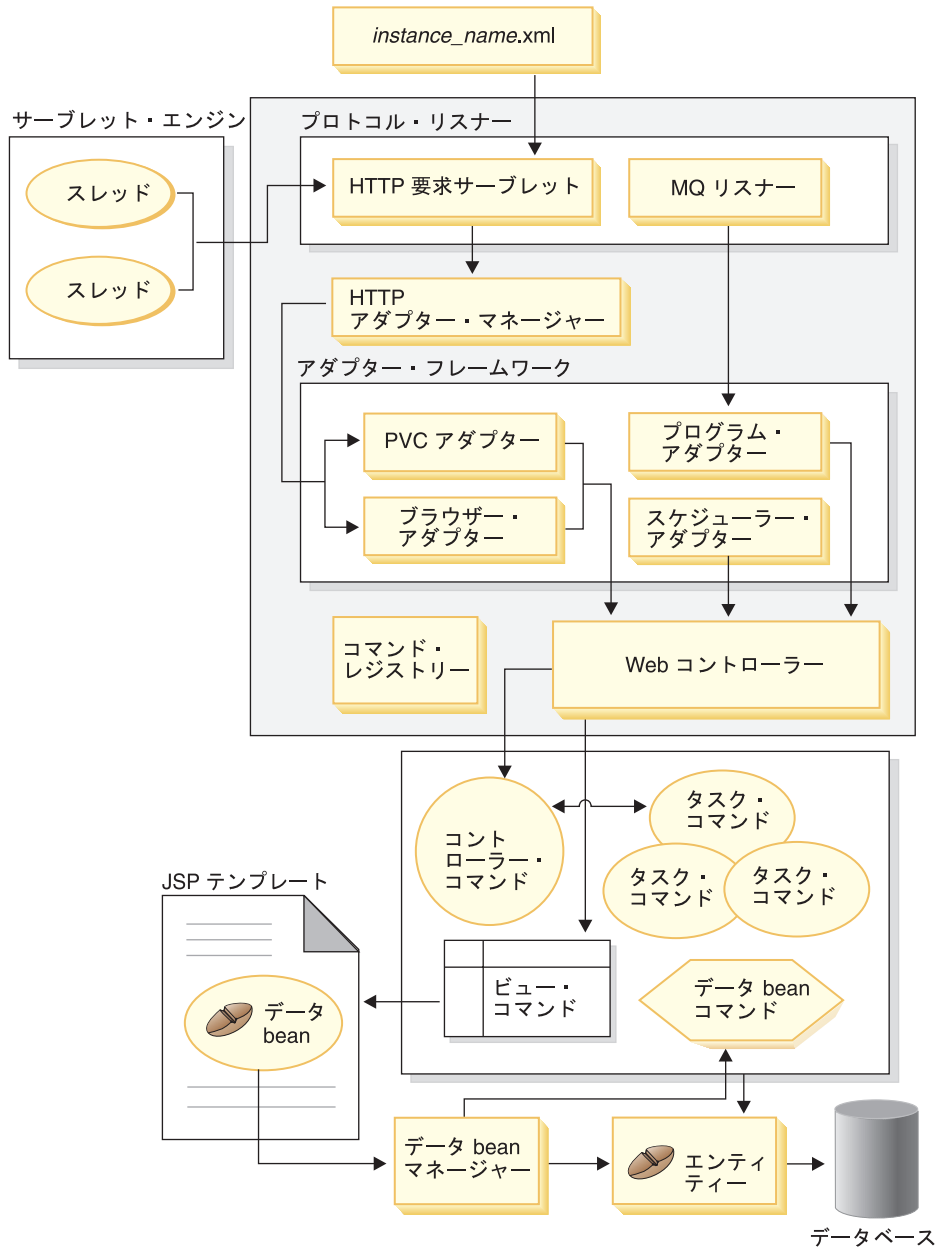
前のセクションでは、ビジネス・アプリケーションの視点から WebSphere Commerce アプリケーションのさまざまな層を描写した、アプリケーション・アーキテクチャーを紹介しました。このセクションでは、アプリケーション・アーキテクチャーのインプリメントの方法について説明します。

WebSphere Commerce アーキテクチャーの主なコンポーネントは次のようなものです。

- サブレット・エンジン
- プロトコル・リスナー
- アダプター
- Web コントローラー
- コマンド
- WebSphere Commerce Entity Bean
- データ bean
- データ bean マネージャー
- 表示ページ
- XML ファイル

次のダイアグラムは、これらのコンポーネントの間で行われる対話を示しています。

各コンポーネントの詳細については、後続のセクションで扱います。



サーブレット・エンジン

サーブレット・エンジンは、WebSphere Application Server ランタイム環境の一部で、インバウンド URL 要求の要求ディスパッチャーとして機能します。サーブ

ット・エンジンは、スレッドのプールを管理して要求を処理します。各インバウンド要求は、別々のスレッドで実行されます。

プロトコル・リスナー

WebSphere Commerce コマンドは、さまざまな装置から呼び出すことができます。コマンドを呼び出せる装置の例としては、次のようなものがあります。

- 一般的なインターネット・ブラウザー
- インターネット・ブラウザーを使用する携帯電話
- MQSeries を使用して XML メッセージを送信するビジネス間アプリケーション
- コマンドをバックグラウンド・ジョブとして実行する WebSphere Commerce スケジューラー

各種の装置は、さまざまな通信プロトコルを使用します。プロトコル・リスナーは、トランスポートからインバウンド要求を受信し、使用するプロトコルに基づいてその要求を適切なアダプターにディスパッチする WebSphere Commerce Server ランタイム・コンポーネントです。プロトコル・リスナーには、次のものがあります。

- 要求サーブレット
- MQSeries リスナー

アダプター

WebSphere Commerce アダプターは、要求をコントローラーに渡す前に処理機能を実行する、装置固有のコンポーネントです。アダプターが実行する処理タスクの例としては、次のようなものがあります。

- 装置のタイプに固有の方法で要求を処理するように Web コントローラーに指示する。たとえば、パーベイシブ・コンピューティング (PvC) 装置アダプターは、オリジナル要求の HTTPS 検査を無視するように Web コントローラーに指示します。
- インバウンド要求のメッセージ・フォーマットを、WebSphere Commerce コマンドが理解できるプロパティのセットに変換する。
- 装置固有セッションの持続性を提供する。

Web コントローラー

WebSphere Commerce Web コントローラーは、EJB コンテナの設計パターンに類似した設計パターンに従うアプリケーション・コンテナです。これらのコンテナは、セッション管理 (アダプターが確立したセッション持続性に基づく)、トランザクション制御、アクセス制御および認証などのサービスを提供することによって、コマンドの役割を単純化します。

Web コントローラーは、商業アプリケーションにプログラミング・モデルを強制する役割も果たします。たとえば、プログラミング・モデルは、アプリケーションが作成する必要があるコマンドのタイプを定義します。コマンドの各タイプは、特定の目的に役立ちます。ビジネス・ロジックは、コントローラー・コマンドにインプ

リメントする必要がある、ビュー・ロジックは、ビュー・コマンドにインプリメントする必要があります。この場合、Web コントローラーは、コントローラー・コマンドがビュー・コマンドを戻すことを期待します。ビュー・コマンドが戻されない場合は、例外がスローされます。

コマンド

WebSphere Commerce コマンドは、特定の要求の処理に関連付けられたプログラミング・ロジックを含む Java bean です。コマンドには、次の表で説明する 4 つのタイプがあります。

コマンドのタイプ	説明
コントローラー	<p>コントローラー・コマンドは、Web コントローラーと直接対話し、大まかなビジネス・ロジックを実行します。このコントローラー・コマンドには通常、個々のタスク・コマンドによって実行される一連のサブタスクが含まれています。たとえば、OrderProcess コマンドはタスク・コマンドを使用して、オーダーを処理できる十分な在庫があることを確認したり、オーダーの状況を更新したりするなどの個々のタスクを実行します。</p>
タスク	<p>タスク・コマンドは、ビジネス・ロジックの特定の一部分を実行します。一般に、コントローラー・コマンドと一連のタスク・コマンドとを併せて使用することによって、URL 要求に対するアプリケーション・ロジックがインプリメントされます。これらのコマンドは、アプリケーションから直接呼び出されるのではなく、コントローラー・コマンドによって呼び出されます。</p>
ビュー	<p>ビュー・コマンドを使用して、クライアント要求に対する応答のビューが構築されます。ビュー・コマンドは、次の 2 通りの方法で機能します。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 要求の正常な完了時に、コントローラー・コマンドはビュー・コマンド名を指定する。 • コマンドはエラーを検出して、エラーを処理するためにエラー・タスクの実行を決定し、ビュー・コマンド名で例外をスローする。例外が Web コントローラーに伝搬すると、コントローラーはビュー・コマンドを実行してクライアントに応答を戻す。 <p>ビュー・コマンドには、次の 3 つのタイプがあります。</p> <ul style="list-style-type: none"> • リダイレクト・ビュー • ダイレクト・ビュー • フォワード・ビュー

コマンドのタイプ	説明
データ bean	データ bean コマンドは、JSP テンプレートがデータ bean をインスタンス化する際に使用されます。これらのコマンドは一般に、データ bean に Entity Bean からの情報を移植します。たとえば、特定の商品に関する情報を表示するカタログ表示ページが必要な場合、データ bean コマンドは、必要とされる商品の「商品」データ bean に商品の説明などの情報を移植します。

WebSphere Commerce Entity Bean

WebSphere Commerce Entity Bean は、WebSphere Commerce が提供する持続的なトランザクション・コマース・オブジェクトです。これらの bean は、WebSphere Commerce データを直感的な方法で表します。つまり、データベース・スキーマを理解するのではなく、コマース・ドメインの概念およびオブジェクトをより正確にモデル化する Entity Bean から、データにアクセスすることが可能になります。既存の Entity Bean の拡張または置き換えが可能です。さらに、ご使用のアプリケーション固有のビジネス要件に応じて、まったく新しい Entity Bean をデプロイすることもできます。

WebSphere Commerce Entity Bean は、Enterprise Bean としてインプリメントされます。

データ bean とデータ bean コマンド

データ bean は、主にページ設計者によって使用されるプロパティ（またはデータ）のコンテナを表します。たいいていの場合、WebSphere Commerce エンティティを簡潔に表すものになります。ページ設計者は、これらの bean を JSP テンプレートに配置して、表示時にこのページに動的な情報を移植することができます。ページ設計者が理解しておく必要があるのは、bean が提供できるデータと、bean が必要とする入力データだけです。表示とビジネス・ロジックとを分離するという趣旨にのっとり、ページ設計者は bean の動作を理解する必要はありません。

データ bean マネージャー

WebSphere Studio Page Designer を使用して WebSphere Commerce データ bean を JSP テンプレートに挿入すると、実行時にデータ bean マネージャーを呼び出すことによってデータ bean を移植する、1 行のコードが生成されます。データ bean マネージャーは、未解決のトランザクションがなければ、データ bean コマンドを呼び出して対応する Entity Bean からデータを取り出す前に、トランザクションの境界を設定します。

JavaServer Pages (JSP) テンプレート

JSP テンプレートは、一般に表示目的で使用される特殊なサブレットです。JSP テンプレートの例としては、CategoryDisplay テンプレートや ProductDisplay テンプレートなどがあります。通常、コントローラー・コマンドが処理を終えたときに、これは JSP テンプレートを表示する ForwardView コマンドを呼び出します。

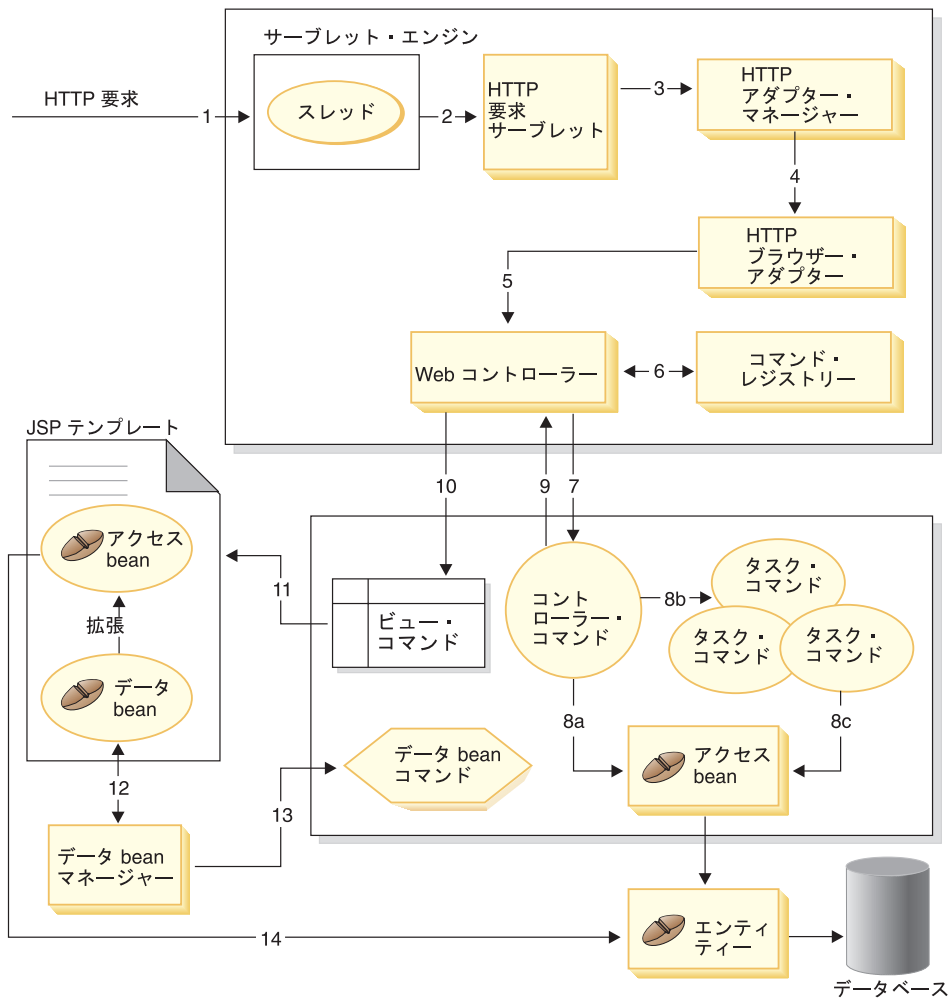
Instance_name.xml 構成ファイル

instance_name.xml 構成ファイルは、インスタンスの構成情報を設定します。これは、要求サーブレットの初期設定時に読み取られます。

HTTP 要求の要約

このセクションでは、インターネット・ブラウザからの要求に応じる、コンポーネント間のフローの要約を示します。類似のフローが、その他の要求のタイプに使用されます。

各ステップの説明をダイアグラムの下に示します。



以下の情報は、上記のダイアグラムに対応しています。

1. HTTP 要求が、WebSphere Application Server プラグインによってサーブレット・エンジンに送信されます。
2. 要求が独自のスレッドで実行されます。サーブレット・エンジンが、要求を HTTP 要求サーブレットにディスパッチします。
3. HTTP 要求サーブレットが、要求を HTTP アダプター・マネージャーに渡します。
4. HTTP アダプター・マネージャーは、要求がインターネット・ブラウザから出されているかどうかを判別して、要求を HTTP ブラウザー・アダプターに渡します。
5. HTTP ブラウザー・アダプターが、要求を Web コントローラーに渡します。
6. Web コントローラーが、コマンド・レジストリーを参照して呼び出すコマンドを判別します。
7. この要求ではコントローラー・コマンドを使用する必要があると想定して、Web コントローラーは、適切なコントローラー・コマンド (ビュー・コマンドを呼び出すもう一方のオプション) を呼び出します。コントローラー・コマンドは、1 つまたは複数の Entity Bean を使用してデータベースにアクセスすることがあります。
8. コントローラー・コマンドの実行が開始されると、考えられる進展には次のようなものがあります。
 - a. コントローラー・コマンドが、アクセス bean とそれに対応する Entity Bean を使用してデータベースにアクセスすることがあります。
 - b. コントローラー・コマンドが、1 つまたは複数のタスク・コマンドを呼び出すことがあります。
 - c. タスク・コマンドが、アクセス bean とそれに対応する Entity Bean を使用してデータベースにアクセスすることがあります。
9. 完了時に、コントローラー・コマンドは、ビュー・コマンドの名前を Web コントローラーに戻します。
10. Web コントローラーは VIEWREG テーブルでビュー名を検索します。これは、リクエストの装置タイプごとに登録されたビュー・コマンド・インプリメンテーションを呼び出します。
11. ビュー・コマンドが、テンプレートを表示するために要求を転送します。
12. JSP テンプレート内には、データベースから動的情報を取り出すためにデータ bean が必要です。データ bean マネージャーが、データ bean を活性化させます。
13. データ bean マネージャーが、必要であればデータ bean コマンドを呼び出します。
14. データ bean の拡張元となったアクセス bean が、対応する Entity Bean を使用してデータベースにアクセスします。

カスタマイズ可能コンポーネント

ビジネス・ニーズによっては、コンポーネントを拡張したり、修正したり、新しいコンポーネントを作成することが必要であると分かる場合があります。一般に、カスタマイズは以下のタイプのコンポーネントに対して行われます。

- コントローラー・コマンド

新しいビジネス・プロセスが必要な場合、コントローラー・コマンドを作成できます。追加機能を組み込むために既存のコントローラー・コマンドを拡張するか、またはコントローラー・コマンドを置き換えます。現在のインプリメンテーションとはかなり異なる既存の WebSphere Commerce コントローラー・コマンドをインプリメントする必要がある場合は、コントローラー・コマンドを置き換えます。

- タスク・コマンド

新しいコントローラー・コマンドを作成する場合、たいいていは、新しいタスク・コマンドが必要です。これらのコマンドは、新しいビジネス・プロセスを作成するために必要な個々の作業を実行するために使用されます。新しいタスク・コマンドは、既存の WebSphere Commerce タスク・コマンドを置き換えることもできます。タスク・コマンドを置き換えることによって、コントローラー・コマンドのロジック内の特定のステップを変更できます。さらに、既存のタスク・コマンドを拡張して、現在のビジネス・ロジックの前後に新しいロジックを追加することができます。

- Entity Bean

WebSphere Commerce の一般公開 Enterprise Bean を拡張したり、新しい Entity Bean を作成したり、新しいステートレス・セッション bean を作成したりできます。

- データベース・テーブル

既存のデータベース・スキーマがビジネス要件を完全に満たさない場合は、データベース・スキーマを変更することが必要な場合があります。追加情報をデータベース・スキーマに挿入するときは、データを保管するための新しいテーブルを作成する必要があります。既存のテーブルに新しい列を追加してはなりません。この制限は、将来のリリースへのマイグレーションを簡単にすることを目的としています。

- JSP テンプレート

既存の JSP テンプレートを変更して、ストアのルック・アンド・フィールによりよく合うようにします。新しい JSP テンプレートを作成して、既存のテンプレートを置き換えるか、または新しいビューを作成します。

WebSphere Commerce サブシステムのカスタマイズ

WebSphere Commerce Server には、以下に示すサブシステムが含まれています。

- カタログ
- オーダー
- メンバー
- 取引

- 在庫
- マーケティング

サブシステムのカスタマイズは、特定のアプリケーション要件に完全に依存しています。例としては、ギフト・レジストリーを追加するためのカタログ・サブシステムのカスタマイズ、バックエンド・インベントリーまたは価格設定システムにアクセスするためのオーダー・サブシステムのカスタマイズなどがあります。カスタマイズの実行には、新しいコマンド、Entity Bean、データ bean、およびデータベース・テーブルの作成や、既存のコマンド、Entity Bean、およびデータ bean の拡張などが関係します。カスタマイズに関する完全な情報については、「*WebSphere Commerce プログラマーズ・ガイド*」を参照してください。

第 9 章 ストアのデプロイ

ここでは、ストアのテストやステージング・サーバーの使用などの、ストアをオープンしてビジネスを行う前に考慮すべき事項について説明します。

テストにおける考慮事項

ストアの開発では、テストは必要かつきわめて重要な段階です。どのような IT システムであっても、テストすることは当然の自己規律と見なすことができます。ストアの開発チームには、有能なテスト担当者を配属する必要があります。

このセクションでは、ストアで実行すべきテストのタイプを紹介します。ただし、ここに掲載される内容で十分であるという意味ではありません。

単体テスト

ストアのコードを実動ベースに組み込む前に、特定の機能やコードを検査する目的です。これらのテストは、開発者自身のマシン上で実行すべきものです。コードをカスタマイズする場合は、VisualAge for Java 環境でそのコードを作成してから、それをテストします。

機能テスト

個々の機能を検証します。単体テストの実行が完了したら、Web サイトで提供するすべての機能をひとつおとり実行することができます。たとえば、税金が正しく計算されることを確かめるためなどにテストを実行します。

システム・テスト

単体テストまたは機能テストよりも広い範囲で機能がテストされます。システム・テストは、利用例のシナリオとして実行されます。ターゲットの実動環境が開発環境と異なる場合、ターゲットの実動環境と同じオペレーティング・システムを、システム・テスト環境で使用する必要があります。システム・テスト環境で使用するハードウェアは、完全に同じである必要はありません。システム・テストでは、完全なシナリオのテストを行わなければなりません。シナリオでは、ストアの作成、トランザクションの実行、およびそれらのトランザクションが正しく処理されることの確認などの、可能な限り多くのコンポーネントを対象としている必要があります。

統合テスト

統合テストは、ご自分のサイトから、バックエンドの在庫システムや請求システム (Payment Manager など) のような他のシステムにリンクする場合に実行します。テスト環境はターゲットの実稼働環境と同様のものにする必要があります。

ストレス・テスト

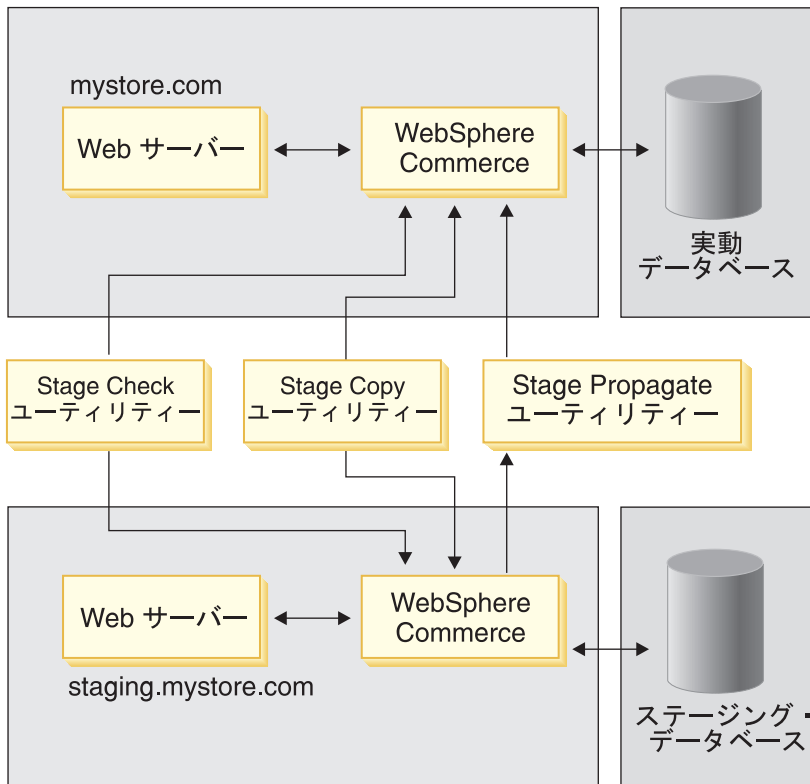
ご使用のサイトが、予想されるトラフィック・ボリュームに耐えられるかを検査します。ストレス・テスト環境は、できる限りターゲットの実稼働環境と同じものにする必要があります。

二次的な点として、ストレス・テストの結果を使用し、データベース・サーバー、Web サーバー、および WebSphere Commerce Server のための最適な設定を判定することができます。

ステージング・サーバー

ほとんどのオンライン・ストアは年中無休で営業しているため、保守を行ったり、システムへの変更をテストしたりするのが困難です。WebSphere Commerce ステージング・サーバーを使用すると、サイト管理者は、その実動サーバーのデータベースをステージング・サーバーにコピーして、顧客に影響を与えずに更新をテストできます。これは、商品カタログの更新内容をテストするのに便利であるとともに、新規のショッピング・プロセス・コマンドのテストにも重要です。

次のダイアグラムは、ステージング環境と実動環境がやりとりする情報の流れを示します。その後、コンポーネントを説明しています。



Stage Check ユーティリティ

実動データベースに変更を伝搬するには、Stage Check コマンドを実行して固有索引が競合する可能性を判別し、伝搬される前にその競合を訂正します。この Stage Check ユーティリティについては、変更と拡張が可能です。より多くのテーブル

やカスタマイズしたテーブルを STGUINDTAB テーブルに追加し、Stage Check コマンドを実行して潜在的なキーの競合をチェックできます。

Stage Copy ユーティリティ

管理者は、実動データベースからステージング・データベースにデータをコピーできます。サイト関連のテーブル、マーチャント関連のテーブル、または個人のテーブルにデータをコピーすることができます。

Stage Propagate ユーティリティ

管理者は、ステージング・データベースでの変更を実動データベースに伝搬させることができます。STAGLOG テーブルの情報は、実動データベース内の挿入、更新、または削除する必要のあるレコードを識別します。識別されたレコードはその後、レコードを実動データベース内で更新されます。STAGLOG テーブルでは、処理されたレコードが STGPROCESSED 列の 1 で示されます。

Stage Propagate ユーティリティは、データベース内の変更済みデータのみを伝搬することができます。データベース内のスキーマ変更を伝搬することはできません。たとえば、ステージング・データベース内で新規の索引またはテーブルを作成した場合、実動データベース内でその索引とテーブルを手動で作成しなければなりません。また、ステージングされたレコードによって参照されるすべての新しいイメージ・ファイル、HTML ファイル、または JavaServer Pages ファイルは、ステージング・サーバーから実動サーバーに手動でコピーしなければなりません。

ステージング・データベース

サイト管理者が更新を行ったりその更新をテストするために使用する制御された環境。ステージ・データベースには、実動データベースと同じスキーマが入っています。さらに、ステージング目的で使用される一連のテーブルと、ステージング・データベースで加えられた変更をログ記録するための一連のトリガーも入っています。

実動データベース

テスト済みのデータを伝搬する先の実稼働環境。

ステージング・サーバーの詳細については、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」を参照してください。

ステージング・サーバーの構成

どの WebSphere Commerce インスタンスであっても、ステージング・サーバーとしてセットアップすることができます。また、ステージング・サーバーの構成は、インストール時にもインストール後にも行うことができます。WebSphere Commerce のインストール中に行うステージング・サーバーのセットアップについては、「*IBM WebSphere Commerce Studio for Windows NT and Windows 2000 インストール・ガイド*、バージョン 5.4」を参照してください。インストールの後でステージング・サーバーをセットアップする方法については、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」を参照してください。

▶ 400 ステージング・サーバーのセットアップについては、「*IBM WebSphere Commerce Studio for iSeries/400 Installation Guide*、バージョン 5.4」で説明されています。

公開

WebSphere Commerce 環境で作成したストアは、WebSphere Commerce 実動サーバー (ビジネスを行うためのサーバー) に公開する必要があります。

開発およびテスト段階では、ストアはテスト・サーバーまたは開発サーバーに公開します。しかし、ストアをオープンしてビジネスを始める場合には、ストアを実動サーバーに公開する必要があります。

ストアを公開する WebSphere Commerce Server は、ご使用の開発環境と同じプラットフォーム上でも異なるプラットフォーム上でも稼働できます。たとえば、Commerce Studio を使用してストアを作成し、Windows 上で稼働する WebSphere Commerce Server のテスト用に公開してから、AIX 上で稼働する実動 WebSphere Commerce Server に公開し直すことができます。ストアをオープンして業務を始める前に、実動用に使用するのと同じプラットフォーム上でストアをテストする必要があります。

ストアの公開の詳細と、ステージング・サーバーおよび実動サーバーの詳細については、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」を参照してください。

第 3 部 ストアとサイトの管理および保守

本書のこの部分では、ストアの日常操作に関係した主なタスクを紹介します。

第 10 章 サイト管理

この章では、サイト管理者が一般に実行する、次のようなタスクについて特に説明します。

- アクセス管理
- サイトのメッセージング・システムの定義
- 実動サーバーへのルール・サービスの伝搬
- Payment Manager の構成
- キャッシュの構成と保守
- スケジューラーの構成
- ログインの構成
- データベースの保守
- WebSphere Application Server の管理
- Web サーバーの管理
- システム・パフォーマンスのモニター
- サイトのセキュリティーの確保
- トラブルシューティング

管理コンソールを開く

管理コンソールを開くには、以下の Web アドレスをブラウザ上で入力します。

```
https://host_name:8000/adminconsole
```

host_name は、WebSphere Commerce Server の完全修飾 HTTP ホスト名です。

アクセス管理

WebSphere Commerce でのアクセス制御は、個々のユーザーが実行できるタスクと関係しています。サイト管理者は、ストア管理者と他のすべての管理者を指名したり、管理者がアクセスできる組織を指定することができます。許可を受けた関係者しか機密情報にアクセスできないようにするために、サイト管理者は、各管理者にパスワードを割り当てなければなりません。このようにすることで、商品情報の更新などの重要な責務を制御することができます。

組織、役割、およびユーザーの定義

WebSphere Commerce の企業間取引サイトの中の組織は、各セラー組織および各バイヤー組織を表します。したがって、サイト管理者は、ストアを所有する組織のアクセス制

御の特性と、そのストアから購入する各組織のアクセス制御の特性の両方を定義しておく必要があります。アクセス制御の特性は、アクセス制御ポリシー において指定されます。 B2C (business-to-consumer) サイトにおいてサイト管理者は、ストアで購入する消費者ではなくストアを所有するセラーを表す組織を作成します。

アクセス制御ポリシーは、WebSphere Commerce システムへのアクセスを制御する柔軟で拡張可能な方法を提供します。以下のセクションで紹介するステップは、サイト管理者が知っておくべき基本ステップです。詳細は、以下のテクニカル・ライブラリーのページで入手可能な、「Access Control User's Guide」を参照してください。

▶ Professional

http://www.ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit-tech-general.html

▶ Business

http://www.ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit-tech-general.html

管理コンソールを使用して組織を定義する以外に、ローダー・パッケージを使用して組織をデータベースに移植することも可能です。詳しくは、オンライン・ヘルプを参照してください。オンライン・ヘルプは、Technical Library ページから入手可能です。

セラー組織の定義

1. ストアを所有する組織を作成します。
2. (オプション) 組織の中のどの処理に承認が必要であるかを定義します。このステップは、企業間取引のサイトにのみ必要です。
3. 組織に役割を割り当てます。
4. ユーザーを作成します。そして、役割にユーザーを割り当てます。

バイヤー組織の定義

5. バイヤー組織を作成します。
6. (オプション) 組織の中のどの処理に承認が必要であるかを定義します。
7. 組織に役割を割り当てます。
8. ユーザーを作成します。そして、役割にユーザーを割り当てます。
9. 必要に応じて、5 から 8 までのステップを、各バイヤー組織単位ごとに繰り返します。組織単位とは、組織の中の単位です。たとえば、IBM という組織の中に電子商取引部門という組織単位が含まれていることが考えられます。

組織

組織には、名前、説明、住所、および担当者についての情報を含むプロフィールがあります。企業間取引サイトの場合、ストアの販売先であるそれぞれの顧客が組織として定義される必要があります。 B2C (business-to-consumer) サイトの場合、サイト上にあるストアごとに組織を作成したり、1 つの組織にすべてのストアを含めたりできます。サイト管理者は、新しい組織を作成して、その中でストアを発行できます。

組織を定義するには、以下の手順で行います。

1. 管理コンソールをサイト管理者として開き、サイトをクリックします。サイト管理コンソールが立ち上がります。
2. 「アクセス管理」メニューから、「組織」を選択します。そのサイトのための組織および組織単位のリストが表示されます。
3. リストから、「新規」をクリックし、新規組織または新規組織単位をサイトに追加します。「新規組織」ウィザードが立ち上がり、はじめに「詳細」ページが表示されます。フィールドに適切な情報を入力して、「次へ」をクリックし、それぞれのページを保存します。
4. すべてのページが完了したら、「連絡先情報」ページで「終了」をクリックし、組織を作成します。

組織あるいは組織単位が定義されると、デフォルトのアクセス制御ポリシー がその組織と関連付けられます。これらのアクセス制御ポリシーは、そのまま使用できます。

承認が必要な処理の定義

Business ストアのビジネス・ポリシーに応じて、処理によっては承認が必要な場合があります。承認の処理は、企業間取引サイトでしか必要ありません。企業消費者間取引の場合、サイト管理者は承認をセットアップする必要はありません。デフォルトとして、以下の処理には承認が必要であると定義できます。

- RFQ 応答の承認
- オーダー処理の承認
- 契約送信の承認
- ユーザー登録の承認

承認者の定義については、「Technical Library」ページで入手できる「オンライン・ヘルプ」を参照してください。

Professional

http://www.ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit-tech-general.html

Business

http://www.ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit-tech-general.html

どの処理に承認が必要であるかを定義するには、以下の手順で行います。

1. 「アクセス管理」メニューから、「組織」を選択します。サイト用の組織のリストが表示されます。
2. 取引を行いたい組織の横にあるチェック・ボックスをオンにし、「承認」をクリックします。「承認レベルの選択」ダイアログが表示されます。
3. 「使用可能な役割」フィールドから承認が必要な処理 (1 つ以上) を選択し、「追加」をクリックします。

4. 「OK」をクリックすると、その組織で承認が必要な処理が定義されます。

役割

サイト管理者は、特定の役割をすべての組織に割り当てる必要があります。その後、サイト管理者は、それらの役割にユーザーを割り当てることができます。たとえば、企業間取引サイトにおいて、サイト管理者はバイヤー組織に対し、バイヤー管理者、バイヤー承認者、およびバイヤー（購買サイド）という役割を割り当てることが可能です。

WebSphere Commerce システムは、デフォルトで以下の役割のセットを提供しています。



サイトの運用

- サイト管理者
- ストア管理者

サイトおよびコンテンツの作成

- ストア開発者

ロジスティクス / オペレーション

-  B2C オペレーション・マネージャー
-  B2B ロジスティクス・マネージャー
- 梱包担当者
- 受取人
- 返品担当者
- セラー

商品の管理

- バイヤー（販売サイド）
- カテゴリー・マネージャー
- プロダクト・マネージャー
- セラー

セールスの管理

- セールス（アカウント）マネージャー
- アカウント担当者
- 顧客サービス・スーパーバイザー
- 顧客サービス担当者
- セラー

マーケティングの管理

- マーケティング・マネージャー
- セラー

組織の管理

- セラー管理者

- バイヤー管理者
- バイヤー承認者
- バイヤー (購買サイド)
- セラー

セラーの役割は、ビジネスと関連するあらゆる役割を実行できるという点に注意してください。サイト管理者の役割は、WebSphere Commerce システムにおけるすべてのタスクを実行できます。

販売サイド組織への役割の割り当て

ストアが、企業間取引のためのストアであるのか、企業消費者間取引のためのストアであるのかによって、割り当てる必要のある役割が異なってきます。少なくとも、以下の役割は割り当てる必要があると考えてください。

企業間取引

- ストア管理者
- セラー
- ストア開発者
- セラー管理者

企業消費者間取引

- ストア管理者
- セラー
- ストア開発者

購買サイド組織への役割の割り当て

サイト管理者は、バイヤー管理者とセラー管理者を割り当てる必要があります。バイヤー管理者は、バイヤー組織のために、その他のすべての役割とユーザーを割り当てることができます。セラー管理者は、セラー組織のために、その他のすべての役割とユーザーを割り当てることができます。いずれの管理者も、組織管理コンソールを使用します。詳しくは、オンライン・ヘルプをご覧ください。

ユーザー

WebSphere Commerce でユーザーに役割が割り当てられると、そのユーザーには WebSphere Commerce システム内で特定のタスクを実行する権限が与えられます。ほとんどの場合、そのようなデフォルトの権限で十分です。ユーザーを作成するには、以下の手順で行います。

ユーザーの作成

1. 管理コンソールをサイト管理者として開き、サイトをクリックします。サイト管理コンソールが立ち上がります。

2. 「アクセス管理」メニューから「ユーザー」を選択します。「ユーザー」ページが表示されます。
3. 「新規」をクリックし、新規ユーザーをサイトに追加します。「新規ユーザー」ウィザードが立ち上がり、はじめに「詳細」ページが表示されます。フィールドに適切な情報を入力して、「次へ」をクリックし、それぞれのページを保存します。すべてのページが完了したら、「メンバー・グループ」ページで「終了」をクリックし、ユーザーを作成します。

ユーザーへの役割の割り当て

4. サイト用のユーザーのリストの中から、取引を行いたいユーザーの横にあるチェック・ボックスをオンにし、「役割」をクリックします。「役割」ダイアログが開きます。
5. ユーザーに役割を割り当てるためには、「使用可能な役割」リストの中から、ユーザーに割り当てたい役割を選択し、「追加」をクリックします。すると、選択した役割が、「使用可能な役割」リストから「選択した役割」リストに移動されます。
「使用可能な役割」リストには、現行組織に割り当てられているすべての役割が表示されています。
6. ユーザーに割り当てるすべての役割について、ステップ 5 を繰り返します。
7. 「OK」をクリックするとユーザーの役割が定義されます。

セキュリティ

e-commerce サイトで成功するための重要な要素は、セキュリティです。顧客は、自分の個人情報がインターネットを通じて伝送されるため、セキュリティに対する懸念を抱えています。さらに、自分の情報資産やシステムを保護することに注意する必要があります。

WebSphere Commerce には、セキュリティ戦略の実施に役立つ機能が用意されています。次のセクションでは、セキュリティのトピックとして、認証、ユーザー登録、およびサイトのセキュリティ強化について簡単に説明します。

認証

ビジネスをオンラインで実行するには、2 (またはそれ以上) の通話者が主に相互に作用することになります。認証とは、通話者がお互いの識別を信頼することができること (つまり、お互いに誰であるかを名乗ること) を意味します。WebSphere Commerce には、次の 2 つの認証モードがあります。

- カスタム認証
- X.509 認証

カスタム認証

カスタム認証の場合、サイトにログオンするためのカスタマイズ可能フォームが顧客に示されます。このフォームは、WebSphere Application Server で構成された LDAP ユーザー・レジストリーに対して、顧客の ID を認証します。

LDAP (Lightweight Directory Access Protocol): LDAP はディレクトリー・サービスへアクセスするためのクライアント・サーバー・プロトコルです。これは X.509 へのフロントエンドとして使用されますが、スタンドアロン・サーバーやその他の種類のディレクトリー・サーバーにも使用することができます。LDAP をさまざまなクライアント間の情報共有をサポートする、集中情報リポジトリーとして使用することができます。

LDAP はユーザーを認証したり、情報を管理する標準的な方法を提供しています。これにより、ユーザーは 1 度に複数のアプリケーションに登録でき、さらに複数のアプリケーションにログオンできるようになるソリューションを作成することができます。

▶ Linux WebSphere Commerce の LDAP ソリューションは、SecureWay Directory です。

▶ 400 OS/400 Directory Services は OS/400 for iSeries に組み込まれています。

X.509 認証

WebSphere Commerce では、セキュリティー・メカニズムとしてクライアント証明書によるログオンをサポートし、サイトと顧客の両方を保護しています。X.509 クライアント証明書が認証で使用される場合、WebSphere Commerce は Web サーバー・プラグインを使用して、適切な WebSphere ユーザー・レジストリーに照らして証明書を認証します。また、クライアント証明書の Web サーバー検査も行います。

X.509 証明書の使用を開始する前に、X.509 証明書の電子認証を処理するために、外部の認証局との信頼関係を計画する必要があります。

ユーザー登録

顧客は、サイトと対話するためにサイトへの登録が必要となる場合があります。

WebSphere Commerce は、顧客情報のストレージに対して 2 つのタイプのユーザー登録をサポートします。1 つはディレクトリー・サーバー (IBM SecureWay Directory Server または OS/400 Directory Services (LDAP)、Netscape iPlanet Directory Server、Domino Directory Server、または Windows 2000 Active Directory Service など) で、もう 1 つはユーザー登録用の WebSphere Commerce データベースとコマンドの使用です。認証とユーザー・プロファイルの両方に LDAP を使用できます。

サイトのセキュリティー強化

WebSphere Commerce のセキュリティーを強化するため、構成マネージャーの次の機能を使用可能にできます。

構成マネージャーにおけるセキュリティー設定の定義

ログイン・タイムアウト

長時間にわたって非アクティブな状態にいる WebSphere Commerce ユーザーは、システムからログオフされ、もう一度ログオンするように要求されます。その後、正常にログオンすると、WebSphere Commerce はユーザーがログオン前に行った要求を実行します。ログオンに失敗した場合は、ログオン前の要求は廃棄され、ログオフされたままになります。

パスワードの無効化

パスワードの有効期限が切れた場合、WebSphere Commerce ユーザーにパスワードを変更するように要求します。この場合、ユーザーはパスワードの変更を行うページにリダイレクトされます。パスワードの変更が済むまで、サイトの保護されたページには一切アクセスできません。

パスワードによるコマンドの保護

WebSphere Commerce にログオンしている登録済みユーザーが、指定された WebSphere Commerce コマンドを実行する要求を行うときに、パスワードの入力を要求します。

データベースの更新ツール

WebSphere Commerce データベース内のマーチャント・キー、およびパスワードやクレジット・カードなどの暗号化されたデータを、データベース更新ツール・ノードを使って更新します。

クロス・サイト・スクリプト保護

不許可に指定されている属性と文字が含まれているユーザー要求を拒否します。

セキュリティー・チェック

セキュリティー・チェック・プログラムを起動して、中間ファイル内での潜在的な機密漏れをチェックします。通常、起動セキュリティー・プログラムは定期的なジョブとして実行され、デフォルトでは月に 1 度実行するように設定されています。

アクセス・ロギング

アクセス・ロギングを使用可能にすることで、WebSphere Commerce に対するすべてのセキュリティー上の脅威を識別します。アクセス・ロギングの機能は、WebSphere Commerce サーバーへの着信要求すべてを記録するか、あるいはアクセス違反となった要求だけを記録します。アクセス違反の例としては、認証失敗、コマンド実行に不十分な権限、あるいはサイトのパスワード規則に違反するパスワードのリセットがあります。この機能が使用可能となっていれば、WebSphere Commerce 管理者は迅速に WebSphere Commerce システムに

対するセキュリティの脅威を識別できます。

管理コンソールにおけるセキュリティ・ポリシーの定義

アカウント

アカウント・ポリシーは、パスワード・ポリシーやアカウント・ロックアウト・ポリシーなどのアカウントに関連するポリシーを定義します。アカウント・ポリシーを作成したら、ユーザーに割り当てることができます。サイト管理者は、顧客および管理者の両方のためにアカウント・ポリシーを作成できます。

パスワード

パスワード・ポリシーでは、パスワードが従う必要のある属性を定義します。パスワード・ポリシーで、以下の条件を決定します。

- ユーザー ID とパスワードが同じでよいか
- 連続する最大文字数
- 文字の最大インスタンス
- パスワードの最長存続時間
- 英字の最小文字数
- 数字の最小文字数
- パスワードの最低限の長さ
- ユーザーの以前のパスワードを再利用できるか

アカウント・ロックアウト

アカウント・ロックアウト・ポリシーは、以下の属性を決定します。

- アカウント・ロックアウトのしきい値。無効なログオンの試行回数がこの値に達すると、アカウントが使用不可になります。
- 連続したログイン失敗による遅延。連続するログイン試行の時間間隔を 2 倍にします。

アカウントがロック状態になった後、WebSphere Commerce は、サイト管理者とアカウント所有者の両方に通知を送り、ユーザー・アカウントの状況を知らせます。

セキュリティ・チェック

セキュリティ・チェック・プログラムを起動して、中間ファイル内での潜在的な機密漏れをチェックします。通常、起動セキュリティ・プログラムは定期的なジョブとして実行され、デフォルトでは月に 1 度実行するように設定されています。

アクセス制御ポリシー

アクセス制御ポリシーは、WebSphere Commerce のリソース上で、ユーザーまたはユーザー・グループが特定のアクションを実行することを許可します。1 つ以上のアクセス制御ポリシーによって許可されない限り、ユーザーはどの機能にもアクセスすることが

できません。アクセス制御ポリシーは、特定のユーザー・グループに、指定されたリソース・グループのリソース上で特別なアクションを実行する権限を付与します。

ほとんどのビジネスにおいては、WebSphere Commerce に備えられているアクセス制御ポリシーのデフォルト・セットで十分間に合うはずですが、必要であれば、サイト管理者がデフォルト・ポリシーを変更するか追加ポリシーを作成することができます。

アクセス制御ポリシーは、4 つのエレメントで構成されています。

ユーザー・グループ

制御ポリシーが適用されるユーザーのグループ。

アクション・グループ

アクション・グループは、アクションのグループのことです。

アクションとは、ユーザーがリソース上で実行できる一連の操作です。一般に、アクションは Java コマンドにマップします。リソース・グループが契約のようなビジネス・オブジェクトである場合には、アクションは「作成」または「承認」というものになります。リソース・グループが関連するコマンドのコレクションである場合には、アクションはおそらく「実行」になります。アクション・グループを表示、作成、更新、および削除できるのはサイト管理者のみです。

リソース・グループ

制御ポリシーが制御するリソース。リソース・グループには、「契約」や「取引ポジション」などのビジネス・オブジェクト、あるいは関連するコマンドのセットが含まれることがあります。

関係

各リソース・タイプには、関係のセットを関連付けることができます。各リソースは、それぞれの関係を実行する一連のメンバーを指定できます。

アクセス制御ポリシー内に含まれるエレメントは、ある特定のユーザー・グループに属するユーザーに対して、特定のリソース・グループに属するリソース上のアクション・グループの中で指定されているアクションを実行する許可が与えられているということを指定します。ただし、ユーザーがそのリソースに関して特定の関係を満たしているということを前提とします。

アクセス制御ポリシーの保守

WebSphere Commerce をインストールすると、defaultAccessControlPolicy.XML に定義済みのデフォルトのアクセス制御ポリシーがデータベースにロードされます。サイト管理者は、管理コンソールを使用するか、またはデータベースのテーブルを直接アップデートすることで、アクセス制御ポリシーの新規作成、またはデフォルトのポリシーの変更を行うことができます。このような方法でアクセス制御ポリシーを変更すると、defaultAccessControlPolicy.XML ファイルがデータベース内のポリシー情報に同期しなくなります。

サイト管理者は、ローダー・パッケージを使用してデータをロードする前に、必ずデータベースに対して Extractor ユーティリティー・ツールを実行しなければなりません。Extractor ユーティリティー・ツールの実行については、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」を参照してください。

パフォーマンスのモニター

このセクションでは、サイトのパフォーマンスをモニターするために使用されるツールである、パフォーマンス・モニターについて概説します。

パフォーマンス・モニター

パフォーマンス・モニターは、ローカル・マシンまたはリモート・マシンから WebSphere Commerce サーバーのパフォーマンスを測定するためのツールです。パフォーマンス・モニターで収集された情報を使用することにより、パフォーマンス上の問題を検出したり、パフォーマンスの傾向を分析することができます。サイト管理者は、管理コンソールからパフォーマンス・モニターを立ち上げることができます。

WebSphere Commerce Server は URL、タスク、および JSP の統計を集めます。各データ・キーには、関連した一連のコンテナーがあり、それらのコンテナーが次の情報を提供します。

- 出現回数
- タスクに費やした合計時間
- 最大時間
- 最小時間
- 値の 2 乗の合計
- 標準偏差
- ストア番号 (SID)
- 最後の応答時間
- 最後のアクセス時間

サイト管理者は、パフォーマンス・モニターを使用して、以下のタスクを実行することができます。

- データ・キーのリセット (特定の期間内のコマンドをモニターする)
- コマンドのパフォーマンスの照会

デフォルトでは、パフォーマンス・モニターは使用可能になっていません。これを使用可能にするには、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」の指示に従ってください。

その他のパフォーマンス・ツール

サイト管理者は、次のツールも使用しなければならないことがあります。

- WebSphere Application Server Resource Analyzer

Resource Analyzer は、WebSphere Application Server 用の独立型のパフォーマンス・モニターです。Analyzer は、管理サーバーを定期的にポーリングすることによって、パフォーマンス・データを検索します。データは継続的に収集され、必要に応じて Analyzer 内部から検索されます。収集するデータのレベルは、WebSphere Advanced Administrative Console を使用して指定します。テーブルや図表の中のデータを検索して表示したり、データをログ・ファイルに保管したりするには、Analyzer のグラフィカル・インターフェースを使用します。

- WebSphere Site Analyzer

WebSphere Site Analyzer は、Web サーバー・ログを使用してサイト・アクティビティを分析します。WebSphere Site Analyzer は、ユーザー、アクセスされたページやリソース、受信されたエラー・コードなどの有用な情報を判別できます。

WebSphere Commerce で Site Analyzer を使用する場合は、NCSA Combined ログ形式を使用してください。

WebSphere Commerce は DB2 または Oracle と共にインストールできますが、Site Analyzer は、DB2 から抽出されたデータの分析しかサポートしません。

WebSphere Site Analyzer については、

<http://www.ibm.com/software/webservers/siteanalyzer/> の Web アドレスをご覧ください。

- Commerce Studio Page Detailer

Web ページを分析し、ID、サイズ、ソース、およびページ上の各アイテムの送付に要する時間を表示するために使用します。これらの詳細情報は、エンド・ユーザーの経験分野を広げるためにパフォーマンスを改善できる領域を識別するために使用できます。Page Detailer は、Commerce Studio の他のコンポーネントを実行しなくても利用できます。

- Segue SilkPreview

SilkPreview は、ロード・テストと拡張容易性テストを導入します。SilkPreview は、Web ページのアクセス時間をモニターし、アプリケーションの性能が低下していないかどうかについての貴重な見通しを与えます。また、SilkPerformer に含まれている機能のサブセットを備えています。SilkPerformer は、WebSphere Commerce および WebSphere Commerce Studio に含まれています。

パフォーマンスに関して検討すべき、以下のいくつかの別の分野があります。

一般的なパフォーマンスに関する問題

- セキュリティー (構成、タイムアウト、認証、およびアクセス制御)
- Web サーバーの問題 (プロセスの処理、リソースの使用、高速な応答のためのキャッシュ・アクセラレーター)
- WebSphere エンジンの問題 (Java Virtual Machine つまり JVM、トランスポート・キュー、JSP ファイルのキャッシング、EJB コンテナ)

- セッション管理 (キャッシング、セッションのメモリーへの保管またはセッションのデータベースへの保管)
- NFS (ネットワーク・ファイル・システム) パフォーマンスの調整 (ファイル・サーバーの調整)

構成

このセクションでは、サイト管理者が管理コンソールを使用して構成するいくつかのタスクについて説明します。

メッセージング・サービス

メッセージング・サービスによって、サイト管理者は、サイトやストアでの特定のメッセージの配達をセットアップおよび管理することができます。 WebSphere Commerce メッセージング・システムにより、WebSphere Commerce 内で生成されるメッセージの定義と送信のすべての局面を管理できます。アウトバウンド・メッセージング・システムを構成するには、管理コンソールを使用します。メッセージング・システムでは、Eメールやプレーン・ファイルなどの方法でメッセージを送信することができます。Eメールの場合、サポートされているアウトバウンド・プロトコルは SMTP であり、メッセージのエンコードは、指定されている言語によって異なります。プレーン・ファイルのメッセージは、UTF-8 エンコード規格を採用しています。オプションとして、メッセージング・システムが MQSeries を使用してバックエンド・システムにメッセージを送信するように構成することもできます。

WebSphere Commerce には、コモン・コネクタ・フレームワーク (CCF) をインプリメントしたプラグイン・モデルを使用しています。このモデルはメッセージング・サービスとさまざまな伝送メカニズムをつなぐ単一のインターフェースを備えています。システム内でメッセージが生成されると、適切なトランスポート方式と構成とが選択され、そのメッセージはコモン・インターフェースを介して送られます。これによって、WebSphere Commerce 以外のトランスポート方式の詳細情報を、メッセージング・サービスから分離することができます。この結果として、きわめて柔軟な拡張しやすいシステムが実現します。ビジネスのニーズや環境に合わせて容易にソリューションをカスタマイズできます。

サイト管理者は、サイトで採用するトランスポート方式の決定と構成を行います。サイト管理者は以下のタスクを実行します。

- メッセージ配達の手段 (以下「トランスポート」) を追加する
- トランスポートを構成する
- メッセージのトランスポート割り当てを表示する
- メッセージ・タイプ (メッセージ記述、重大度、トランスポート、または装置形式の追加、変更、または削除) を構成する

ストア管理者は、自分のストアで使用するトランスポート方式を使用可能にします。ストア管理者は、トランスポートの設定を変更してメッセージ・タイプにトランスポート方式を割り当てるか、またはサイト管理者が作成した設定を受け入れることができます。ストア管理者は以下のタスクを実行します。

- トランスポート方式を追加する
- トランスポート方式を活動化 / 非活動化する
- トランスポート方式を構成する (パラメーターの値の変更)
- メッセージのトランスポート割り当てを表示する
- メッセージ・タイプ (メッセージ記述、重大度、トランスポート、または装置形式の追加、変更、または削除) を構成する

ストア管理者がサイト・レベルの設定をオーバーライドすると、その設定に対して加えられる将来のすべてのサイト・レベルの変更がそのストアに影響します。

スケジューラー

スケジューラーとは、ジョブをスケジュールし、タイミング・スキームに基づくジョブを立ち上げるために主に使用される WebSphere Commerce Server のコンポーネントです。スケジュールされたジョブは、それぞれ別個のスレッドとして実行します。複数のジョブを同時に実行するようにスケジュールできます。ジョブとは、指定した時刻または間隔で実行するようにスケジュールされた WebSphere Commerce コマンドのことです。ジョブのタイミングを指定するには、AddJob コマンドのコマンド開始パラメーターと間隔パラメーターを使用します。データベースは、ジョブのトラッキング情報 (ジョブの開始時間、終了時間、および結果を含む) を保持します。

以下の場合、スケジューラーが実行している必要があります。

- IBM Payment Manager の実行中
- オークションの実行中
- 実動環境へのルール・サービスの伝搬中
- サイト管理者によるシステムの変更中 (複製環境において)
- 予定可能 (ATP) フィーチャーの使用
- サイトによる E メール・メッセージの送信中

CleanJob コマンドは、ジョブ参照番号またはタイム・スタンプに基づいて、WebSphere Commerce ジョブ・スケジューラーの状況テーブルからジョブを除去します。スケジューラーを頻繁に使用する場合は、スケジューラー状況テーブルが非常に大きくなるので、このコマンドを使用してそのサイズを小さくすることができます。次の例では、指定された時刻より前に完了するようにスケジュールされたすべてのジョブが消去されます。システムは指定されたエントリをスケジューラーの状況テーブルから削除します。

`http://host_name/webapp/wcs/stores/servlet/CleanJobendTime=2001:10:05:15:29:06&URL=baseball.jsp`

スケジューラーに自動消去ジョブを追加することもできます。自動消去ジョブは、タイム・スタンプまたはジョブ参照番号に基づいて、スケジューラーの状況テーブルからジョブを消去します。

スケジューラーには、管理コンソールからアクセスします。スケジューラーの使用の詳細については、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」を参照してください。

WebSphere Commerce Server のログ

メッセージをログ記録する目的は、WebSphere Commerce アプリケーションでの想定外のエラーや異常な状況が発生した場合に管理者に通知することです。ログ・ファイルは、十分な診断情報を提供することによって、サイト管理者が IBM に相談したり問題を再生したりせず問題に解決できるようにするためのものです。

サイト管理者は、構成マネージャーまたは管理コンソールを使用してロギングを構成します。管理コンソールを使用してロギングが構成された場合、ロギングの設定は WebSphere Commerce サーバーが再始動されるまで適用されません。WebSphere Commerce では、トレース・ファイルに出力するコンポーネントを選択できます。トレース・ファイルに入れる詳細の量も選択できます。高い障害レベルでトレースするアイテムが多ければ多いほど、システム全体に与えるパフォーマンスの影響も大きくなります。必要でない限り、WebSphere Commerce ロギングは必要最小限のコンポーネントの数に留めておく必要があります。障害レベルは、*normal* か *none* に設定してください。

診断ログ

トレースは、問題判別のメカニズムです。トレースは、ストア開発者が開発段階でコードをデバッグしたり、テクニカル・サポート・チームが顧客問題を解決するために役立ちます。デフォルトでは、トレース・データのログ・ファイル名は `ecmsg.log` です。

アクティビティ・ログ

アクティビティ・ログは、WebSphere Commerce システムのユーザー・アクティビティに関するデータを収集して保管します。

メッセージ

ユーザー・メッセージ

ブラウザーに表示されるこれらのメッセージは、アプリケーションの状態に関する情報を提示します。「システム使用不可」や「クレジット・カード番号が無効です」は、ユーザー・メッセージの典型的な例です。ユーザー・メッセージは、無効なユーザー入力や、無効なアプリケーション状態の結果として生成されます。

システム・メッセージ

サイト管理者、顧客サービス担当者、およびアプリケーション開発者

に診断情報を提供します。これらのメッセージは、システムの誤動作の後に出力されます。システム・メッセージはログ記録されます。システム・メッセージのタイプには、「エラー」、「警告」、「状況」、「デバッグ」、および「通知」があります。デフォルトでは、エラー・メッセージだけがログに記録されます。

IBM WebSphere Payment Manager

IBM WebSphere Payment Manager (Payment Manager) は、さまざまなプロトコルを使用できる、オンライン・ストア用の支払トランザクション・サーバーです。これは、サイトに現金レジスターのような機能を備えるもので、プロトコル固有のカセットを使って複数の支払メソッドをサポートします。カセットは、Payment Manager フレームワークに付加できるソフトウェア・コンポーネントです。カセットは汎用の決済コマンドおよび管理コマンドを、決済プロトコル固有の要求に解釈します。要求は、適切な宛先 (決済機関の Payment Gateway など) に転送されます。その結果は、従来の店舗の支払カウンターで、キャッシャーが支払カードを読み取る場合と同様です。Payment Manager は、インターネット支払いのバックグラウンド詳細をマーチャントに代わってすべて処理し、トランザクション管理を単純化するためのグラフィカル・インターフェースを備えています。

サイト管理者は、Payment Manager に関連する以下のタスクを実行します。

- ユーザーを構成する
- マーチャント設定を構成する
- Payment Manager 設定を構成する
- カセット設定を構成する
- トレースを使えるように構成する

ストア管理者は、Payment Manager に関連する以下のタスクを実行します。

- ユーザーを構成する
- マーチャント設定を構成する

注: Payment Manager 内では、「ユーザー」は常に管理者です。

Payment Manager については、WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプか、または以下に示す Web アドレスをご覧ください。

www.ibm.com/software/webservers/commerce/paymentmanager/lib.html

動的ページ・キャッシング

サイト管理者は、キャッシングがサイトに適しているかどうか判断する必要があります。キャッシングの構成は構成マネージャーを使用して行います。以下のセクションでは、キャッシングについての説明と、キャッシング方法を選択する前に考慮すべきいくつかの点について紹介します。タスク・レベルの情報については、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」を参照してください。

顧客がリンクをクリックして商品またはカテゴリーのページを表示するとき、時間の大半は、HTTP 要求の構文解析、データベースへのアクセス、およびページの動的作成に費やされます。サイト・トラフィックが多く、データベース内に多数の商品やカテゴリーのエントリーがある場合、ページのロードにかかる時間が長くなります。

サーバー上の HTTP 要求のほとんどは商品ページとカテゴリー・ページに対するものであり、これらは `CategoryDisplay`、`ProductDisplay`、`TopCategoriesDisplay`、および `StoreCatalogDisplay` コマンドによって動的に作成されます。これらのコマンドはデータベースから情報を検索し、その情報を JSP ページとして表示します。このページが最後に表示されてから、商品およびカテゴリー情報の変更がなければ、顧客が次に要求するときこのページを動的に再作成する必要はありません。キャッシュ内に格納されている同等の「静的」ページのサービスはより高速になります。WebSphere Commerce は、これを行うための「セッション独立」と「セッション従属」の 2 つのキャッシング方法を提供しています。キャッシュ可能コマンドの場合、この 2 つのキャッシング方式のいずれかを用いることができます。コマンドをキャッシュ可能にするためには、同じパラメーターで同じコマンドを表示しているのに、ユーザーによってそのコマンドの HTML 結果が異なるようであってはなりません。これらの方式を使ってページをキャッシュすれば、サーバー上の混雑が緩和され、顧客のダウンロード・プロセスの速度を大幅に向上させることができます。

アクセスされたページに対応するファイルがキャッシュ・ファイル・ストレージ内になれば、それは動的に生成されます。次にそのページは、キャッシュに保管されますが、データが変更されない限り再生成される必要はありません。

通常、個人情報設定されたカタログ・ページはキャッシュできません。個人情報設定されたカタログ・ページをキャッシュするには、次のいずれかの方法を用いてください。

- 個人情報設定されたコンテンツを別のフレーム内に入れる。
- 個人情報設定するコンテンツを顧客グループに基づかせる。

WebSphere Commerce キャッシュ構成のバリエーション

ページは、Web サーバーのキャッシュ・クライアントか、またはアプリケーション・サーバーのキャッシュ・クライアントによって、キャッシュ・デーモンの中から検索できます。Web サーバーのキャッシュ・クライアントは、Web サーバーからキャッシュ・デーモンに直接通信を行えます (126 ページの図 1 を参照)。Web サーバーのキャッシュ・クライアントが使用できるデータは、URL 情報だけです。そのため、Web サ

サーバーのキャッシュ・クライアントは、「セッション独立」のキャッシュ要求しか処理しません。Webサーバーのキャッシュ・クライアントを介してキャッシュ・デーモンに至るコード・パスは、アプリケーション・サーバーのキャッシュ・クライアントを介してキャッシュ・デーモンに至るパスより短くなります。そのため、Webサーバーのキャッシュ・クライアントを実行する場合は、スループットが多くなり、応答時間が短くなります。Webサーバーのキャッシュ・クライアントはWebサーバー内に存在するので、この構成は、3層環境内のアプリケーション・サーバーの作業負荷の軽減にも寄与します。また、3層環境では、Webサーバーのキャッシュ・クライアントを使用可能にするために、いくつかの手動セットアップが必要です。

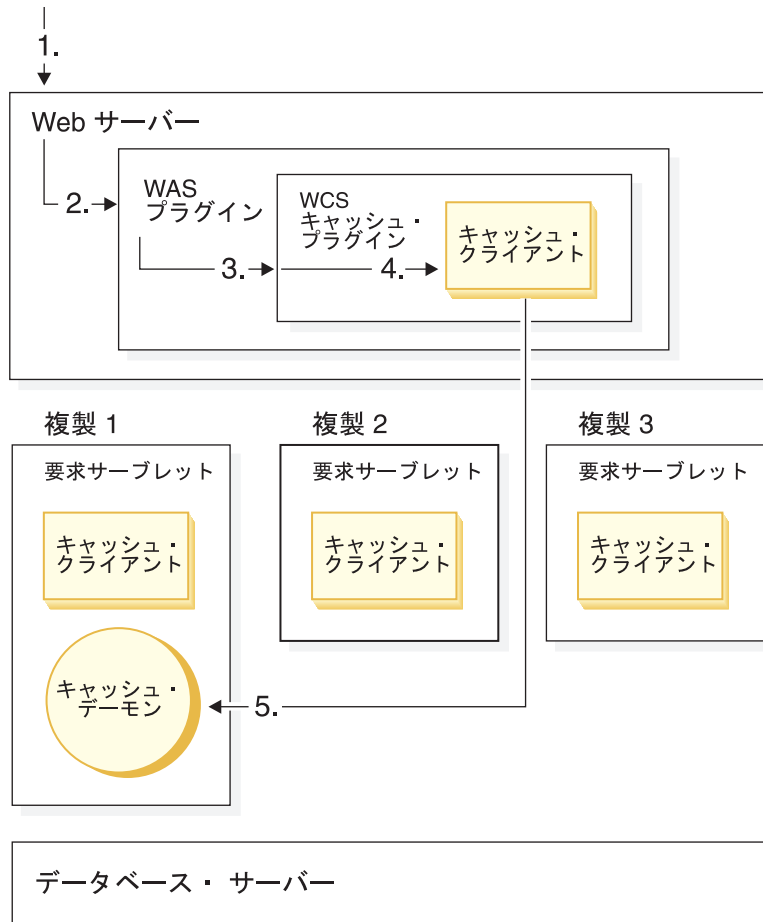


図1. Webサーバー・クライアントから検索されるキャッシュ・ページへのコード・パスを示すダイアグラム

アプリケーション・サーバーのクライアントは、アプリケーション・サーバー内のRequestServletからキャッシュ・デーモンに通信を行えます(127ページの図2を参

照)。アプリケーション・サーバーのキャッシュ・クライアントは、URL 情報と、データベースやセッションに固有な情報の両方にアクセスできるので、「セッション独立」と「セッション従属」の両方のキャッシュ要求を取り扱うことができます。アプリケーション・サーバーのキャッシュ・クライアントを実行する場合は、スループットが少なくなり、応答時間が長くなります。アプリケーション・サーバーのキャッシュ・クライアントを介してキャッシュ・デーモンに至るコード・パスは、Web サーバーのキャッシュ・クライアントを介してキャッシュ・デーモンに至るパスより長くなります。

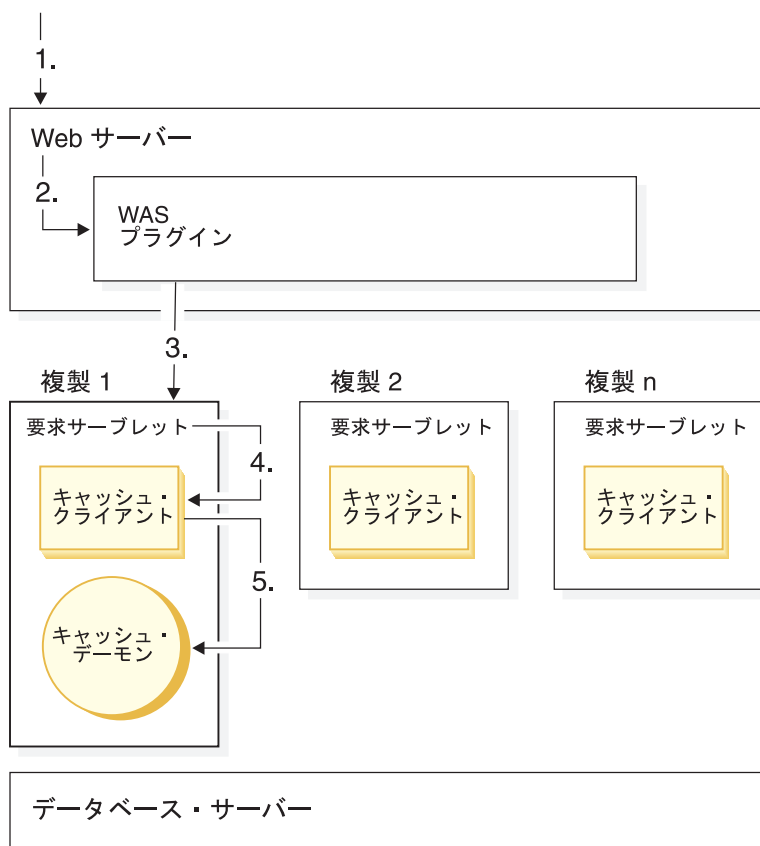


図2. アプリケーション・サーバー・クライアントから検索されるキャッシュ・ページへのコード・パスを示すダイアグラム

ページには、「セッション独立」か「セッション従属」のいずれかのページ索引付け方式を使用して、索引を付けることができます。

セッション独立

キャッシュ内で URL の情報に基づいてページに索引を付けることが可能な場合は、「セッション独立」のページ索引を付けてください。複数の通貨や顧客グループを使用する予定でない場合は、セッション独立キャッシングを使用可

能にします。この方式を使うと、ダウンロード・プロセスが大幅にスピードアップし、応答時間も速くなります。ページの格納に使用されるデフォルトのパラメーターは、URL に基づきます。必要に応じて、他のパラメーターを追加することもできます。セッション独立キャッシュは、ユーザー指定のコマンドのリストの結果を格納します。それ以降の同じコマンドの要求に対する応答として、そのキャッシュ・ページを提供します。

セッション従属

顧客グループ、言語、または通貨によってページを区別するサイトの場合は、この索引付け方式を使用します。このキャッシュは、ページの保管時または検索時に、言語、顧客グループ、価格グループ、優先通貨、およびその他のキャッシュ情報を判別します。そのため、どの顧客グループ内のユーザーも、自分の顧客グループのカタログ・ページしか見ることができないようになっています。顧客グループは内部で識別されます。番号は URL には表示されないの、顧客グループのページを表示するための方式は安全なものとなっています。デフォルトでは、セッション独立キャッシングに、CategoryDisplay、ProductDisplay、TopCategoriesDisplay、および StoreCatalogDisplay コマンドが使用可能です。

ルール・サービスの管理

WebSphere Commerce は、ルール・サービスを使って、Blaze Advisor ルール・サーバーと対話します。ルール・サービスは、2 つのアプリケーション間の通信に役立つインターフェースです。またルール・サービスは、WebSphere Commerce サーバー全体を停止することなくサイト内のルール・ベース部分を更新するための便利な手段にもなります。キャンペーン・コンポーネントが、Blaze Advisor ルール・サーバーと対話します。Blaze Advisor ルール・サーバーは、さまざまなコンポーネント向けにカスタマイズされたルール・ソリューション (たとえば割引など) をインプリメントするためにも使用できます。提供されたスキーマ・ベースの割引が自分のニーズに合わない場合には、ルール・ベースの割引インプリメンテーションをインプリメントしてもよいでしょう。

システムの保守

WebSphere Commerce は、他のいくつかのシステムに依存します。そのため、サイト管理者は、WebSphere Commerce に関連するシステムについて考慮する必要があります。

サーバーの使用状況

Web サーバーと WebSphere Commerce Server のサイズの増大と容量の使用状況をモニターします。ディスク装置、プロセッサおよびメモリーを追加するための計画を立てておいてください。

データベースの保守

オンライン・ストアで問題が起きないようにするため、データベース・サーバー (DB2 または Oracle のいずれの場合も) の定期的な保守対策を取ることは重要です。

注: **400** 以下のデータベース保守タスクの一部は WebSphere Commerce for iSeries を使用したインプリメンテーションには適用されません。

スケジュール化したデータベースの保守

このセクションでは、スケジュール化して定期的に行う必要があるデータベース保守のさまざまな面について、詳しく説明します。

診断情報のログ記録: **400** 診断情報のログ記録に関するこのセクションは、WebSphere Commerce for iSeries を使用したインプリメンテーションには適用されません。

エラーおよびその他の診断情報をログ・ファイルに取り込み、問題の判別に使用することができます。DB2 を使用している場合、取り込む情報は `diaglevel` 構成設定で制御します。これは、データベース・マネージャー構成設定です (これに対比するのがデータベース構成設定です)。この値は、2 (すべてのエラー) か 3 (すべてのエラーと警告) に設定することを推奨します。デフォルトでは `diaglevel` は 3 に設定されています。この情報を取り込むファイルのサイズを定期的にチェックして、スペースが不足しないようにしてください。DB2 では、このファイルは `db2diag.log` と呼ばれます。このファイルは、DB2 インスタンス・ディレクトリーにあります。

データベース・ログ: **400** データベース・ログに関するこのセクションは、WebSphere Commerce for iSeries を使用したインプリメンテーションには適用されません。

データベース・ログは、データベースに対して加えられたすべての変更を記録します。これらのログは、ロールバック処理、およびロールフォワード・リカバリー用に使用します。ログが保存されている物理位置、およびログ・パラメーターの設定が適切であることを確認してください。

データベースのバックアップ: データベースのバックアップは定期的に行う必要があります。DB2 には、オンライン とオフライン の 2 とおりのバックアップ方法があります。オンライン・バックアップの場合は、バックアップ・タスクの実行中でも、他のアプリケーションおよびプロセスはデータベースに接続したままで、データの読み取りおよび書き込みを行うことができます。オフライン・バックアップの場合は、バックアップ・タスクだけがデータベースに接続できます。特に、WebSphere Commerce Server サーバーはデータの読み取りや変更を行うことはできません。データベース・バックアップ戦略には、任意の組み合わせのバックアップ方式を含めることができます。たとえば、オンライン・バックアップは毎日実行して、オフライン・バックアップは週 1 回実行することができます。

DB2 データベースのオンライン・バックアップを実行できるようにするには、ロールフォワード・リカバリーを使用可能にします。ロールフォワード・リカバリーを使用可能にするには、ログ・アーカイブ (循環ログ記録の逆) を使用する必要があります。ログ・アーカイブはログ・ファイルを保管するのに対して、循環ログ記録はログ・ファイルを再利用します。データベースが作成されると、循環ログ記録が使用可能になります。ログ・アーカイブに切り換えるには、logretain または userexit データベース構成パラメーターのどちらか一方または両方を活動化します。また、データベース・バックアップと一緒にアーカイブ・ログ・ファイルを保管する対策も立てる必要があります。

オフライン・バックアップを使用する場合、週 1 回のバックアップを推奨します。オンライン・バックアップでは、1 日 1 回のバックアップをお勧めします。

テーブル・スペース管理: 400 テーブル・スペース管理に関するこのセクションは、WebSphere Commerce for iSeries を使用したインプリメンテーションには適用されません。

テーブル・スペースは、データベースとそのデータベースに保管されるテーブルとの間に、一定のレベルの間接参照を提供するストレージ・モデルです。DB2 データベースは、System Managed Storage (SMS) テーブル・スペース、または Database Managed Storage (DMS) テーブル・スペースのいずれかを使用します。SMS テーブル・スペースでは、オペレーティング・システムのファイル・システム・マネージャーが、テーブルの保管スペースの割り振りおよび管理を行います。一般的にストレージ・モデルは、ファイル・システム・スペースに保管された多くのファイル (テーブル・オブジェクトを表す) で構成されます。

DMS テーブル・スペースでは、データベース・マネージャーがストレージを制御します。このストレージ・モデルは制限された数の装置で構成されます。装置スペースは DB2 が管理します。管理コンソールがどの装置を使用するかを決定し、DB2 がその装置のスペースを管理します。基本的にこのテーブル・スペースは、データベース・マネージャーの要件に最大限合うように設計された、特殊な目的のファイル・システムをインプリメンテーションしたものです。これらの装置は、コンテナといえます。

SMS を使用している場合には、テーブル・スペースのサイズと使用可能なディスク・スペースを定期的に比較して、使用可能なディスク・スペースが十分あることを確認してください。DMS を使用している場合は、フリー・ページの数定期的にチェックし、ビジネス運用に十分なフリー・ページがあることを確認してください。

また、バッファ・プールのサイズを定期的にチェックし、これをテーブル・スペースに突き合わせる必要もあります。

アクセス・プランの生成: DB2 データベースは、アクセス・プランに従って参照を実行します。アクセス・プランは、データベースの統計をベースにします。この統計はデータベースの変更のたびに更新されるので、結果として最適なアクセス・プランも変

化します。このため、RUNSTATS ユーティリティを定期的に行うことをお勧めします。これによって、システム・カタログ・テーブルの統計が更新され、参照の最適化に役立ちます。多数のデータベース挿入が生成されるサイトの場合、最適なアクセス・プランを作成できるように、毎日このユーティリティを実行するようにしてください。

テーブルの再編成: データが削除された後は、データベース・テーブルを再編成することによってテーブル・スペースをレクラメーション処理できます。参照のアクセスが到着順 (レコードがテーブルに挿入される順序) に実行される場合には、再編成を行って削除済みの行を除去すれば、参照のパフォーマンスは向上します。

加えて、可変長列を含むテーブルを再編成することによってもパフォーマンスを向上させることができます。これは、オーバーフロー域にある未使用の断片が再編成によって圧縮されるためです。結果として、オーバーフローする行の読み取り時間を削減することになります。

DB2 データベースを再編成するには、REORG ユーティリティを定期的に行います。

400 データベースを再編成するには、RGZPFM ネイティブ・コマンドを定期的に行います。大規模データベース・ファイルに対してこのコマンドを実行するには、排他ロックが必要です。つまり、この操作が行われている間、他のジョブはこのテーブルにアクセスできません。このジョブは、サイトのトラフィック量が少なくなっている時間帯にスケジュールしてください。このコマンドを実行する前に、WebSphere Commerce サーバーをシャットダウンする必要があります。

データベース使用のモニター: データベースの増大と容量の使用をモニターし、ディスク装置、プロセッサおよびメモリーを追加するための計画を立てます。

データベース・クリーンアップ・ユーティリティ: WebSphere Commerce は、データベースから古いデータを消去するためのフレキシブルな手段である、データベース・クリーンアップ・ユーティリティ (または dbclean) を提供しています。古いデータや未使用のデータをデータベースから除去すれば、システム全体のパフォーマンスが向上する可能性があります。大量の冗長データがある場合は特にそう言えます。

データベース・クリーンアップ・ユーティリティは、データベースをクリーンアップするためのフレキシブルで拡張可能なツールです。これを使用すると、データベースの参照保全を維持しながら、テーブルを選択的にクリーンアップできます。データベース・クリーンアップ・ユーティリティは、次の 2 つの方法で消去を行います。

- トップダウン 方式では、カスケードの削除ルールを使用することにより、すべての子テーブル行が削除されます。この方式は、ボトムアップ方式より高速です。
- ボトムアップ 方式では、子テーブル行が先に削除され、その後で親テーブル行が削除されます。参照制約がある場合は、この方式を使用する必要があります。参照制約

とは、外部キーの非ヌルが、親キーの値と同じ場合にだけ有効になるという参照保全ルールです。通常、参照制約は子データが複数の親テーブルによって使用される時に指定されます。

データベース・クリーンアップ・ユーティリティーには、35 を超える事前設定クリーンアップ・オプションがあります。これらは、最も一般的に使用されるテーブルを対象としています。他の WebSphere Commerce テーブルまたは独自のカスタム・アプリケーション・テーブルには、他のものを定義できます。データベース・クリーンアップ・ユーティリティーを使用する前に、削除するデータを注意深く考慮してください。サイトでは、サイトの日常の操作と直接には関係しない目的のためにデータを保守する必要があります。たとえば、マーケティングやオーダー処理の目的でデータを保管しなければならない場合があります。

dbclean をまれにしか実行しないと、dbclean 操作の完了に長い時間がかかることがあります。このような場合は、データベース・サーバー上のシステム・リソースが大量に消費されることもあります。その結果、オンライン・ストアに混乱をもたらすことができるかもしれません。

クリーンアップ・ユーティリティーの使用方法については、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」を参照してください。

reorg および runstats の実行: DB2 には、クリーンアップとデータベース・パフォーマンスの向上のための、RUNSTATS と REORG という 2 つのコマンドがあります。REORG には、REORGCHK という付加的なコマンドがあります。データベース・アクセスを最適化するには、すべてのデータベース・テーブル上で RUNSTATS コマンドを定期的に行う必要があります。REORGCHK コマンドを使用して、データベース・テーブルの状態を定期的にモニターしてください。テーブルの編成がパフォーマンス上の問題の原因になっていると思われる場合以外は、テーブルを再編成する必要はありません。これらのコマンドについての詳細は、「DB2 UDB コマンド解説書」を参照してください。

DB2 データベースの場合、データベース・クリーンアップ・ユーティリティーを実行した後にテーブル・スペースを再利用 (レクラメーション処理) するには、REORG コマンドを実行する必要があります。また、データベース・アクセス・プランを更新するには、RUNSTATS コマンドも実行する必要があります。

▶ 400 データベース・クリーンアップ・ユーティリティーの実行後は、RGZPFM コマンドを実行して、削除済みの行をテーブルから除去してください。(RUNSTATS コマンドは、WebSphere Commerce for iSeries を使用する履行には適用されません。)

DB2 でのシステム管理の詳細については、以下の資料を参照してください。

- 管理の手引き
- 問題判別の手引き

- システム・モニター 手引きおよび解説書

データベースの不定期保守のタスク

このセクションでは、不定期なデータベース保守タスクを取り上げます。

データベース・チューニング: パフォーマンスを最適化するには、データベースを調整します。データベースの調整者は、データベース・チューニングの原則、データベースとデータベース・マネージャーの構成パラメーター、およびハードウェアとオペレーティング・システムの構成に精通している必要があります。また、調整者は、オペレーティング・システムのパフォーマンス・ツールの使用法も理解しているべきです。必要な知識に欠けている人物がデータベースの調整を行うと、データベース健全性が破壊される危険性があります。

災害時回復対策: 災害時回復対策を立てて、事前にテストする必要があります。この対策を、毎日のバックアップ対策とリンクさせます。制御下にある環境において、対策の不備を見極めて修正するには、事前にテストを行うことが重要です。

適切なコード・レベルの保守: ご使用のプラットフォームのインストール・ガイドの指示どおりに、該当するすべてのフィックス・バックとコード・アップデートが、データベースに適用されていることを確認してください。

WebSphere Application Server の管理

管理者コンソール

WebSphere Application Server の管理者コンソールには、管理者が次の内容を行うことが可能なツールや機能があります。

- WebSphere Commerce サーバーの停止および始動
- IBM Payment Manager の停止および始動
- リソースのインストールと構成 (サブレットや Enterprise Bean など)
- リソースへのセキュリティ割り当て
- すべてのアプリケーションが利用可能であることを保証
- ユーザー・アクセスの認可または取り消し (新規社員の新規アカウント作成や特定のユーザー・グループへの追加など)
- サーバーのパフォーマンスのモニター
- パフォーマンス改善のためのアプリケーション・コンポーネントの複製
- 実行中の WebSphere アプリケーションへのトレース情報およびデバッグ情報の提供

WebSphere Application Server でのシステム管理の詳細については、以下の資料を参照してください。

- システム管理
- チューニングとトラブルシューティング

Web サーバー管理

このセクションでは、Web サーバー・ログおよび同時接続という、Web サーバー管理の次の側面について説明します。

Web サーバー・ログ

ログ・ファイルは、そのサイズをモニターすることと、定期的な削除やアーカイブを必要とします。ログ・ファイルは毎日クリーンアップしてください。それが不可能でも、週に最低 1 回はログ・ファイルをクリーンアップしてください。

データ・マイニング目的でこれらのログ・ファイルをアーカイブする場合、Web サーバー・マシン上でのデータ分析は実行しないでください。これは、Web サーバーのパフォーマンスに影響を与えないように、オフラインで行ってください。

同時接続

▶ 400 WebSphere Commerce for iSeries は、同時接続をサポートしていません。

Web サーバーは、同時接続をサポートするプロセス・モデルを使用しています。Netscape iPlanet は、スレッド・ベースのプロセス・モデルを使用します。IBM HTTP Web サーバーは、UNIX プラットフォーム用に事前 fork モデルを、Windows 用にスレッド・ベースのモデルを使用しています。

Netscape iPlanet のスレッド・カウント管理: ▶ 400 Netscape iPlanet は OS/400 for iSeries ではサポートされていません。

▶ 400 ▶ Linux Netscape iPlanet は OS/400 for iSeries と OS/400 for Linux ではサポートされていません。

Netscape iPlanet では、Web サーバー処理ごとにスレッドの数を定義することができます。スレッド使用状況 (アクティブ、待ち状態、使用中、およびアイドル状態のスレッドを含む) を定期的にモニターする必要があります。

着信要求に応じるために使えるスレッドの数が 0 に近づかないようにしてください。サイトへのトラフィックが増すごとに、アクティブおよび使用中のスレッドの数が増加し、新規の要求に対して使用可能なスレッドが少なくなる場合があります。このような場合は、サーバー処理ごとに実行するスレッドの最大数を大きくするか、サーバー処理の数を大きくするか、または Web サーバー・マシンをもう 1 つ追加できます。

IBM HTTP Web Server の同時接続: IBM HTTP Web Server での同時接続の詳細については、次の Web アドレス www.ibm.com/software/webservers/htpservers/library.html にアクセスしてください。

トラブルシューティング

トラブルシューティング情報については、ご使用のプラットフォームのインストール・ガイドを参照してください。

第 4 部 ストアフロントの実行

本書のこの部分では、ストアフロントの日常操作に関係した主なタスクを紹介します。

このセクションでは、WebSphere Commerce Accelerator に関する高度な情報を記載しています。

WebSphere Commerce Accelerator によって、さまざまなストア操作を実行してオンライン・ストアを保守することができます。複数のストアで作業する権限がある場合は、WebSphere Commerce Accelerator にログオンする際に、作業するストアや言語を選択します。また、単一のストアで作業を行う権限がある場合は、ログオン時にストア名が事前選択されます。さらにそのストアで複数の言語がサポートされているなら、作業に使う言語を選択します。

WebSphere Commerce Accelerator のホーム・ページのメニューには、それぞれの役割において実行する権限のあるタスクが表示されます。これらのタスクは、アクセス・グループと権限レベルに基づいています。これらは、サイト管理者が、管理コンソールを使用して定義します。

WebSphere Commerce Accelerator のホーム・ページに戻るには、WebSphere Commerce Accelerator の履歴内の「ホーム」リンクをクリックします。

WebSphere Commerce Accelerator を開く

WebSphere Commerce Acceleratorを開くには、以下の Web アドレスをブラウザ上で入力します。

```
https://host_name:8000/accelerator
```

host_name は、WebSphere Commerce Server の完全修飾 HTTP ホスト名です。

第 11 章 在庫の管理

この章では、在庫システムをセットアップして配送センター内の在庫を管理するための主要なタスクつまり作業について説明します。配送センターでは、いくつかの異なる役割つまりユーザーのタイプによって在庫が処理されます。それぞれの役割について、各セクションで説明します。

B2C オペレーション・マネージャーまたは **B2B** ロジスティクス・マネージャー

- 配送センター情報の保守
- 返品理由の保守
- 返品管理レポート

バイヤー

- 取引先情報の保守
- 商品情報の保守
- 予測在庫の管理

受取人

- 予測在庫の受け取り
- 在庫数量の調整
- 特別在庫受領書の作成
- 返品商品の受け取り

返品担当者

- 返品商品の後処理

在庫管理方法の決定

在庫には、配送センター内で物理的に存在可能なものがすべて含まれます。実行できる在庫のタイプには、アイテム、商品、SKU、バンドル、パッケージ、およびダイナミック・キットといった特定の定義がありますが、これらはすべて在庫と見なされます。サイトをインストールおよび計画するフェーズでは、**B2C** オペレーション・マネージャーまたは **B2B** ロジスティクス・マネージャーがストア開発チームと協力して、在庫管理のための適切な方法を決めます。

WebSphere Commerce は、以下の在庫管理方法をサポートしています。

- WebSphere Commerce による在庫の追跡および管理

この方法では、オンライン・ストアを通して販売される在庫についてしか考慮されません。WebSphere Commerce は、商品の他の販売方法を認識しません。

- 既存の配送センターによる在庫の追跡および管理

この方法では、WebSphere Commerce と配送センター間で通信するために、MQSeries とメッセージング・システムの構成がサイトで行われます。詳しくは、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」を参照してください。

- レガシー・システムの使用

従来との互換性のため、自分の在庫システムとの接続に旧製品のリリースで ResolveFulfillmentCenter、CheckInventory、UpdateInventory、および ReverseUpdateInventory などのタスク・コマンドを使用していた場合は、引き続きこれらのコマンドについてデフォルトのタスク・コマンド・インプリメンテーションを使用できます。WebSphere Commerce システムでは、使用するインターフェースのセットを構成フラグの設定を介して決定します。Store.AllocationGoodFor の属性値が 0 であれば、新しい ATP タスクのコマンドではなく、古いタスクのコマンド・インターフェースを起動する必要があることを示しています。

サイトが最初の 2 つの方法のいずれかを採用している場合は、どの在庫が予定可能 (ATP) かを示すために自由に使えるツールがあります。ATP には、顧客に対して作成されるコミットメントが、現在販売可能な在庫だけでなく、セラーが知っている予想在庫の情報にも基づいているかを確認するためのメカニズムが備わっています。予測在庫レコード (ベンダーから配送センターに入庫する在庫の予想) を管理し、在庫を追跡および管理することができます。



在庫の割り振り

在庫が購入可能かどうかは、所定のストアで使用可能なアイテムのすべての受領書を調査し、(オークションなどの目的で) 予約された在庫や、バックオーダーに割り振られた在庫を考慮に入れて判断されます。

購入可能な在庫数は、RECEIPT テーブル (QTYONHAND - QTYINPROCESS) 内の使用可能な在庫の合計から、ストアが ITEMFFMCTR テーブルで予約している在庫と、ITEMFFMCTR テーブルのバックオーダーに割り振られた在庫を差し引いた数です。

WebSphere Commerce Accelerator を活用した在庫管理

WebSphere Commerce は、在庫を管理するためのツールを提供します。

- セラーと  オペレーション・マネージャーまたは  ロジスティクス・マネージャーが、商品在庫を追跡および管理するための在庫管理インターフェース
- 顧客による商品のオーダーやリターンに応じた、商品在庫のリアルタイムの更新

- ストアが NewFashion あるいは ToolTech のサンプル・ストアに準拠している場合、顧客は自分のオーダーした商品が現在バックオーダーに含まれているか確認できます。この情報に基づいて、自分の注文をキャンセルするか、または分割するかを決定できます。
- ストアが NewFashion あるいは ToolTech のサンプル・ストアに準拠している場合、お客様サービス担当者またはアカウント担当者は、「顧客オーダー発行」ノートブックの使用時に、商品が現時点でバックオーダーに入っているかを確認できます。
- **B2B** セールス・マネージャーとバイヤーは、在庫状況レポートを実行して在庫状況を確認できます。在庫状況報告については、146 ページの説明を参照してください。
- バックオーダー・サポート
 - NewFashion あるいは ToolTech のサンプル・ストアに準拠するストアだけに、バックオーダー・サポート機能が含まれます。
 - 特定の商品のバックオーダーを可能にするには、プロダクト・マネージャーが「商品」ノートブックの「商品フルフィルメント」ページで「バックオーダーの許可」を選択します。
 - プロダクト・マネージャーは、特定の商品を強制的にバックオーダーすることもできます。そのためには、プロダクト・マネージャーは、「商品」ノートブックの「商品フルフィルメント」ページで「バックオーダーの強制」を指定します。
 - バック・オーダー中の商品を確認するには、146 ページで説明されている「バック・オーダー商品」レポートを実行します。
- 予測在庫レコードの作成
- 配送センターの特別在庫受領書の作成
- 配送センターの予測在庫受領書に対する在庫受領
- 予測在庫の受領が完了したかどうかのチェック
- 配送センターの予測在庫調整のクローズ

在庫サブシステムのセットアップ

ストアで在庫機能と ATP 機能を使用するには、以下の機能を定義する必要があります。

- 配送センター
- 理由コード
- 取引先
- 製品

配送センター

配送センターは、ストアによって在庫の倉庫として、および出荷と受け取りのセンターとして使用されます。1 つのストアに対して、1 つ以上の配送センターが関連している

ことがあります。 WebSphere Commerce Accelerator において、「セラー」、

▶ **B2C** 「オペレーション・マネージャー」または ▶ **B2B** 「ロジスティクス・マネージャー」、「バイヤー」、「返品担当者」、「受取人」、「梱包担当者」の役割を割り当てられたユーザーは、ログオン時に配送センターを選択します。 WebSphere Commerce Accelerator の左上にあるアイコンをクリックすることにより、ログアウトしなくても別の配送センターに変更できます。

WebSphere Commerce Server から見れば、 FulfillmentCenter (配送センター) オブジェクトは Store オブジェクトとは別のものです。それは商品の在庫と配送を管理します。オーダーの発送において、配送センターは顧客が指定する ShippingMode オブジェクトに従います。 ShippingMode オブジェクトは、顧客のオーダーを実行するために利用される運送会社や配送方法のことで、

配送センターにおいて ShippingArrangement オブジェクトは、 Store オブジェクトと FulfillmentCenter オブジェクトとが特定の期間内に特定の ShippingMode を使用して商品を出荷するように取り決めたことを示します。たとえば、顧客が速達配送オプションを選択すると、ストアは 24 時間内にオーダーを発送するように配送センターと調整を行うことがあります。

▶ **B2C** オペレーション・マネージャーまたは ▶ **B2B** ロジスティクス・マネージャーは、配送センターの表示、作成、変更、または削除を行うことができます。配送センターで作業するには、「ストア」メニューから「配送センター」オプションを選択します。作成する配送センターには、それぞれ名前、表示名 (WebSphere Commerce Accelerator のタイトル・バーに表示される名前)、説明、および住所を入力します。

返品理由

返品理由は、ストアであらかじめ定義された、商品が戻される可能性がある理由です。

▶ **B2C** オペレーション・マネージャーまたは ▶ **B2B** ロジスティクス・マネージャーは、返品理由を定義します。返品理由は、セラーと顧客とで合致しないことがあるので、双方の観点から作成される必要があります。たとえば、製品が正常に動作しないという理由で顧客が商品を返品する場合でも、返品担当者は、実際には顧客が製品の使用指示に従わなかっただけで、製品の動作には問題がないと気付くこともあります。それぞれの返品理由は、顧客またはセラーいずれかの観点に基づいているのです。

理由コードを使って作業するには、「ストア」メニューから「理由コード」オプションを選択します。 ▶ **B2C** オペレーション・マネージャーまたは ▶ **B2B** ロジスティクス・マネージャーは、理由コードの表示、作成、変更、または削除を行うことができます。各理由コードには、理由、理由の説明、およびタイプといった情報が含まれなければならない。タイプには、返品が顧客またはマーチャントいずれかの見通しによるものか、あるいは双方の見通しによるものかを指定します。

顧客サービス担当者が返品を作成する際、顧客の返品理由が指定されます。返品担当者が返品の処分を指定すると、セラーの返品理由が指定されます。

返品管理レポート (Return Management Reports)

1. **B2C** 「操作」メニューから「返品」オプションを選択します。
 - ▶ **B2B** 「ロジスティック」メニューから「返品」オプションを選択します。「返品」ページが表示されます。
2. 「レポート」をクリックします。「返品管理レポート」リストが表示されます。
3. 適切なレポートを選択します。

部分受け取りの返品

このレポートは、少なくとも商品 1 つは顧客から受け取っているが、顧客から受けとっていない商品も 1 つ以上ある場合の返品を表示します。

未処理の返品受け取り

このレポートでは、受け取ったが処理されていない商品について、商品別に返品を表示します。

未解決の返品

このレポートには、記録はされているが顧客から商品をまったく受け取っていない返品について表示されます。このレポートでは、顧客から商品の一部を受け取っていたと記録されている返品は表示しません。このような返品については、「部分受け取りの返品」レポートに表示されます。

取引先

取引先とは、ストアがそこから商品を購入するすべての組織のことです。取引先は、バイヤーによって定義されます。バイヤーは、すべての取引先リストの表示、新規取引先の作成、既存の取引先に関する変更、および取引先の削除ができます。

取引先に関する作業をするには、以下に示すようにします。

- **B2C** 「マーチャндаイズ」メニューから、「取引先」を選択します。
- **B2B** 「商品」メニューから、「取引先」を選択します。

新規取引先を作成するときは、取引先名と住所、取引先の連絡先情報を指定してください。

予測在庫レコードは、取引先、外部 ID (通常は購入注文番号)、および「予測在庫」ページ上のオーダー日付によって示されます。

商品

在庫を配送センター内に受け取るには、これに対応するレコードが存在する必要があります。ストアの作成時に、商品レコードも作成されます。プロダクト・マネージャー

は、WebSphere Commerce Accelerator を使用して、商品レコードを作成および更新することができます。詳しくは、149 ページの『第 12 章 カタログの管理』を参照してください。

在庫の管理

このセクションでは、受け取られた在庫が手元の在庫として分類されるまでの、予測在庫のレコードのサイクルについて説明します。在庫は、以下のいずれかの方法を使って受け取ることができます。

- 予想在庫。関連した予想在庫のレコードがある在庫
- 特別在庫。予測在庫として記録されていない在庫

予測在庫レコード

予測在庫レコードは、配送センターが受け取りを予定しているアイテムをリストしています。予測在庫レコードにはそれぞれ、取引先名、オーダー日付、在庫の詳細情報、およびオプションとして外部 ID が含まれています。詳細情報には、商品 SKU、配送センター、予定日付、数量、計測単位およびコメントが記録されています。1 つの予測在庫レコードに、1 つ以上の商品に関する情報が含まれていることがあります。バイヤーは、予測在庫レコードの表示、変更、追加、クローズ、受信、および削除ができます。

在庫がいったん受け取られると、それに対応する予測在庫レコードは削除できません。また、予測在庫の詳細情報も、それに含まれる在庫の一部でも受け取られると、変更や削除ができなくなります。


配送センターで購入可能な在庫がオーダーされると、WebSphere Commerce がこれらのオーダーに在庫を割り振ります。在庫をオーダーに割り当てると、この在庫はオーダー・システムで使用できなくなります。オーダーがキャンセルされると、在庫はまた使用できるようになります。


購入可ではない在庫がオーダーされた場合、バックオーダーを作成できます。オーダーに対して使用可能な予測在庫があれば、在庫は予測在庫レコードに対して割り振られません。

予測在庫レコードの作成

一般に、バイヤーが予測在庫の受領書を作成し、受取人が、その受領書に対する在庫を受け取ります。すべての予測在庫が受け取られたら、バイヤーはこの受領書をクローズします。

予測在庫レコードを作成するには、以下のようにします。

1.  「マーチャндаイズ」メニューから、「予測在庫レコード」を選択します。



 「商品」メニューから、「予測在庫レコード」を選択します。

予測在庫リストが表示されます。

予測在庫リストには、取引先に発注したオーダーが表示されます。ここで、バイヤーは、予測在庫レコードの新規作成、現在の予測在庫レコードの詳細情報の表示と変更、1つ以上の予測在庫レコードのクローズや削除、および関連レポートの実行をすることができます。

予測在庫レコードのクローズ



予測在庫のレコードから配送センターに在庫をすべて受け取ったら、このレコードをクローズする必要があります。通常は、バイヤーが予測在庫レコードをクローズします。予測在庫レコードのクローズは、以下の手順で行います。

1.  「マーチャндаイズ」メニューから、「予測在庫レコード」を選択します。
2.  「商品」メニューから、「予測在庫レコード」を選択します。「予測在庫」ページが表示されます。
2. クローズしたい予測在庫レコードの左のチェック・ボックスを選択して、「クローズ」をクリックします。予測在庫リストはリフレッシュされ、クローズされた予測在庫レコードは除去されます。

予測在庫レコードをクローズした後は、これを再び開くことはできません。レコードをクローズする前に、このレコードに関連したすべての在庫の受け取りが終了していることを確認してください。

在庫レポート

WebSphere Commerce Accelerator では、在庫に関連した問題を記録するために次のようなレポートを使用できます。在庫レポートを実行するには、以下のようになります。

1.  「操作」メニューから、「在庫レポート」を選択します。
2.  「ロジスティクス」メニューから、「在庫レポート」を選択します。
2. 実行したいレポートの横にあるチェック・ボックスを選択して、「レポート」をクリックします。
3. 適切なレポート・オプションを選択して、「OK」をクリックします。

商品別の在庫受領書

このレポートでは、すべての受領書をリストにします。予測在庫レコードを通して受け取った受領書、特別在庫の受領書、および商品の処分の結果として追加された受領書が含まれます。このレポートは、在庫の受領書の確認に使用します。レポートのオプションとして、開始日、終了日、SKU、および配送センターが含まれます。SKU または受取日のいずれかを基準としてソートすることもできます。

在庫の調整

このレポートは、商品別の在庫の調整を示します。レポートのオプションとして、開始日、終了日、SKU、配送センター、および調整の理由が含まれます。調整日または SKU のいずれかを基準としてソートすることもできます。レポートは、商品、配送センター、調整日を基準にしてグループ化されています。

在庫の状況

このレポートは、現行の在庫の割り振りと在庫商品に関する受取状況を示します。レポートのオプションとして、SKU と配送センターが含まれます。SKU を基準としてソートすることもできます。レポートは、配送センターと SKU を基準にしてグループ化されています。

バックオーダーの商品

このレポートは、商品別の累積バックオーダー情報を示します。このレポートを使用して、現行の在庫割り振りと在庫商品に関する受取状況を示します。レポートのオプションとして、SKU と配送センターが含まれます。SKU を基準としてソートすることもできます。レポートは、配送センターと SKU を基準にしてグループ化されています。



未決済予測在庫レコード

このレポートは、未決済の予測在庫レコードを示します。このレポートを使用して、予測した受け取りと未解決の予測在庫レコードを確認します。レポートのオプションとして、開始日、終了日、SKU、配送センター、および取引先が含まれます。SKU や予測日を基準にして、ソートされます。

受取人のタスク

予測在庫の受け取り



一般的に受取人は、予測在庫レコードに対応する在庫を受け取ります。配送センター内に在庫を受け取るには、以下の手順で行います。

1.  「操作」メニューから、「**予測在庫**」を選択します。
2.  「ロジスティクス」メニューから、「**予測在庫**」を選択します。「予測在庫」ページが表示されます。
3. 「予測在庫」ページから、受け取りたい在庫の予測在庫レコードの横のチェック・ボックスを選択して、「**詳細**」をクリックします。
予測在庫の詳細リストが表示されます。
4. 受け取りたい SKU の横にあるチェック・ボックスを選択して、「**受け取り**」をクリックします。
4. 受け取った在庫の数量、その費用、および受取日を入力します。次に、「**受け取り**」をクリックします。

特別在庫の受領書

対応する予測在庫レコードがない在庫が配送センターに届くと、特別在庫の受領書が作成されます。これは、予期していなかった在庫が届いた場合や、セラーが在庫の受取を記録するために予測在庫レコードをあえて使用しなかった場合に作成されます。



特別在庫レコードについて作業するには、以下の手順で行います。

1.  「操作」メニューから、「**在庫の検索**」を選択します。
 「ロジスティクス」メニューから、「**在庫の検索**」を選択します。
2. 在庫を検索するには、「名前」と「SKU」フィールドのいずれか一方またはその両方に情報を入力します。その後、「**検索**」をクリックしてください。検索が実行され、検索条件に一致する在庫が「在庫 - 検索結果」ページに表示されます。
3. 受取を希望する **SKU** の横にあるチェック・ボックスを選択して、「特別受取」をクリックします。「特別受取」ノートブックが開きます。
4. 各フィールドに適切な情報を入力して、「**OK**」をクリックします。

在庫の調整

在庫の調整は、オンサイトの在庫レベルに対して直接行う調整のことです。配送センター内の在庫量が WebSphere Commerce Accelerator に記録されている在庫量と異なる場合に、在庫の調整が行われます。さまざまな理由で、このような状態が生じます。たとえば、配送センターの商品が盗難にあたり、破損した場合に、その状態を反映するように購買可能な在庫量を調整する必要があります。配送センターで数量を数えてみて、あらかじめ想定していたよりも商品の量が多い場合は、これも記録する必要があります。

在庫レベルを調整するには、以下の手順で行います。

1.  「操作」メニューから、「**在庫の検索**」を選択します。
 「ロジスティクス」メニューから、「**在庫の検索**」を選択します。
2. 在庫を検索するには、「名前」と「SKU」フィールドのいずれか一方またはその両方に情報を入力します。その後、「**検索**」をクリックしてください。検索が実行され、検索条件に一致する在庫が「在庫 - 検索結果」ページに表示されます。
3. 調整したい「SKU」の横のチェック・ボックスを選択して、「**数量調整**」をクリックします。「数量調整」ダイアログが表示されます。
4. 各フィールドに適切な情報を入力して、「**OK**」をクリックします。

返品された商品の受け取り

配送センターで返品された商品が受け取られると、受取人は、その在庫が受け取られたと記録します。商品を受け取った後、返品担当者は、その商品を在庫に戻すか廃棄するかを判断します。

返品された商品を受け取るため、受取人は以下の手順に従います。

1. **B2C** 「操作」メニューから、「返品」を選択します。
B2B 「ロジスティクス」から、「返品」を選択します。
2. 受け取る商品の返品の横にあるチェック・ボックスを選択して、「受け取り」をクリックします。「商品の受け取り」ダイアログが開きます。
3. 受け取る日付と数量を入力し、「OK」をクリックしてこの情報を保存します。新たに情報を更新した「返品」リストが表示されます。

返品担当者のタスク

返品された商品の処分の選択

返品商品が受け付けられた後、返品担当者は、その商品を在庫に戻すか廃棄するかを判断します。

返品された商品の処分を設定するには、以下の手順に従います。

1. **B2C** 「操作」メニューから、「返品」を選択します。
B2B 「ロジスティクス」から、「返品」を選択します。
2. 処分をする返品の横にあるチェック・ボックスを選択して、「返品された商品」をクリックします。「返品された商品」ページが表示されます。
3. 処分をする返品された商品の横にあるチェック・ボックスを選択して、「処分」をクリックします。「処分」ページが表示されます。
4. 各フィールドに適切な情報を入力し、「追加」をクリックして、この情報を保存します。

第 12 章 カタログの管理

この章では、以下のタスクについて説明します。

- カテゴリーの管理
- 商品の管理
- 割引に関する作業
- 商品管理レポート

WebSphere Commerce において、カタログ情報を作成して管理するための主なツールは、ローダー・パッケージと Catalog Manager です。これらのツールを使ってカタログを作成する方法について、詳しくは 71 ページの『第 7 章 オンライン・カタログの作成』を参照してください。サイト管理者によって実行されるこれらのツールは、1 度に多数の商品を更新することができます。ただし、プロダクト・マネージャーとカテゴリー・マネージャーは、WebSphere Commerce Accelerator に付属するツールを使用して、個別の商品を更新することができます。Web エディターを使用することによっても、カテゴリーおよび商品を管理することができます。Web エディターについては、オンライン・ヘルプをご覧ください。

カテゴリー管理

カテゴリー・マネージャーは、カテゴリーを作成、変更、および削除することによってカテゴリー階層を管理します。

マスター・カタログは、ストアの商品管理に用いる中心的なツールです。マスター・カタログには、ストアに必要なすべてのカタログ情報が含まれます。これは、すべての商品、アイテム、および各エンティティの標準価格を収録している単一のカタログです。

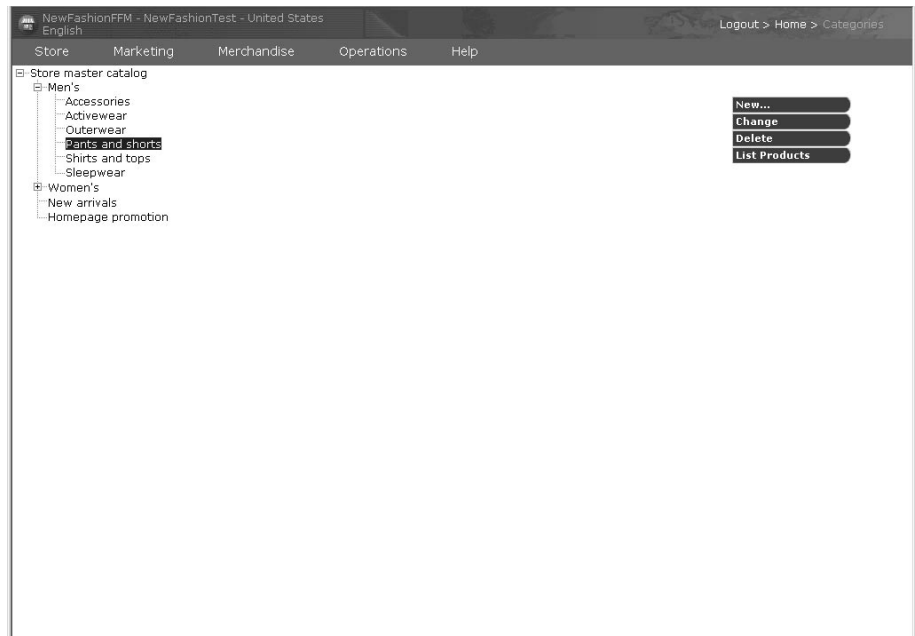
カタログを表示するプロダクト管理ツールを使用すると、マスター・カタログを表示することができます。

カテゴリーの管理

カテゴリーとは、特性が類似したオブジェクトのグループのことです。カテゴリーは、ストアが提供する商品やサービスを編成するのに使用します。カテゴリー・マネージャーは、カテゴリーを作成、検索、リスト、変更、および削除します。異なる親カテゴリーの下に商品や SKU を分類することができます。

カテゴリーを管理するには、以下の手順で行います。

1. **B2C** 「マーチャндаイズ」メニューから、「カテゴリー」を選択します。
B2B 「商品」メニューから、「カテゴリー」を選択します。
「カテゴリー」ページが表示されます。



2. 新規、変更、削除、商品のリスト化など適切なアクションを選択します。

カテゴリーの検索

カテゴリーを検索するには、以下の手順で行います。

1. **B2C** 「マーチャндаイズ」メニューから、「カテゴリーの検索」を選択します。
B2B 「商品」メニューから、「カテゴリーの検索」を選択します。
2. 「検索」ページで、カテゴリーの名前または説明を入力し、「検索」をクリックします。
検索条件に一致するカテゴリーのリストが表示されます。

商品の管理

WebSphere Commerce Accelerator では、商品の特性には以下のようなものがあります。

- 商品を一意に識別する、商品コード
- 商品の名前と説明

- 取引管理条件 (商品が顧客向けに表示されていることや、特別なプロモーションの一環であることを示す)
- 商品のサムネイルとフルサイズのイメージ
- 税の指定と配送の指定
- 商品に割り当てられている割引
- メーカーの情報
- 以下の拡張情報
 - URL。オンライン・ソフトウェア・セールスの場合、ダウンロードしたいソフトウェアが掲載されている Web サイトを指定することができます。
 - XML 形式の商品説明

商品、属性、および SKU の作成

カテゴリー・マネージャーがカタログにカテゴリーを作成したら、プロダクト・マネージャーはカタログ・エントリーまたは商品を作成できます。


以下の例では、プロダクト・マネージャーがストアのカタログに新商品を入力する方法を説明します。この例では、ストアは NewFashion ストアのサンプルに基づくことを前提としています。例となる商品はクラシックなスラックスで、色は赤か黒に指定でき、S、M、L の各サイズで購入可能です。ストアは、オーダーに基づいて配送料金を請求します。したがって、商品レベルでの配送情報は必要ありません。商品は特別なカテゴリーに当てはまらないので、消費税は商品レベルで適用される必要はありません。ストアは、USD と EUR の通貨をサポートします。


以下のイメージは、NewFashion ストアに新規に作成された商品を表示しています。

The screenshot shows the NewFashion website interface. At the top, there is a navigation bar with links for SHOPPING CART, MY ACCOUNT, CONTACT US, and HELP. Below this, there are links for Home, Men's, Women's, and New arrivals. The main content area is titled 'Men's fashions - Classic Slacks'. On the left side, there are sections for language selection (United States English), currency selection (US Dollar), a search bar, and a services section with a 10% discount offer. The product details include a price of \$100.00, a description, and options for quantity, color (Black), and size (Large). There are buttons for 'Add to shopping cart' and 'Add to wish list'.

ステップ 1. 商品の作成

商品は、最終的に顧客へ販売される個別のアイテムである SKU のテンプレート
の役割を果たします。商品ウィザードを使用して、カタログに新商品
を作成できます。

- a.  「マーチャンダイズ」メニューから、「商品」を選択しま
す。

 「商品」から「商品」を選択します。「商品」リストが表示
されます。

- b. 「新規」をクリックします。「商品」ノートブックが「一般」ページ上
に開きます。
- c. 以下の情報を入力します。

製品コード	SKU-0003
名前	クラシックなスラックス
顧客に表示	<input checked="" type="checkbox"/>
購入用	<input checked="" type="checkbox"/>

- d. 「次へ」をクリックします。「説明」ページが表示されます。以下の情
報を入力します。

簡略説明	クラシックなスラックス
詳細説明	オフィスでのカジュアル・フライデーにぴったり。着心地抜群。伝統的な 5 ポケット・スタイル、前開き。ポリエステルと綿の混紡。形状記憶加工。

「次へ」をクリックします。「カテゴリー」ページが表示されます。

- e. 「カテゴリー」ページ上で、「ストア」マスター・カタログの横にある
アイコンを展開し、「メンズ」を展開します。「パンツとショーツ」を
選択し、「次へ」をクリックします。「イメージ」ページが表示されま
す。
- f. 商品イメージが保管されているディレクトリーを入力してみます。たと
えば:

フルサイズ・イメー ジ・ファイルと位置	images/mens_pants_dress.gif
サムネール・イメー ジ・ファイルと位置	images/mens_pants_dress.gif

この情報は、ストアのイメージが配置されている WebSphere Commerce マシンのディレクトリーを参照します。ストアで使用する新しいイメージを定義するには、「広告コピー」ノートブックを使用します。195 ページの『広告コピー』を参照してください。この例では、あらかじめ NewFashion イメージ・ディレクトリーにあるイメージが使用されています。

「次へ」をクリックします。「メーカー」ページが表示されます。

- g. NewFashion に基づくストアは、「メーカー」情報を表示しません。「次へ」をクリックしてください。「割引」ページが表示されます。
- h. このページでは、商品に適用されているすべての割引が表示されます。割引が何も定義されていないので、次のメッセージが表示されます。

There are no discounts assigned to the specified product.
新規割引を作成するには、「マーチャンドイズ」メニューから「割引」を選択後、「新規」を選択します。

「次へ」をクリックすると、「消費税」ページが表示されます。

- i. 「消費税」ページに次のメッセージが表示されます。

There are no sales taxes defined or available to assign to this product.

「次へ」をクリックします。「配送税」ページが表示されます。

- j. 「配送税」ページに次のメッセージが表示されます。

There are no shipping taxes defined or available to assign to this product.

「次へ」をクリックします。「配送カテゴリー」ページが表示されません。

- k. 「選択可能なカテゴリー」フィールドには、ストアが定義した配送カテゴリーがすべて表示されます。「選択済みカテゴリー」フィールドには、商品に割り当てられた配送カテゴリーがすべて表示されます。このページを使用して、商品の配送カテゴリーを追加または保守します。配送カテゴリーは、重量、サイズ、または数量の範囲によって定義されるのが最も一般的です。たとえば、大口オーダー、中間オーダー、小口オーダーといった配送カテゴリーがあったとします。それぞれの配送カテゴリーに、異なった配送料または税が割り当てられます。「次へ」をクリックします。「配送」ページの計測単位が表示されます。
- l. ストアが商品の重量に基づいてオーダーを配送する場合、「Units of Measure for Shipping (配送の計測単位)」ページが使用されます。このページに情報を入力する必要はありません。以下のフィールドがありません。

Weight (重量)

Weight Measure (重さの単位)

Sold in multiples of this amount (この数量の倍数で販売)

Number of items per package (パッケージごとのアイテム数)

Unit of Measure (計測単位)

「次へ」をクリックします。「商品フルフィルメント」ページが表示されます。

- m. 「商品フルフィルメント」ページでは、商品の配送方法を指定します。デフォルト値を使用してください。

Track inventory (在庫調査) ✓

Allow backorder (バック・オーダーを許可する) ✓

Force backorder (バック・オーダーの強制)

Release separately (個別リリース)

Returnable (返品可能) ✓

Creditable (信用販売可能) ✓

Enter the smallest amount that can be measured
(計測可能な最小の数量を入力してください)

Unit of Measure (計測単位)

「次へ」をクリックします。「拡張」ページが表示されます。

- n. 「拡張」ページは、ダウンロード可能な商品の URL を指定するのに使用されます。このページに情報を入力する必要はありません。「終了」をクリックして、変更内容を保存し、ノートブックをクローズします。「商品」ページが表示されます。

ステップ 2. 価格の定義

有効期間や受け入れ可能な数量範囲などの一連の条件と一緒に、商品または SKU の価格が 1 種類以上の通貨で定義されます。これらの条件が満たされないと、価格を使用することはできません。例の中のクラシック・ストラックスは、USD と EUR で販売されています。この商品の価格は、顧客が購入する単位数に関係なく同一です。

- a. 価格を定義したい商品 SKU-0003 の左にあるチェック・ボックスをマークして、「価格」をクリックします。「価格設定」ページが表示されます。このページでは、商品が販売される通貨と数量を基準にして商品の価格を定義できます。
- b. 「100.00」と入力してください。
- c. EUR タイプ 100 を選択します。「OK」をクリックします。

ステップ 3. 属性と属性値を定義します。

属性は、色やサイズなどの、オンライン・ストアにある商品のプロパティーのことです。属性と属性値を組み合わせで使用できるものは、どれも新規 SKU となります。

クラシック・スラックスの商品例では、サイズとカラーという 2 つの属性が定義されています。クラシック・スラックスのオーダー可能な組み合わせは、S、M、L が各 2 種類ずつで 6 種類あります。

	S	M	L
赤	✓	✓	✓
黒	✓	✓	✓

- a. 定義したい商品の左にあるチェック・ボックスをマークして、「属性」をクリックします。「属性」ページが表示されます。
 - b. 新規の属性を作成するには、「新規」をクリックします。「新規の属性」ページが表示されます。
 - c. 「言語」ドロップダウン・リストから、「日本語 (United States English)」を選択します。
 - d. 「サイズ」と入力して、属性タイプ「テキスト」が選択されていることを確認してから、「値の追加 (Add Value)」をクリックします。
 - e. 「値」フィールドに Small と入力して、「追加」をクリックします。
 - f. 「値」フィールドに Medium と入力して、「追加」をクリックします。
 - g. 「値」フィールドに Large と入力して、「追加」をクリックします。
 - h. 「OK」をクリックします。属性が作成されたことを伝えるメッセージが表示されます。「属性リスト」ページが表示されます。
 - i. 新規の属性を作成するには、「新規」をクリックします。「属性の一般情報」ページが表示されます。
 - j. 「カラー」と入力して、属性タイプ「テキスト」が選択されていることを確認したら、「値の追加 (Add Value)」をクリックします。
 - k. 「値」フィールドに「赤」と入力して、「追加」をクリックします。
 - l. 「値」フィールドに「黒」と入力して、「追加」をクリックします。
 - m. 「OK」をクリックします。属性が作成されたことを伝えるメッセージが表示されます。「属性リスト」ページが表示されます。
- 必要に応じて、ストアでサポートするすべての言語で、それぞれ対応する属性値を追加してください。

ステップ 4. SKU の生成

商品、属性、および属性値の作成が終了したらすぐに、販売用商品取引のオーダー可能なアイテムを 1 つずつ識別するための SKU を作成する必要があります。特定の商品に関連した SKU はすべて、同じ属性のセットを表示し、属性値によって区別されます。

- a. 右上のナビゲーション・リンクから、「商品」リンクをクリックします。「商品リスト」ページが表示されます。

- b. 生成したい商品の左にあるチェック・ボックスを選択して、「**SKU の生成**」をクリックします。

SKU が作成される間、しばらく待ちます。クラシック・スラックスの例では、それぞれの属性値の組み合わせごとに 1 つ、合計 6 種類の SKU が作成されます。

- c. 必要であれば、SKU の数を変更します。ストア内の顧客は、「オーダー」ページ上で SKU を見ることができます。

ストアによっては、「バイヤー」から「プロダクト・マネージャー」に、適切な SKU の数が提供される場合があります。



これで、商品と SKU がストア内で見えるようになりました。しかし、在庫または在庫レコードは 1 つも存在しません。

- ステップ 5. 2 か国語ストアの場合は、ストアのもう 1 つの言語に切り替えます。「商品」ページに移動して、「SKU-003」を選択し、「変更」をクリックします。商品名とその説明を、その言語で入力します。

- ステップ 6. 在庫受領書の作成

在庫受領書を作成するには、144 ページの『予測在庫レコードの作成』のセクションで紹介する手順に従ってください。

商品管理レポート

1.  「マーチャндаイズ」メニューから、「商品の検索」を選択します。
 「商品」メニューから、「商品の検索」を選択します。「商品」リストが表示されます。
2. 「レポート」をクリックします。「商品レポート」ページが表示されます。以下のレポートから 1 つ選択します。

商品別の在庫受領書

このレポートでは、すべての受領書をリストにします。予測在庫レコードを通して受け取った受領書、特別在庫の受領書、および商品の処分の結果として追加された受領書が含まれます。

在庫の状況

このレポートは、現在の在庫の割り振りと在庫商品に関する受取状況を示します。

バック・オーダー商品

このレポートは、商品別に累積バック・オーダー情報を示します。

未解決の返品

このレポートには、記録はされているが顧客から商品をまったく受け取っていない返品について表示されます。このレポートでは、顧客から商品の一部

を受け取ったと記録されている返品は表示されません。このような返品については、「部分受け取りの返品」レポートに表示されます。



商品の更新のガイドライン

商品情報を変更する場合には、以下のことに注意してください。

- 商品に関連したマーケティング情報を検討します。たとえば、その商品に関連する割引、キャンペーン、オークション、またはそのストアで使用可能な顧客グループが情報に含まれます。これらはいずれも、変更を加える商品に影響を与える可能性があります。たとえば、商品の価格を更新しようとしている場合は、その商品に割り当てられている割引も更新する必要があるかもしれません。加えて、顧客グループに基づいて、各商品のオファーを作成することもできます。
- サポートされているすべての通貨の価格を更新してください。たとえば、セーターの価格を 50 ドルまたは 75 カナダ・ドルで表示できます。
- 属性または属性値を削除すると、その属性値を含む既存のすべての SKU も削除されます。

商品の検索

ストアの中から商品を検索するには、以下のようになります。

-  「マーチャндаイズ」メニューから、「商品の検索」を選択します。
-  「商品」メニューから、「商品の検索」を選択します。

在庫管理単位、名前、説明、商品グループ、またはカテゴリーを基準にして、ストアの商品を検索します。指定した検索基準と一致する商品をシステムが複数検出した場合、検索結果はリストで表示されます。

割引

割引を実施することで、顧客の購買意欲を増すことができます。パーセンテージ割引 (10% 割引など) または固定額の割引 (15 ドルの値引きなど) を提示することができます。割引は、特定の商品、特定の SKU、または購入の合計に適用されます。たとえば、高齢者に対して 20% の割引を実施したり、多数の赤い野球キャップが在庫にあれば、期間限定で赤いキャップを 25% 引きで販売することができます。

WebSphere Commerce Accelerator の「割引」ウィザードを使用して、割引を作成します。割引を作成できるのは、プロダクト・マネージャー、バイヤー、カテゴリー・マネージャー、セールス・マネージャー、およびアカウント担当者のいずれかの役割に属しているユーザーです。この他にも、ローダー・パッケージを使用して割引を作成したり、旧バージョンからのマイグレーションの際に割引をインポートすることも可能です。これらの割引は正しく機能しますが、WebSphere Commerce Accelerator では正しく表示されない可能性があります。

割引は、アクティブにも非アクティブにもなり得ます。作成時の割引は、デフォルトでアクティブとして設定されていますが、WebSphere Commerce Accelerator の使用時はいつでも使用不可にできます。たとえば、需要の増加に対して割引商品の在庫レベルが低すぎる場合に、割引の有効期限が切れる前に割引を使用不能にできます。

割引は、デフォルトで「チェックアウト」ページに表示されます。「チェックアウト」ページは、顧客が支払情報を提供した後で表示されます。したがって、顧客は商品を購入した後で初めて割引に気が付くことがあります。WebSphere Commerce Accelerator のマーケティング・ツールを使用して、割引について広告できます。そのためには、割引をサポートする広告コピーを作成し、特定の e-マーケティング・スポットにおいて広告をスケジュールリングするときに、それを選択します。

割引タイプ

WebSphere Commerce では、9 つの異なる割引タイプが使用できます。以下の表で、使用する計算メソッドによる差と計算結果を示します。

単純割引

ある客が 1 冊 10 ドルの本を 4 冊買ったとします。この客はまた、1 枚 20 ドルの DVD も 3 枚購入します。合計価格は、割引なしで 100 ドルです。割引は最終価格を決定するときに適用されます。

表 2. 単純割引: 計算 A

割引タイプ	ルール	計算	結果
購入合計に対するパーセンテージ割引	最低金額を指定せず、購入合計から 25% の割引	$[(4 \times \$10) + (3 \times \$20)] \times (1 - 25\%)$	75 ドル
購入合計に対する固定額割引	90 ドル以上購入すると、合計から 15 ドルの値引き	$[(4 \times \$10) + (3 \times \$20)] - \$15$	85 ドル
商品ごとのパーセンテージ割引	4 冊以上購入すると、1 冊につき 25% の割引	$[4 \times (\$10 \times \{1 - 25\%\})] + (3 \times \$20)$	90 ドル
商品ごとの固定額割引	3 冊以上購入すると、1 冊につき 5 ドルの値引き	$[4 \times (\$10 - \$5)] + (3 \times \$20)$	80 ドル

複数範囲割引

計算 A:

ある客が 1 冊 10 ドルの本を 4 冊買ったとします。この客はまた、1 枚 20 ドルの DVD も 3 枚購入します。合計価格は、割引なしで 100 ドルです。割引は最終価格を

決定するときに適用されます。

表 3. 多重範囲割引: 計算 A

割引タイプ	ルール		計算	結果
購入合計に対するパーセンテージ割引	0 ~ 39.99 ドル	割引なし	[(4 × \$10) + (3 × \$20)] × (1-10%)	90 ドル
	40 ドル ~ 109.99 ドル	購入合計の 10% の割引		
	110 ドル以上	購入合計の 20% の割引		
購入合計に対する固定額割引	0 ~ 99.99 ドル	割引なし	[(4 × \$10) + (3 × \$20)] - \$10	90 ドル
	100 ドル ~ 199.99 ドル	購入合計から 10 ドルの値引き		
	200 ドル以上	購入合計から 20 ドルの値引き		
限定商品の固定額割引	本 1 ~ 5 冊	本の小計から 10 ドルの値引き	[(4 × \$10) - \$10] + (3 × \$20)	90 ドル
	本 6 冊以上	本の小計から 20 ドルの値引き		
商品ごとのパーセンテージ割引	本 1 ~ 5 冊	1 冊につき 10% の割引	[4 × (\$10 × {1-10%})] + (3 × \$20)	96 ドル
	本 6 冊以上	1 冊につき 20% の割引		
商品ごとの固定額割引	本 1 ~ 5 冊	1 冊につき 3 ドルの値引き	[4 × (\$10 - \$3)] + (3 × \$20)	88 ドル
	本 6 冊以上	1 冊につき 6 ドルの値引き		

計算 B:


ある客が 1 冊 10 ドルの本を 8 冊買ったとします。この客はまた、1 枚 20 ドルの DVD も 2 枚購入します。合計金額は、割引なしで 120 ドルです。割引は最終価格を決定するときに適用されます。


表4. 複数範囲割引: 計算 B

割引タイプ	ルール		計算	結果
購入合計に対するパーセンテージ割引	0 ~ 39.99 ドル	割引なし	[(8 × \$10) + (2 × \$20)] × (1-20%)	96 ドル
	40 ドル~ 109.99 ドル	購入合計の 10% の割引		
	110 ドル以上	購入合計の 20% の割引		
購入合計に対する固定額割引	0 ~ 99.99 ドル	割引なし	[(8 × \$10) + (2 × \$20)] - \$10	110 ドル
	100 ドル~ 199.99 ドル	購入合計から 10 ドルの値引き		
	200 ドル以上	購入合計から 20 ドルの値引き		
限定商品の固定額割引	本 1 ~ 5 冊	本の小計から 10 ドルの値引き	[(8 × \$10) - \$20] + (2 × \$20)	100 ドル
	本 6 冊以上	本の小計から 20 ドルの値引き		
商品ごとのパーセンテージ割引	本 1 ~ 5 冊	1 冊につき 10% の割引	{8 × [\$10 × (1-20%)]} + (2 × \$20)	104 ドル
	本 6 冊以上	1 冊につき 20% の割引		
商品ごとの固定額割引	本 1 ~ 5 冊	1 冊につき 3 ドルの値引き	[8 × (\$10 - \$6)] + (2 × \$20)	72 ドル
	本 6 冊以上	1 冊につき 6 ドルの値引き		

「割引」ページの立ち上げ

以下のステップで、「割引表」ページへのナビゲート方法を説明します。このページから、割引コードの作成、既存の割引コードの削除、割引の活動化や非活動化、および選択した割引コードの要約を表示することができます。

1.  「マーチャндаイズ」メニューから、「割引」を選択します。

2.  「商品」メニューから、「割引」を選択します。

「割引表」ページが表示され、現在定義済みの割引の一覧が表示されます。

2. 適切なアクションを選択します。

新規 新しく割引コードを作成します。割引が購入合計に適用されるのでなければ、作成後に、その割引を商品あるいは SKU に割り当てなければなりません。割引を商品あるいは SKU に割り当てるには、161 ページの『商品または SKU への割引の割り当て』のセクションの指示に従います。

要約 既存の割引について要約を表示します。要約には、割引名、説明、および現在定義されているすべての基準などの情報が含まれています。

活動化 割引をアクティブにします。


非活動化


割引を非活動化します。割引を参照する商品、SKU、またはオーダーが存在しない場合は、割引を非活動化できます。

削除 割引コードを削除します。割引コードは、商品、SKU、またはオーダーによって参照されていないときのみ削除できます。「削除」をクリックすると割引は割引表から除去されますが、データベースからは除去されません。データベースから割引コードを除去する場合は、サイト管理者が dbclean ユーティリティを実行する必要があります。

商品または SKU への割引の割り当て

商品または SKU のいずれにも割引を割り当てることができます。その商品内に指定されたすべてのオーダー可能な SKU が割引されるときに、商品に割引を割り当てます。商品の下にある SKU のすべてが割引されるわけではない場合には、特定の SKU に割引を割り当てます。

1.  「マーチャントサイズ」メニューから、「商品」を選択します。

 「商品」メニューから、「商品」を選択します。

「商品リスト」ページが表示され、現在定義済みの商品の一覧が表示されます。

2. 割引の適用:

- 商品に対して
 - 割り当てたい商品の横にあるチェック・ボックスを選択して、「商品」ノートブックを開き、「更新」をクリックします。
 - 左のナビゲーション・フレームから、「割引」をクリックします。「割引」ページが表示されます。
 - 商品に割引を割り当てるには、「適用可能な割引」リストの割引名を選択して、「追加」をクリックします。
 - この商品をさらに変更するには、左側のリンクを使用して各商品ページを切り替えます。変更した割引指定を保存してノートブックをクローズするには、「OK」をクリックしてください。
- SKU に対して
 - 商品の左にあるチェック・ボックスを選択して、割り当てたい SKU をリストし、SKU をクリックします。
 - 割り当てたい SKU の横にあるチェック・ボックスを選択して、「SKU」ノートブックを開き、「更新」をクリックします。
 - 左のナビゲーション・フレームから、「割引」をクリックします。「割引」ページが表示されます。

- SKU に割引を割り当てるには、「適用可能な割引」リストの割引名を選択して、「追加」をクリックします。
- この SKU をさらに変更するには、左側のリンクを使用して各 SKU ページを切り替えます。変更した割引指定を保存してノートブックをクローズするには、「OK」をクリックしてください。

第 13 章 顧客情報の管理

この章では、以下の主要な顧客サービス・タスクについて説明します。

- 顧客の検索
- 顧客情報の変更 (パスワードのリセット、個人情報、アカウントのアンロック)
- 顧客ケア
- オーダーの検索
- 登録された顧客のオーダーの作成
- 未登録の顧客のオーダーの作成
- オーダーの変更
- オーダーのキャンセル
- オーダーにコメントを付加
- 支払いの処理
- 返品処理

上記に示したタスクは、通常は顧客サービス担当者によって、または企業間取引ストアの場合はアカウント担当者によって実行されます。

顧客の登録情報

登録された顧客の顧客情報は、顧客サービス担当者が管理できます。未登録の顧客またはゲスト顧客の情報はデータベースに保管されないため、管理する顧客情報はありません。

未登録の顧客

顧客とは、ストアで買い物をするための顧客ログイン ID とパスワードを持っていない顧客のことです。この顧客は、連絡先や個人情報などの登録情報を指定しておらず、今後の来店用の買い物候補リストやショッピング・カート・アイテムも保持されていません。未登録の顧客は、ゲストと見なされます。

登録された顧客

顧客とは、顧客プロフィールを作成するための情報を提供している顧客のことです。この顧客は、ストアでオーダーを送信する際に必要なログイン ID とパスワードを持っています。買い物候補リストまたはショッピング・カート・アイテムはすべて記憶されているので、今後の来店時にこの顧客はオンライン・カタログをブラウズする必要はありません。

顧客の住所やパスワード、アカウント状況などの顧客情報を管理するには、顧客サービス担当者が顧客を検索し、情報を更新します。顧客が入力する登録情報は、ストア・モ

デルによって異なり、オプションとされる登録情報もあります。顧客情報は、「顧客情報」ノートブックを使用して表示または更新します。このノートブックは、以下の内容を表示します。

一般 セキュリティー情報、識別を目的としたユーザー確認のための質問と答え、および該当する場合は X.509 証明書状況。また、顧客の氏名、ショッピングの優先言語および通貨、アカウント状況 (使用可能または使用不可) なども一般情報に含まれています。

住所 正確な住所

連絡先 連絡先情報。E メール・アドレス、電話番号、FAX 番号など。顧客は、希望する連絡方法と連絡に都合のいい時間帯を指定することができます。顧客は、ストアからの広告を受け取りたいかどうかを指定することもできます。

個人情報

個人情報。年齢、性別、独身 / 既婚、年収、世帯人数、子供の人数、初めての顧客かどうか、職業、勤務先、趣味など。

顧客の検索

顧客登録情報を変更するには、「顧客情報」ノートブックを使用して、必要に応じてフィールドを更新します。ノートブックは次の方法でオープンします。

• **B2C** 「操作」メニューから、「顧客の検索」オプションを選択します。

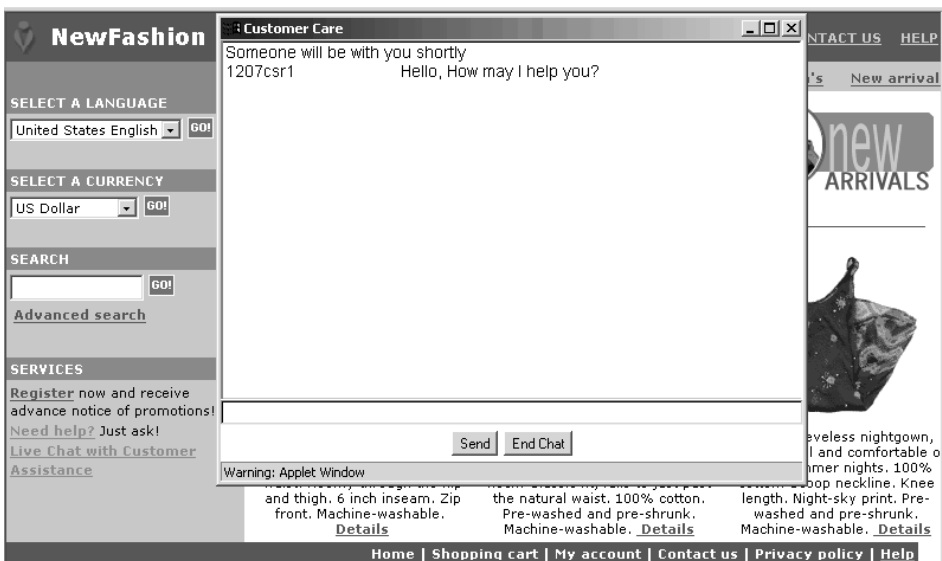
▶ **B2B** 「セールス」メニューから、「顧客の検索」オプションを選択します。

顧客のログオン ID、名と姓、通常使用する電話番号、通常使用する E メール・アドレス、連絡先の市町村、連絡先の郵便番号、および可能な場合はビジネス・アカウントに基づいて、顧客を検索することができます。そこに適切な情報を入力して「検索」をクリックします。

顧客ケア

NewFashion サンプル・ストアに、顧客ケアの機能が示されています。顧客ケアの機能によって、Lotus Sametime Server を使用する同期テキスト・インターフェースでのリアルタイム顧客サービス・サポートが実現されます。顧客はサイトにアクセスし、ストアのページにあるリンクをクリックして顧客サービス担当者 (CSR) に接続することによ

り、インターネットを介して互いに通信またはチャットすることができます。



CSR は、WebSphere Commerce Accelerator を介して顧客ケア・インターフェースにアクセスします。さらに、CSR では顧客が支援を必要としているストア・ページを表示して、ショッピング・カートおよびプロフィール情報を検索することができます。このインターフェースによって、CSR が他の CSR とチャットすることもできます。詳しくは、オンライン・ヘルプの『Customer Care 概説』を参照してください。

顧客ケアを使用可能にする

顧客ケア Sametime を使用するには、これをインストールして WebSphere Commerce と共に構成する必要があります。その方法については、「WebSphere Commerce 追加ソフトウェア・ガイド」を参照してください。

顧客オーダーの管理

オーダーの詳細情報を追跡したり管理したりすることができます。オーダーの詳細情報には、顧客、受け取り先、商品と数量、合計価格（税と送料料を含む）、配送指定、支払メソッド、および任意のコメントが含まれます。顧客オーダー管理には、顧客のオーダーの発行、顧客の既存のオーダーの更新、および顧客への返品商品の承諾を行う 3 つの主なタスクが含まれます。オーダーをキャンセルしたり、オーダーの合計価格に対して価格調整を行うこともできます。

顧客オーダーの検索

オーダーは、オーダー番号、顧客ログオン ID、オーダー状況、またはアカウント番号に基づいて検索できます。顧客のオーダーを検索するには、以下の手順で行います。

- **B2C** 「操作」メニューから、「オーダーの検索」オプションを選択します。
- **B2B** 「セールス」メニューから、「オーダーの検索」オプションを選択します。

検索結果が表示されます。顧客オーダーを処理するには、オーダーの左のチェック・ボックスを選択してから、そのページにあるいずれかのボタンをクリックします。オーダー要約の表示、商品およびアイテムの変更、請求先住所の変更、支払情報の変更、コメントの付加、オーダーのキャンセル、またはオーダーの新規返品を作成を行うことができます。

顧客オーダーの変更

送信済みのオーダーでも、それがまだオーダー処理のために解放されていないと、変更を加えることができます。オーダー状況が「配送済み」、「キャンセル」、「リリース済み」、または「入金済み」のオーダーは変更できません。

「顧客オーダーの変更」ノートブックを使用して、オーダーの詳細情報を変更します。たとえば、顧客がオーダーを発行して、最初は請求先住所と配送先住所を同一にしていたものの、後でオーダーを友人のところへ送付してもらうことに決めた場合、顧客は配送先住所の変更をストアに依頼することができます。「顧客オーダーの変更」ノートブックを使用して、ノートブックの「配送先住所」ページに新規配送先住所を入力します。

オーダーのキャンセル

顧客オーダーをキャンセルするには、165 ページの『顧客オーダーの検索』の説明に従ってオーダーを見付け、「オーダーのキャンセル」をクリックします。顧客オーダーのキャンセル時には、顧客が誤って違う商品をオーダーした、選択した商品が一時的に在庫切れで顧客は新たに在庫するまで待ちたくないなどの、キャンセルの理由を記すことができます。顧客にそのコメント文を含む E メールを送るかどうかを選択できます。オーダー状況が「配送済み」、「キャンセル」、「リリース済み」、または「入金済み」のオーダーはキャンセルできません。

オーダーへのコメントの付加

オーダーにコメントを付加するには、165 ページの『顧客オーダーの検索』の説明に従ってオーダーを見付け、「コメントの付加」をクリックします。コメントを顧客に E メールで送信するように指定することができます。

オーダーにコメントを追加して、自分で参照したり、コメントを顧客に E メールで送信することができます。たとえば、在庫が足りないためにオーダーを履行できない場合は、コメントにその理由を記してそれを顧客に E メールで送信できます。このようにして、顧客は配送が遅れるということを知ります。

オーダーに対する支払いの処理

支払いが承認されなければ、オーダーは配送できません。支払いの処理には、Payment Manager が使用されます。顧客オーダーの支払状況を変更するために、正しい権限レベルを持つユーザーが WebSphere Commerce Accelerator から Payment Manager にリンクできます。支払いを処理するには、「オーダー」ページで「支払いの処理」をクリックします。支払状況には、保留、承認済み、入金済み、クローズ、取り消し、支払拒否があります。

新規顧客オーダーの作成

顧客オーダーは次のいずれかの方法で作成します。「新規顧客オーダー」ウィザードのページを順にたどって、商品、数量、請求先住所、配送先住所、配送方法、支払オプション、および希望する場合はコメントまたは特別な価格調整などの、オーダーに必要な情報を入力します。

登録された顧客のオーダーの作成

- ▶ **B2C** 「操作」メニューから、「顧客の検索」オプションを選択します。
 - ▶ **B2B** 「セールス」メニューから、「顧客の検索」オプションを選択します。

「検索結果」リストが表示されます。
- リストから、検索したい顧客を選択して「オーダーの発行」をクリックし、「新規顧客オーダー」ウィザードをオープンします。

未登録の顧客のオーダーの作成

- ▶ **B2C** 「操作」メニューから、「ゲスト・オーダーの発行」オプションを選択します。
 - ▶ **B2B** 「セールス」メニューから、「ゲスト・オーダーの発行」オプションを選択します。

「New Customer Order (新規顧客オーダー)」ウィザードが表示されます。

返品

顧客は自分の購入品に満足しない場合、元の購入品の金額のリファンドを、自分のクレジット・カードまでか、あるいは与信限度額までの返金の形で要求することができます。WebSphere Commerce では、そのオーダーに対して支払われた税の返金は行われませんが、送料の返金は必ずしも行われるとは限りません。顧客が負担した送料金を払い戻すには、それを合計リファンド金額に手動で追加します。

業種によっては、返品の際に、顧客が必ずしも不要な商品を物理的に配送する必要はありません。たとえば、顧客が食料品店の生鮮食品に対するリファンドを要求する場合、店側はその食品を店に返品するようには要求しないでしょう。

ストア作成時に、ストアでは返品ポリシーを定義します。たとえば、NewFashion ストアでは、購入後 30 日以内に返品された場合、すべての返品は自動的に返品が承認され

るように定義されています。NewFashion ストアは、返品について手数料を請求することはありません。顧客が商品を配送センター返品する場合、承認が必要になります。この承認を返品取引許可 (Return Merchandise Authorization、RMA) といいます。顧客は、ストアに連絡して顧客サービス担当者に RMA の開始を依頼することができます。ストアの返品ポリシーに当てはまる返品はすべて自動的に承認されます。当てはまらない返品については、顧客サービス・スーパーバイザーが承認する場合があります。

返品の作成


顧客の返品を作成するには、WebSphere Commerce Accelerator 内の「新規の返品」ウィザードと「返品の変更」ノートブックを使用します。返品を作成するには、返品しなければならない商品の顧客またはオーダーのいずれかを検索します。「顧客リスト」ページ、または「オーダー・リスト」ページで「新規の返品」をクリックします。

システムが否認した返品の承認

WebSphere Commerce は、ストアの返品ポリシーに当てはまらない返品を認めません。返品を否認する一般的な理由としては、次のようなものがあります。

- 返品してリファンドを受ける場合は、商品を物理的にストアに戻す必要があります。たとえば、CD は本来、顧客がリファンドを受け取るためには返品する必要があるアイテムとしてシステム内でマークされている場合に、顧客がストアに連絡して、配送時に CD に傷が付いていたと伝えることがあります。このような場合、ストアでは、顧客に商品をストアに返送させて配送料金を払い戻すのではなく、顧客に不良品の返送を要求しないで 2 番目の CD を配送することもできます。このような場合、顧客サービス担当者は、システム上で物理的な返品は不要であることを指示し、状況に関するメモを加えることができます。システムは返品承認を拒否するので、顧客サービス・スーパーバイザーが手動でこの返品を承認する必要があります。
- 配送済みの数量が返品数量より多い場合。たとえば、顧客が本を 3 冊オーダーしたのに、1 冊しか戻さない場合があります。
- 実際の購入に支払った金額よりも、クレジットの要求金額の方が高い場合。たとえば、オーダーに対して 100 ドルを支払った顧客が、150 ドルのリファンドを要求している場合です。このようなケースは、オーダーした商品のセール中に購入したが、返品時にはこの割引が適用されていないときなどに生じます。
- 返品期間の有効期限が切れた場合。たとえば、最初の購入日から 10 日経過するとストアは返品を受け付けない、などの可能性があります。
- 返品する商品を最初購入した配送センターに返品する必要があるかないか決定されたが、この状況が変更された場合 (顧客サービス担当者によってなど)。
- ストアに、返品に関する自動承認ポリシーがない場合。この場合、すべての返品を手動で承認しなければなりません。

システムに否認された返品は、次の方法で承認します。

1.  「操作」メニューから、「返品の検索」オプションを選択します。

▶ **B2B** 「ロジスティクス」メニューから、「返品の検索」オプションを選択します。

検索結果が表示されます。

2. 以下の返品情報の中から最低 1 つを指定して、承認したい返品を検索します。

- オーダー番号
- 返品番号
- オリジネーター・ログオン ID
- ▶ **B2B** 契約名
- 返品状況

「検索」をクリックします。検索が実行され、検索基準に一致する返品のリストが表示されます。

3. 選択された返品を承認するには、承認したい返品の横にあるチェック・ボックスをマークして、「承認」をクリックします。「返品の承認」ダイアログがオープンされ、手動による承認が必要な返品と、システムが返品を否認した理由のリストが表示されます。

4. 「承認」をクリックしてダイアログをクローズします。

第 14 章 フルフィルメント

この章では、オーダーのフルフィルメント・プロセスについて説明します。この章で説明されるプロセスでは、ストアが WebSphere Commerce で使用可能な ATP フィーチャーを使用していると想定しています。ストアが NewFashion あるいは ToolTech のサンプル・ストアに準拠している場合は、以下の情報を適用できます。ストアが InFashion または WebFashion のサンプルに準拠している場合、あるいはレガシー・システムを使用してフルフィルメントを管理している場合には、このセクションで説明されるフィーチャーは適用されません。

フルフィルメント・プロセスは、オーダーのライフ・サイクルの一部を記述します。オーダーのライフ・サイクルはストアによって異なりますが、以下に代表的なオンライン・ストアでのオーダーのライフ・サイクルを示します。

1. 顧客がストアでオーダーを発行して、クレジット・カードで支払う。
2. 顧客サービス担当者は、支払いを処理する。資金が正常に確保されると、オーダーがリリースされて出荷（フルフィルメント）となります。オーダーの状況は、在庫出荷済みになります。

3. 梱包担当者がピッキング・バッチを作成する。

ピッキング・バッチは、リリースのコレクションのことです。ピッカーが、ピッキング・バッチを使って、バッチに必要なすべての商品を取得します。ピッキング・バッチは、効率を改善します。同じ商品が 2 つのリリースから要求されている場合は、両方のオーダーによる商品を同時にピッキングする方が、ピッキング・エリアに 2 往復するよりも大幅に時間短縮できます。

リリースとは、同一オーダーによるオーダー・アイテムのセットで、全体で 1 つの単位としてリリース処理されます。リリース内のすべてのオーダー・アイテムの運送会社、配送先住所、および配送センターは同一でなければなりません。リリースの一部となり得るアイテムであっても、ストアのポリシーが指示する場合、個別にリリースされることがあります。



4. 配送センターのスタッフがオーダーをピッキングして梱包する。
5. 梱包担当者がパッケージ情報を入力する。
6. 梱包担当者が出荷を確認する。
7. クレジット・カード会社からストアに、資金がリリースされる。

この章では、オーダーのピッキング、梱包、および配送のプロセスについて説明します。

オーダーの出荷

オーダーを出荷する主な責任者は梱包担当者です。オーダーをピッキング、パック、および発送する手順は以下のとおりです。

ピッキング・バッチの作成

1. 現在のストアと配送センターにログオンします。
2.  「操作」メニューから、「ピック・バッチ」オプションを選択します。
 「ロジスティクス」メニューから、「ピック・バッチ」オプションを選択します。「ピック・バッチ」ページが表示されます。
3. 「新規作成」をクリックします。

ピッキング・バッチが作成されると、確認のメッセージが表示されます。リリースの数がピッキング・バッチに含めることができる指定された最大数よりも多い場合、超過した分のリリースは次のピッキング・バッチに含まれます。ピッキング・バッチの作成に使用可能なリリースがない場合には、情報のメッセージが表示されます。すべてのリリースが配送済みのピック・バッチは、「ピック・バッチ」ページに表示されません。

オーダー・アイテムのピッキング

4. 新しく作成されたピッキング・バッチを選択してから、「ピック・チケット」をクリックします。ピッキング・チケットが表示されるので、必要に応じてチケットを印刷できます。
ピッキング・チケットは、特定のピッキング・バッチのリリースをすべて実行するのに必要な全アイテムのリストを含む文書です。梱包担当者はこの文書を使用して、ピッキング・バッチ内のすべてのリリースを梱包するのに必要な全商品を集めます。
5. ピッキング・エリアから在庫をピッキングして、それを梱包所に送付します。

オーダー・アイテムの梱包

梱包スリップは、特定のリリースを構成するあらゆる品目名を表示する文書です。一般に、配送先、運送会社と、そのリリースに関するオーダー・アイテムのリストが文書に含まれています。該当する場合、梱包スリップにはアイテム価格が含まれます。梱包スリップは、梱包担当者が物理的フルフィルメントのためにリリース内のアイテムを梱包するのに使用します。通常、梱包スリップはパッケージに添付されるので、顧客は正しいアイテムが送られてきているかを確認できます。

6. 該当するピッキング・バッチを選択して、「パッキング・スリップ」をクリックする。
選択した梱包スリップを表示、印刷する。次に、梱包スリップにしたがってリリースを箱に梱包する。

7. 梱包された箱を配送クラークに渡す。

パッケージ情報の入力

8. オーダーが梱包されたなら、パッケージ情報を入力する。

B2C 「操作」メニューから、「配送準備が完了したリリース」オプションを選択します。

B2B 「ロジスティクス」メニューから、「配送準備が完了したリリース」オプションを選択します。

「Releases Ready to Ship page (リリース配送準備完了)」ページが表示されます。

9. 適切なオーダー番号とリリース番号を選択して、「パッケージ」をクリックする。「新規パッケージの詳細」ページが表示されます。
10. 以下の情報を入力する。この情報は通常、運送会社の積荷目録から取得します。
 - パッケージ ID
 - トラッキング ID
 - ピックアップ ID (Pickup ID)
 - 配送業者
 - パッケージ重量
 - Unit of measure (計測単位)
 - 配送料金
 - 通貨
 - 配送日付

「OK」をクリックします。パッケージが正常に作成されたことを示すメッセージが表示されます。オーダー内のすべてのパッケージについて、このステップを繰り返します。

配送の確認

11. すべてのパッケージ情報を入力したなら、配送を確認することができる。

B2C 「操作」メニューから、「配送準備が完了したリリース」オプションを選択します。

B2B 「ロジスティクス」メニューから、「配送準備が完了したリリース」オプションを選択します。

「Releases Ready to Ship page (リリース配送準備完了)」ページが表示されます。

12. 適切なオーダー番号とリリース番号を選択して、「配送の確認」をクリックする。選択したリリースの配送が確認されたことを示すメッセージが表示されます。オーダー内のすべてのリリースについて、このステップを繰り返します。オーダー内のすべてのリリースについて配送が確認されると、オーダー状況は「配送済み」に変わります。配送済みのオーダーは、「配送準備が完了したリリース」ページに表示されません。

第 15 章 ビジネス関係の管理

ここでは、以下の作業の実行方法について説明します。

- 顧客アカウントの作成と管理
- 個々のアカウントの、以下のようなアカウント属性の定義
 - 顧客連絡先情報
 - 購入注文
 - 送り状送付方法
 - 貸付限度額
- 共同作業

WebSphere Commerce Business Edition:

この章の情報は、WebSphere Commerce Business Edition だけに適用されます。企業消費者間取引ストアの場合、WebSphere Commerce Accelerator の「セールス」メニューのアカウント・オプションは表示されません。

WebSphere Commerce Business Edition には、ToolTech サンプル・ストアが含まれています。この章の情報を十分に理解するためには、ToolTech サンプル・ストアを公開して構成することをお勧めします。ToolTech サンプルを公開して構成する方法については、オンライン・ヘルプをご覧ください。

ビジネス・ポリシー

ビジネス・ポリシーとは、ストアまたはストアのグループが従う一連のルールのことです。ここにはビジネス・プロセス、経営施策、およびストアまたはストアのグループのオファリングの有効範囲と特性が定義されています。ビジネス・ポリシーは、ストアまたはストアのグループ内で許容され、サポートされるあらゆる慣行を定義します。

ストアの作成時に、ストアのポリシーを作成します。ポリシーは、ストアの SAR ファイルに指定された `businesspolicy.xml` 内にあります。ビジネス・ポリシーの作成方法については、[ストア開発者ガイド](#) を参照してください。

WebSphere Commerce では、以下のタイプのビジネス・ポリシーを定義することができます。

カタログ

カタログのビジネス・ポリシーは、ストアのマスター・カタログ内の価格や分類など、販売用商品の範囲や特性を定義します。以下のカタログ・ビジネス・ポリシーを作成できます。

価格リスト

価格リスト・ポリシーは、一連の商品の価格を指定します。価格は、複数の通貨で指定できます。価格リスト・ポリシーには、数量に基づく価格を含めることができます。WebSphere Commerce は、ストアのマスター・カタログ内に、すべての商品に対して 1 個の価格リストを作成します。価格リスト・ポリシーは、マスター・カタログ内のすべての商品の基本価格設定です。契約では、価格リスト・ポリシーが参照されます。契約では、基本価格から何パーセント調整するかをオファーできます。

商品セット

商品セットは、複数の商品の集まりです。商品セットを使用することによって、以下のことを実行できます。

1. 価格リストに含まれる商品の価格を調整する。
2. 契約に、マスター・カタログの一部を含めたり除外したりする。これは格付け または商品選択制約 と呼ばれます。

商品セットは、ストアのマスター・カタログ内のカテゴリーに基づいて作成されます。WebSphere Commerce Accelerator を使用して商品セットが作成されると、それは、マスター・カタログに商品が追加されたり除去されたりした場合、商品セットは自動的に保守されます。

送り状、支払い、およびリファンド

送り状、支払い、およびリファンドに関するビジネス・ポリシーは、支払いのストアによる受領、払い戻し、およびストアの送り状の形式について定義します。支払いに関する以下のビジネス・ポリシーを定義することができます。

支払メソッド

ストアでは、WebSphere Payment Manager でサポートされる任意の支払メソッドがサポートされています。また、ストアでは、貸付限度額や購入注文を受け入れることも可能です。

送り状の形式

送り状の形式では、商品の配送時にバイヤーに送られる送り状のレイアウトを定義します。

返品

返品に関するビジネス・ポリシーでは、リファンドが受諾済みである場合に、受諾した期間や返品にかかる再入荷料金を定義します。以下の返品ビジネス・ポリシーを設定することができます。

返品 of 課金

返品 of 課金は、返品された商品についての返金額を指定します。再入庫にかかる料金と返金率もここで扱います。

返品 of 承認

返品 of 承認ポリシーは、返品を自動的に承認する場合を判別します。

返品 of 支払メソッド

払い戻し支払メソッド・ポリシーは、返品された商品についてバイヤーがどのように払い戻しを受けるのかを定義します。

配送

配送に関するビジネス・ポリシーは、ストアが利用できる配送業者と各タイプに関連付けられた料金を規定します。配送に関する以下のビジネス・ポリシーを定義することができます。

配送モード

配送モードに関するビジネス・ポリシーでは、ストアが対応できる配送モードと運送会社について規定します。

ToolTech サンプル・ストアには、以下の配送モードが定義されています。

- **国際便:** オーダーごと 5 ドル + 1 アイテムごと 1 ドル、5 営業日。
- **速達便:** オーダーごと 6 ドル + 1 アイテムごと 2 ドル、3 営業日。
- **国際速達便:** オーダーごと 10 ドル + 1 アイテムごと 3 ドル、1 営業日。

配送に関する方針を変更するには、shipping.xml ファイルを変更するか、あるいは「配送」ノートブックを使用します。配送ノートブックについては、63 ページの 3 のステップで説明されています。

配送料 of タイプ

以下のタイプの配送料がサポートされています。

- 配送料なし
- セラーは、オーダーの資金化において配送料を計算します。
- 運送会社は、バイヤーに対して配送料を請求します。

顧客 of 格付け

ビジネス・ポリシーでは、ストアまたはストア・グループ内でサポートされている慣行の範囲を設定します。顧客 of 格付けにより、さまざまな顧客に応じてストア of 動作をカスタマイズできます。顧客 of 格付けとは、ストア内で顧客が実行できるさまざまなアクション of ことを指します。顧客は、さまざまな面から格付けされます。それには、購入できる商品、商品価格、および受け入れ可能な支払メソッドが含まれます。顧客格付けは、バイヤーとセラー of 間の契約 の中で定義されている条項によって規定されます。

デフォルトでの顧客 of 格付けは、ストア of デフォルト契約 で定義されています。通常、このデフォルト契約では顧客はマスター・カタログにアクセスでき、デフォルト価格で

アイテムを購入できるように指定されています。さらにデフォルト契約は、ストアの受け入れる支払メソッドやオーダー発送時に利用される配送業者など、ストアの動作の他の面もデフォルト契約に含まれます。

デフォルト契約

デフォルト契約では、ストアまたはストアのグループのデフォルトの顧客の格付けを定義します。ストアの作成時に、`contract.xml` ファイルにデフォルト契約の設定が定義されます。デフォルトの契約は、ストアとのそれ以外の契約関係による許可が与えられていない、買い物をするすべての顧客に適用されます。顧客が契約外の商品を購入することを許可された場合には、契約外商品にデフォルトの契約が適用されます。

ストアのデフォルト契約は、以下の顧客格付けを指定するようにセットアップされています。

- 顧客は、ストア・カタログで購入可能な商品のすべてを購入することができる。
- 顧客は、商品を基本価格で購入する。値上げや値下げは適用されない。
- オーダー処理時に支払いを指定する。顧客は、ストアが受諾するあらゆる支払メソッドを使用できる。
- 顧客はオーダーの配送につき、ストアで利用できる配送業者から任意の業者を選択できる。
- オーダーの配送先住所について、オーダー処理時に顧客が指定する。
- 配送料は、オーダー取り込み時に、セラーが計算する。
- 返品に課金しない。
- 商品が 30 日以内に返品された場合は、リファンドは常に承認される。
- バイヤーは、購入時と同一の支払方法でリファンドを受ける。

デフォルト契約を変更する方法については、オンライン・ヘルプのトピック『Bootstrap files』、およびストア開発者ガイドをご覧ください。特定の顧客組織にはデフォルト契約を使用したくない場合は、その組織に対して契約を作成することができます。

ビジネス・アカウント

ビジネス・アカウントは、顧客組織とのストアの関係を管理するための出発点です。ビジネス・アカウントを使用することによって、顧客組織の契約とオーダーをトラッキングできます。また、顧客組織のバイヤーが買い物をする方法にも構成できます。

ビジネス・アカウントは、顧客組織に関する以下の情報を記録します。

- 顧客組織の名前と組織内の担当者
- 顧客組織に割り当てられたストアの部門とアカウント担当者の名前
- 顧客組織のストアでの購入注文に関する情報
- 顧客組織への送り状の送付方法

- ストアが発行する貸付限度額 (顧客組織に貸付限度額がある場合)
- ビジネス・アカウントに関する一般的な注釈

ビジネス・アカウントの定義

ビジネス・アカウントは、セールス・マネージャーになったユーザーが管理します。

「セールス」メニューから「アカウント」を選択します。「アカウント」ページで、「新規」を選択して新規アカウントを作成します。

契約

契約を締結することで、顧客組織はストアやストアのグループから一定期間、一定の価格で商品を購入できます。WebSphere Commerce Accelerator を使用するか、または XML ファイルを作成してからデータベースを移植するためにローダー・パッケージを使用する、いずれかの方法で契約を作成できます。

契約の作成方法の決定

ほとんどのストアでは、契約の作成および管理に WebSphere Commerce Accelerator を使用します。ただし、WebSphere Commerce Accelerator を使用して指定することができない使用条件もあります。こうした条件が必要な場合は、XML ファイルおよびローダー・パッケージを使用して契約を作成する必要があります。詳しくは、ストア開発者ガイドを参照してください。

WebSphere Commerce Accelerator では定義できない使用条件

購入限度額

この条件は、契約に従って発注された全オーダーを合計した値に上限を設けるものです。契約に基づく全オーダーの値は、指定された金額以下でなければなりません。オーダーを出す際にこの上限を超えると、オーダーの処理に失敗します。

最低購入額

この条件は、契約に基づいて契約の実施後一定期間内に発注しなければならないオーダーの最小値を指定します。契約に基づいて発注された指定期間内のオーダーの累積値が指定した額を下回る場合に、ストアはこの契約をキャンセルできます。

配送センター

この条件により、契約に基づいて発注されたオーダーに応じなければならない配送センターを指定できます。

送り状の形式

顧客の組織に E メールで送信される送り状のレイアウトを指定します。

顧客の組織、アカウント、および契約の作成

ここでは、ToolTech ストアに付加的な組織、アカウント、顧客、および契約を追加する方法について説明します。契約は WebSphere Commerce Accelerator を使用して作成されます。XML ファイルを使用した契約の作成方法についての詳細は、「オンライン・ヘルプ」を参照してください。ToolTech サンプル・ストアには、4 つの契約が用意されています。契約は、ストアの SAR ファイルの中の contract.xml ファイルに定義されます。

ステップ 1. サイト管理者は、バイヤー組織を表す組織を作成します。

詳しくは、110 ページの『組織』をご覧ください。

ステップ 2. サイト管理者は、バイヤー組織のためのバイヤーの役割を伴うユーザーを作成します。

詳しくは、112 ページの『役割』をご覧ください。

ステップ 3. セールス・マネージャーは、バイヤー組織のアカウントを作成します。

詳しくは、179 ページの『ビジネス・アカウントの定義』をご覧ください。

ステップ 4. アカウント担当者は、契約を作成します。

契約ノートブックを使用して契約を作成する

a. 「セールス」メニューから、「アカウント」オプションを選択します。
「アカウント」ページが表示されます。

b. 契約を作成したいアカウントを選択します。次に、「新規契約」をクリックすると、「契約一般情報」ページが表示されます。

「契約一般情報」ページで、契約の名前と説明を入力します。オプションで、契約の開始日と終了日を指定できます。契約の開始日と終了日を指定しないなら、契約は現在日付で開始し、有効期限が 1 年になります。有効期限日付のない契約を指定することもできます。

c. ナビゲーション・フレームから、「顧客」をクリックします。

「契約の顧客」ページで、その契約が適用される顧客 (バイヤー組織) を選択します。アカウントのバイヤー組織とその中の組織単位を示す「利用可能顧客」リストが表示されます。

d. ナビゲーション・フレームから、「Product and Prices (商品と価格)」をクリックします。

契約に基づいて購入できる商品と顧客がその商品に支払う価額を定義するためには、「価格」ページを使用します。契約において商品の価格を設定するには、パーセント割引、定価、および選択制約の方法を任意に組み合わせることができます。

• パーセント価格設定

- マスター・カタログ全体に対して調整を適用する

カタログ全体に対してパーセント価格調整を定義します。その価格調整は、カタログに含まれるあらゆるものに適用されます。ストア・カタログ内の商品はすべて、ストアのマスター・カタログ内に定義されている基本価格にパーセント調整（値上げまたは値下げ）をして販売できます。

– 以下の契約最適化カテゴリについて調整を適用する

ストア・カタログ内の商品はすべて、選択したサブカテゴリに設定されたパーセント調整に従って販売できます。パーセント調整（値上げまたは値下げ）は、ストアのマスター・カタログの中で定義されている基本価格に適用されます。

契約最適化カテゴリを定義するには、「商品」ノートブックで「Use in contracts (契約で使用)」チェック・ボックスをチェックします。商品の作成と変更については、151 ページの『商品、属性、および SKU の作成』で説明されています。

– 以下のカテゴリおよび商品について調整を適用する

ストア・カタログ内の商品はすべて、選択したサブカテゴリまたは商品に設定したパーセント調整に従って販売できます。パーセント調整（値上げまたは値下げ）は、ストアのマスター・カタログの中で定義されている基本価格に適用されます。

サブカテゴリを契約に組み込んだり、除外したりするときは、「Contract Selection Constraints (契約選択制約)」ページを使用します。

• **定価販売**

定価販売では、販売用の商品リストとその価格の両方が契約内で販売用にカスタマイズされるように指定します。ストア・カタログ内の商品はすべて、定価リストに追加することができます。価格リストは、契約別に固有のものなので注意してください。契約間で価格リストを再利用することはできません。

価格リストに商品を追加するには、製品 SKU、名前、または簡略説明を指定して、次に「検索」をクリックします。「検索結果」ページで、商品の価格を指定して、「追加」をクリックします。価格リストにこの商品が追加されます。

• **契約商品選択制約**

選択制約は、契約ではパーセント価格設定を指定しているものの、ストアのマスター・カタログ全体を販売用にオファーするべきではない場合に使用します。契約による販売においては、一部のカテゴリやアイテムを除外したり含めたりできます。

この契約では、以下のカテゴリーおよびアイテムを販売対象から除外する 契約において、マスター・カタログから除外するカタログのサブカテゴリーとアイテムを指定します。

この契約では、以下のカテゴリーおよびアイテムを販売対象に含める 契約において、マスター・カタログのカタログ・サブカテゴリーとアイテムのうち、契約に含めるものを指定します。

e. 「配送」使用条件を定義する

配送使用条件では、オーダーに関する配送方法、配送先、および請求先を指定します。

配送業者

契約に基づいて作成したオーダーの配送方法を定義するのに使用します。配送業者が選択されていない場合、オーダーはストア内で使用可能な任意のモードで配送できます。使用可能な配送業者のリストに、このストアに対して定義されているすべての配送業者が表示されます。

課金タイプ

運送会社またはストアが配送料を取るかどうかを定義するために選択します。

住所 契約に基づいたオーダーの配送先の指定に使用します。これにより、オーダーを配送できる場所を限定できます。配送先住所が指定されていない場合、契約に基づいてオーダーが行われるたびに配送先住所を指定する必要があります。「利用可能な配送先住所」リストに、そのアカウントの配送先住所が表示されます。

f. 支払メソッドを選択する

契約に基づいたオーダーについて受諾できる支払メソッドを指定します。支払メソッド条件が契約に指定されていないと、ストアが対応する全支払メソッドが、契約に基づいたオーダーについて受諾されます。たとえば、契約でオフライン・カードによる支払メソッドを指定できます。アカウントに貸付限度額があるなら、この契約ではその貸付限度額内の支払いが可能であることを指定できます。

g. 返品処理方法を定義する

ポリシー

返品承認方法と、顧客が返品に際して支払わなければならない課金を選択します。

リファンド

契約に従ってリファンドを受け取る場合に顧客が選択できる支

払メソッドを選択します。指定されていない場合は、ストアで使用可能なすべての支払メソッドの中から、顧客が選択できません。

h. オーダー承認金額を定義する

顧客組織によるオーダーの承認が必要な場合、「承認 (必須)」チェック・ボックスをチェックして指定します。オーダー承認が必要な場合には、オーダー承認の最小金額を指定できます。これにより、顧客組織の承認がない場合でも、対応する通貨の値を下回った金額であれば、オーダーを許可することができます。

i. 添付事項を指定する

添付事項は、契約に付加された情報全般のことです。添付事項の例としては、ある顧客組織がすべての契約に添付する PDF 形式の標準的な使用条件についての文書などが考えられます。添付事項の完全な URL (<http://www.ibm.com/attachments/terms.pdf> など) を入力します。「契約の要約」ページには、添付物のすべてのリストが表示されます。

j. 注釈を追加する

契約に関するどのようなコメントでも、コメントにできます。契約の注釈は、「契約の要約」ページに表示されます。

k. 契約を保存する準備ができたなら、「OK」をクリックします。

新しく作成された契約は「契約」ページに表示されます。この契約の状況は、ドラフトです。ストアでこの契約を使用できるようにするには、承認され、デプロイされなければなりません。

承認のために契約を送信する

ステップ 5. 送信された契約は、完成され、承認のために送信されたドラフト契約です。契約を送信する前には、少なくとも 1 つの価格設定条件、配送料のタイプ、および顧客を定義しておく必要があります。ドラフト契約を承認のために送信する準備が完了したかどうか、セールス・マネージャーまたはアカウント担当者が判断します。承認がセットアップされたら、指定された契約の承認者は、契約の検討をしなくてはなりません。承認が何もセットアップされなかった場合には、契約はアクティブ状態になります。

契約を承認する

ステップ 6. 指定された契約の承認者が、契約が完全に許容できると判断したときは、この契約を承認済み状態にします。WebSphere Commerce では、承認済みの契約を自動的にデプロイしようとします。

適切にアクセスした承認者および管理者は、契約を承認または拒否できません。通常、セールス・マネージャーが契約を承認します。契約について承認または拒否するプロセスは、WebSphere Commerce で行うすべての承認に使用するプロセスと同じです。契約の承認または拒否は、以下の手順で行います。

「ストア」メニューから、「承認要求」を選択します。「承認要求」ページが表示されます。承認または拒否したい契約の左にあるチェック・ボックスを選択します。契約の詳細情報の要約を表示したい場合は、「概要」をクリックします。契約を承認するには「承認」を、拒否するには「拒否」をクリックします。作業中の契約に関する状況が、決定を反映して更新されます。

契約のデプロイ

ステップ 7. 正常にデプロイされた契約はアクティブな契約です。これで、バイヤー組織の中の登録ユーザーは、契約に示された条項に従ってストアでショッピングおよび購入ができるようになります。

契約管理レポート

セールス・マネージャーは、特定のアカウントまたは契約書に関連したレポートをすぐに作成することができます。アカウント担当者は、自身のアカウントと契約書に関連するレポートを作成できます。

1. 「セールス」メニューから、「アカウント」オプションを選択します。
2. アカウントを選択し、「契約」をクリックしてください。「契約」ページが表示されます。
3. 「契約」ページで契約を選択してから、「レポート」をクリックします。
4. 適切なレポートを以下から選択してください。

「Charge amounts by contract (契約別の請求金額)」

このレポートは、選択した契約に関連する全オーダーのリストです。

「Refunds by contract (契約別のリファンド)」

このレポートは、選択した契約に関連する全リファンドのリストです。

アカウント管理レポート

セールス・マネージャーは、契約のパフォーマンスや有効性を分析することで、契約の価値の最適化および最大化を行います。顧客の値を最適化し、適切な顧客に商品およびサービスを販売する機能を最大化するため、顧客のことをよく理解するようにします。微妙な動向パターンと重要な購入傾向を明らかにして、商用アクティビティーを最適化します。実際の数値を示すには、隠し傾向と情報に基づいて活動してループをクローズします。

セールス・マネージャーは、特定のアカウントまたは契約書に関連したレポートをすぐに作成することができます。アカウント担当者は、自身のアカウントと契約書に関連するレポートを作成できます。

1. 「セールス」メニューから、「アカウント」オプションを選択します。「アカウント」ページでアカウントを選択してから、「レポート」を選択します。
2. 適切なレポートを以下から選択してください。

アカウントのオーダー

このレポートは、選択されたアカウントのオーダーを示します。

限定購入オーダー番号による支出

このレポートは、現在の残高、および選択されたアカウントの限定購入オーダーの限度額を示します。

アカウントのリファンド

このレポートは、選択されたアカウントに発行したリファンドを示します。

有効期限日付の近い契約

このレポートは、選択されたアカウントの契約で有効期限切れが近い契約を示します。

契約のオーダー

このレポートは、選択された契約のオーダーを示します。

契約のリファンド

このレポートは、選択された契約に発行されたリファンドを示します。

見積依頼 (RFQ)

見積依頼 (RFQ) は、WebSphere Commerce で使用可能な取引メカニズムの 1 つです。カタログに掲載されているさまざまな固有の商品やサービスについて、バイヤーは RFQ を作成することができます。候補リストを使用して、必要な商品を RFQ に追加します。1 つの RFQ に任意の数の商品を組み込んで、それぞれの商品に固有の仕様を定義します。また、バイヤーはトランザクションの使用条件を指定することもできます。セラーは、RFQ がアクティブ (Active) 状態の場合に、その RFQ を表示して応答することができます。バイヤーによる RFQ の変更やキャンセルも可能です。

セラーは RFQ への応答時に、各商品および各商品の仕様に応答するオプションを使用できます。さらにセラーは、応答の変更またはキャンセルもできます。

セラーは、クローズ (Closed) 状態にある RFQ 応答を評価して落札者を選択できます。RFQ 応答がバイヤーによって受諾され、セラーに通知されると、RFQ トランザクションは以下の 2 つのプロセスのどちらかにより完了します。

- バイヤーが RFQ 情報をすでに含むオーダーを発行する
- RFQ 情報をすでに含む契約が作成される

トランザクションが完了した RFQ レコードは、繰り返し使用する RFQ をコピーできるように、前もって定められた期間、RFQ 依頼リストに保管されます。応答についても、同じバイヤーからの似通った要求に対するセラーの応答を容易にするため、同じ期間保管されます。

セラーは、バイヤーへの伝送より先に応答を見直したい場合に、RFQ 応答プロセスの承認フローを使用可能にできます。

RFQ の使用可能化

RFQ を有効にするためには、サイト管理者は以下のタスクを実行する必要があります。

- ToolTech サンプル・ストアを公開する
- RFQ サイト・レベルのジョブをスケジュールリングする
- RFQ メッセージを有効にする
- 適切なユーザー役割を割り当てる
- 応答承認を有効にするかどうかを決定する

これらのタスクについては、オンライン・ヘルプで説明されています。さらに、WebSphere Commerce のサイトのテクニカル・ライブラリーのページから利用できるチュートリアル、『*Request for Quote (RFQ) Creating Requests and Responses*』でも説明されています。

RFQ のプロセス

次の部分では、バイヤーとセラーのそれぞれの側の RFQ の処理について説明します。

ステップ 1. **バイヤー**: バイヤーは、ストア・カタログをブラウズし、商品を買物候補リストに追加します。

ステップ 2. **バイヤー**: RFQ 要求を作成します。

- a. ToolTech ストアから、「**RFQ 要求**」リンクをクリックします。
- b. RFQ ページに見積依頼ツールが表示されます。「**新規**」をクリックして RFQ を作成します。
- c. 「一般」ページで「RFQ」ウィザードが表示されます。以下の情報を入力してください。

名前 RFQ 名

簡略説明

RFQ についての簡略説明

詳細説明

RFQ の詳細説明

契約またはオーダーの作成

契約 RFQ の結果として契約が作成される場合。

オーダー RFQ の結果としてオーダーが作成される場合。

「次へ」をクリックします。

- d. 「期間」ページで RFQ の開始日と終了日を指定して、「次へ」をクリックします。開始日が指定されない場合、RFQ はそれが送信された時点で有効になります。
- e. 必要な使用条件を追加するには、「使用条件」ページで「追加」をクリックします。以下の使用条件を指定できます。

追加 RFQ に新しい条項を追加します。

除去 RFQ から使用条件を除去します。

使用条件

必要な使用条件を入力します。

応答の必須仕様

その仕様が応答に必要な場合、「はい」を選択します。必要でない場合、「いいえ」をクリックします。

仕様変更の可否

応答の仕様を変更可能な場合、「はい」を選択します。可能でない場合、「いいえ」をクリックします。

必要な数の使用条件を追加します。使用条件を追加し終わったら、「次へ」をクリックします。「商品」ページが表示されます。

- f. 「商品」ページで、「**商品の追加**」をクリックします。「Add products from Interest List (買い物候補リストから商品を追加する)」ページが表示されます。このページには、買い物候補リストに含まれているすべての商品が表示されます。
- g. 買い物候補リストの必要な商品のチェック・ボックスを選択して、次に「**RFQ に追加**」をクリックします。「商品」ページが表示されます。
- h. 価格、数量、および計測単位 (個や kg など) を、商品ごとに入力します。
- i. オプションとして、仕様を入力します。商品を選択してから、「**仕様**」をクリックします。

注:

定義可能な仕様は、WebSphere Commerce Accelerator の個人設定属性機能を使用することによって、セラーが事前に定義されています。個人設定属性の定義については、オンライン・ヘルプのトピック『Personalized attributes』をご覧ください。

- j. オプションとして、コメントを入力します。商品を選択してから、「**コメント**」をクリックします。
- k. 「**終了**」をクリックして RFQ を保管します。「RFQ」ページが再び表示され、そこに新たに作成された RFQ が表示されます。

ステップ 3. 「セラー」が RFQ 応答を作成する。

RFQ 要求をバイヤーが送信した後に、セラーは RFQ に応答することができます。RFQ に応答するには、以下の手順で行います。

- a. WebSphere Commerce Accelerator にログオンします。
- b. 「セールス」メニューから、「**RFQ**」オプションを選択します。RFQ 要求のリストが表示されます。

- c. 該当する RFQ を検索します。
 - その要求のチェック・ボックスを選択して、「**応答**」をクリックします。一般フォームが表示されます。
 - この要求に対する応答があるかどうかを調べるため、「**応答**」をクリックします。「RFQ 応答」ページで、選択した要求に対して存在する応答が表示されます。新しい応答を作成するには、「**新規**」をクリックします。
- d. 「**名前**」フィールドに応答の名前を入力します。
- e. 注釈を入力してから、「**次へ**」をクリックします。「使用条件」ページが表示されます。
- f. 使用条件に回答して、「**次へ**」をクリックします。「商品」ページが表示されます。
- g. 商品の仕様に回答して、「**終了**」をクリックします。「RFQ 応答」ページが表示されます。
- h. 承認者に回答を伝送するには、「**送信**」をクリックします。

承認が使用可能になっている場合には、回答は承認者へ送信されます。承認者によって承認されると、RFQ はバイヤーに送信されます。

ステップ 4. **セラー**: RFQ を承認します。

- a. 「**ストア**」メニューから、「**承認要求**」を選択します。「承認要求」ページが表示されます。
- b. 作業中の要求のチェック・ボックスを選択します。次に「**概要**」をクリックしてください。「概要」ページが表示されます。
- c. RFQ の詳細情報を確認し、要求を承認する場合は「**承認**」を、拒否する場合は「**拒否**」をクリックします。承認または拒否が成功すれば、メッセージ・ボックスに表示されます。「承認要求」ページが表示され、作業中の要求に関する更新状況を示します。

ステップ 5. **バイヤー**: ToolTech ストアから、「**Launch RFQ (RFQ を起動)**」をクリックします。「RFQ」ページで、RFQ ツールが起動されます。回答を表示するには、RFQ を選択してから「**応答**」をクリックします。

ステップ 6. RFQ 回答を選択してから、「**概要**」をクリックします。回答を承認する場合は、回答を選択してから「**受諾**」をクリックします。

コラボレーション

コラボレーション・ワークスペースは、Lotus QuickPlace を使用することにより、バイヤーとセラー（またはセラーの場合のアカウント担当者）との間のビジネス・ディスカッションをサポートする、協調的なインターフェースを提供します。セラーの組織内のビジネス・ユーザーも、コラボレーション・ワークスペースを使用できます。コラボレーション・ワークスペースは、WebSphere Commerce Accelerator により、QuickPlace

テンプレートを使用して作成されます。任意の数のセラー組織が、1つのコラボレーション・ワークスペースを作成できます。バイヤーをワークスペースに追加できるのは、QuickPlace Manager アクセスが許可されているアカウント担当者またはアカウント・マネージャーだけです。コラボレーション・ワークスペースを有効にするには、メンバー・データが、WebSphere Commerce Server への適切なリンクにより WebSphere Commerce に接続された LDAP サーバー上に存在していなければなりません。さらに、QuickPlace は、WebSphere Commerce および LDAP が存在するマシンとは異なるサーバー上にインストールおよび構成しなければなりません。インストールの手順については、「*WebSphere Commerce 追加ソフトウェア・ガイド*」をご覧ください。協調的なワークスペースおよびワークスペース・メンバー情報の詳細は、WebSphere Commerce によって管理されます。共同作業に使用されるディスカッション・スレッド、送付、またはファイル添付は、QuickPlace サーバー上に保存されます。

コラボレーション・ワークスペースおよび顧客ケアについては、ToolTech サンプル・ストアで例が示されています。

第 5 部 ストアのフィーチャーの拡張

本書のこの部分では、ストアに追加できる拡張機能を紹介します。

第 16 章 マーケティング

WebSphere Commerce では、情報技術部門に必要な変更を加えるように依頼するのではなく、マーケティング担当者がサイトと直接対話できるようにすることによって、マーケティングと個人情報設定の関係を容易にします。マーケティング・マネージャーは、さまざまな顧客プロフィールを対象とした大規模なマーケティング・キャンペーンを作成します。キャンペーンはサイト・セールスを促進したり、売上を伸ばしたり、顧客の認識を高めたりします。

この章では、以下の情報を説明します。

- e-マーケティング・スポット
- 広告コピー (Ad copy)
- 顧客プロフィールの作成および保守
- マーケティング・キャンペーンおよびキャンペーン・イニシアチブの作成と保守
- クーポン販売促進

注:

1. WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」には、WebFashion ストアにキャンペーン・イニシアチブおよび割引を追加する方法を説明したチュートリアルが含まれています。詳しくは、「オンライン・ヘルプ」の『*Creating discounts in WebFashion*』および『*Creating a marketing campaign in WebFashion*』というトピックを参照してください。
2. ストア・ページに e-マーケティング・スポットを含んでいるのは、WebFashion ストア・モデルのみです。他のストア・モデルから個人情報設定されたコンテンツをストア・ページに追加するためには、ストア開発者は e-マーケティング・スポットを適切なページに追加しなければなりません。JSP ページへの e-マーケティング・スポットの追加については、オンライン・ヘルプの WebFashion ストアのサンプルを参照してください。

e-マーケティング・スポット

WebSphere Commerce マーケティング・システムでは、ルール・ベースの処理だけではなく、動的なコンテンツを表示する Web サイトの機能も利用します。e-マーケティング・スポットという、特別なエンティティがこの要件を満たすものとなります。e-マーケティング・スポットには、広告内容、お勧めカテゴリー、またはお勧め商品が表示されます。

ストア開発者は、e-マーケティング・スポットを適切なページに配置します。各 e-マーケティング・スポットには、固有名があります。マーケティング・マネージャーは、キャンペーン作成処理の一環として、ターゲットとする e-マーケティング・スポットを選択します。

顧客がストアをブラウズするときに、e-マーケティング・スポットは、WebSphere Commerce Server と通信して、その場所ではどのコンテンツを表示するかを判別します。JSP ページには、任意の数の e-マーケティング・スポットを含めることができます。e-マーケティング・スポットは、サイト内のどの JSP ページにも入れられます。

データベースに登録されている e-マーケティング・スポットを表示するには、「マーケティング」メニューから、「e-マーケティング・スポット」を選択します。

The screenshot shows a web application interface for managing e-Marketing Spots. The browser title is 'NewFashionFFM - NewFashionTest - United States'. The page has a navigation menu with 'Store', 'Marketing', 'Merchandise', 'Operations', and 'Help'. The main heading is 'e-Marketing Spots'. Below the heading, there is a 'Page Number' field set to '1' and a 'Go' button. Below that, it says '32 items' and navigation links: 'First', '1 of 2', 'Next', and 'Last'. A table lists the spots with columns for 'Name' and 'Description'. A right-hand menu is visible with buttons for 'New...', 'Change', 'Schedule', and 'Delete'.

Name	Description
<input type="checkbox"/> AccessoriesCategory	Display suggestive sellings on the Accessories category display page.
<input type="checkbox"/> AccessoriesCategoryAd	Display awareness advertisements on the Accessories category display page.
<input type="checkbox"/> ActivewearCategory	Display suggestive sellings on the Activewear category display page.
<input type="checkbox"/> ActivewearCategoryAd	Display awareness advertisements on the Activewear category display page.
<input type="checkbox"/> AddressBookAd	Display awareness advertisements on the address book page.
<input type="checkbox"/> AddressBookPage	Display suggestive sellings on the address book page.
<input type="checkbox"/> Footer	Display suggestive sellings in the footer.
<input type="checkbox"/> FooterAd	Display awareness advertisements in the footer.
<input type="checkbox"/> Header	Display suggestive sellings in the header.
<input type="checkbox"/> HeaderAd	Display awareness advertisements in the header.
<input type="checkbox"/> MenswearAd	Display awareness advertisements on the Menswear page.
<input type="checkbox"/> MenswearPage	Display suggestive sellings on the Menswear page.
<input type="checkbox"/> MyAccountAd	Display awareness advertisements on the My Account page.
<input type="checkbox"/> MyAccountPage	Display suggestive sellings on the My Account page.
<input type="checkbox"/> NewArrivalsAd	Display awareness advertisements on the New Arrivals page.
<input type="checkbox"/> NewArrivalsPage	Display suggestive sellings on the New Arrivals page.

「e-マーケティング・スポット」リストが表示されます。これには、選択されたストアに対して現在データベース内で定義されている e-マーケティング・スポットが含まれています。このリストからは、どの JSP ページが実際に e-マーケティング・スポットを含んでいるかということは判断できません。どの JSP ページに e-マーケティング・スポットが含まれているかを判断するには、マーケティング・マネージャーはストア開発者とコミュニケーションを取らなければなりません。たとえば、WebFashion ストアのホーム・ページ StoreCatalogDisplay.jsp には、3 つの e-マーケティング・スポットが含まれています。次に示すイメージでは、e-マーケティング・スポットが商品推奨を表

示しています。

The screenshot shows the WebFashion website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'SHOPPING CART', 'MY ACCOUNT', 'CONTACT US', and 'HELP'. Below this, there are tabs for 'Home', 'Men's', 'Women's', and 'New arrivals'. The main content area features three circular icons representing 'men's FASHION', 'women's FASHION', and 'new ARRIVALS'. Below these icons, a banner reads 'Check out this month's best-selling products:'. Three products are displayed: a pair of shorts, a striped t-shirt, and a sleeveless nightgown. Each product has a descriptive paragraph and a 'Details' link. The footer contains links for 'Home', 'Shopping cart', 'My account', 'Contact us', 'Privacy policy', and 'Help'.

サイトの e-マーケティング・スポットにイニシアチブが表示されるタイミングをスケジュールするには、「スケジュール」をクリックします。「キャンペーン・イニシアチブのスケジュール」ノートブックが立ち上がります。このノートブックを使用して、キャンペーン・イニシアチブの開始日と終了日を定義します。

広告コピー

広告コピーとは、キャンペーン用に作成されるすべてのサポート・マテリアルを指します。広告コピーは、グラフィック・アーティストとライターが Flash、GIF、または JPEG 形式で作成します。広告コピーには、商品の写真、広告に使用するグラフィック、および販売促進テキストが含まれます。

広告コピーをデータベースに登録するには、「マーケティング」メニューから「広告コピー」を選択します。「広告コピー」リストが表示されます。これには、選択されたストアに対して現在定義されている広告コピーが含まれています。「新規」をクリックします。「広告コピー」ウィザードが立ち上がり、広告コピーを定義できるようになります。

広告コピーは通常、ストアの images ディレクトリーに保持されます。翻訳可能なテキストを含むイメージは、通常 store/locale/images ディレクトリーに保持されます。広告コピー・ウィザードを使用する際には、イメージ・ファイルが WebSphere Commerce サーバー・マシン上の適切な場所にあることを事前に確認してください。

顧客プロフィール

顧客プロフィールは、共通の特性のセットを持つ顧客のグループを定義します。これらのプロフィールによって、マーケティング・キャンペーンに適したターゲットを把握します。プロフィールを作成するときには、基準を選択し、ターゲットの値を割り当てます。顧客がサイトを訪れると、その顧客の個人情報が、指定した基準と比較されます。顧客、および定義したプロフィールに応じて、プロフィール固有の顧客キャッチ広告またはお勧め商品提示商法メッセージが表示されます。こうしたグループの作成に用いることのできる規準は、登録で得られたデータ、購入履歴情報、および顧客のサイトを訪れる頻度についての情報など、数多くあります。

たとえば、60 歳以上の顧客をターゲットにしたプロフィールを作成して、シニア世代のグループを対象にしたプロフィールを割り当てることができます。さらに、このプロフィールは、さらに改良して、年齢の要件に加えてシニアの女性と指定することによって、女性もターゲットとすることができます。

プロフィールは、マーケティング活動に対して動的なターゲットとして働きます。定義された基準に応じて、顧客が特定の時点で特定のプロフィールに適合する場合もあればそうでない場合もあります。たとえば、ここ 30 日以内に登録した顧客だけを集めた「New Customers」というプロフィールを作成するとします。顧客のほとんどはこのプロフィールに属しませんが、登録時には、すべての新規顧客がこのプロフィールに適合します。新規顧客は、このプロフィールに最長で 30 日間適合します。これは、マネージャーの側の介入を必要としない、個人ベースで顧客に適用される、リアルタイムで判別される、といった点で動的であるといえます。このプロフィールへの取り込みのカットオフ日付は、顧客の登録の日付と、プロフィールの作成時に定義された最大日数限度に依存します。

顧客プロフィールを使用することを選択した場合、マーケティング・キャンペーンを作成する前に、それらを作成する必要があります。キャンペーン作成時には、ターゲットのプロフィールを選択します。キャンペーンはすべての顧客に該当するように作成できますが、顧客プロフィールは顧客の特定のサブセットをターゲットにできます。

顧客プロフィールの管理

顧客プロフィールを作成して保守するには、「顧客プロフィール」ノートブックを使用します。「マーケティング」メニューから「顧客プロフィール」を選択します。「顧客プロフィール」ページが表示されます。

NewFashionFFM - NewFashionTest - United States English Logout > Home > Customer Profiles

Store Marketing Merchandise Operations Help

Customer Profiles

Page Number

5 items << First | 1 of 1 | Last >>

<input type="checkbox"/>	Name	Description	Last Update	Modified By
<input type="checkbox"/>	female	Female shoppers	October 9, 2001 5:20:55 PM EDT	wcsadmin
<input type="checkbox"/>	male	Male shoppers	October 9, 2001 5:20:41 PM EDT	wcsadmin
<input type="checkbox"/>	Over 29	Shoppers who are over 29	October 9, 2001 5:22:29 PM EDT	wcsadmin
<input type="checkbox"/>	Registered	Registered customers	October 9, 2001 5:22:45 PM EDT	wcsadmin
<input type="checkbox"/>	Under 29	Shoppers who are under 29	October 9, 2001 5:23:04 PM EDT	wcsadmin

New...

Summary

Delete

Change

Duplicate

Customers

「顧客プロフィール」ページは、現在のストアについて定義された顧客プロフィールの情報を検索するために使用します。このリストには、プロフィールの名前とその説明のデータが含まれています。表示されているプロフィールのソート、新規プロフィールの作成、プロフィールのコピーの作成、プロフィールの削除、特定のプロフィールに属する顧客の確認、およびプロフィールの変更を行うことができます。

顧客プロフィールの作成のガイドライン

顧客プロフィールを効果的に利用するには、ストアのページに、プロフィールに必要な情報を取り込む必要があります。取引管理管理者とマーケティング・マネージャーは、要件をストア開発者に伝える必要があります。顧客に情報の入力方法を伝える、的確に設計された登録ページであれば、起きる可能性のある問題を回避することができます。以下の点に注意してください。

- スtringが正確に突き合わせられ、大文字小文字が区別されている。

都道府県に基づく顧客プロフィールを作成するには、「顧客プロフィール」ノートブックの「都道府県」ページに「New York」と入力します。プロフィールには、ストアの登録ページに「New York」と入力しているすべての顧客が入れられます。ただし、「NY」と入力している顧客は入れられません。意図したすべての顧客をターゲットにするには、登録ページのリストを使用することができます。顧客が入力するかもしれない都道府県を入力する代わりに、その都道府県をリストから選択します。居住国、居住地町村、Eメール・アドレス・ドメイン、趣味、電話番号、および郵便番号についてもリストを使用できます。
- Stringが検出されると、その顧客はプロフィール内に入れられる。

市外局番に基づく顧客プロフィールを作成するには、「顧客プロフィール」ノートブックの「電話番号」ページに 905 と入力します。プロフィールには、電話番号に 905 の 3 桁が含まれるすべての顧客が含まれます。この場合その 3 桁は、顧客の市外局番、交換局番号、または電話番号の末尾のどれにでも当てはまります。(905)を指定しているのに、顧客が 905 と入力した場合、その顧客はプロフィールからは除外されます。この問題を回避するため、プロフィールを作成する時は括弧を指定しなければなりません。ストア開発者は、「ストアの登録 (Store Registration)」ページで市外局番の前後に括弧が付いているかどうかを検査されるようにする必要があります。

キャンペーン

どのキャンペーンにも、それを構成する 2 つのコンポーネントがあります。これらが共に機能することによって、完全に柔軟なマーケティング戦略が実現します。

1. キャンペーン

キャンペーンは、主要なマーケティング活動です。キャンペーンには、関連したビジネス目標があります。これらは、イニシアチブのコンテナーとして機能します。

2. キャンペーン・イニシアチブ

個人情報設定されたコンテンツを実現します。イニシアチブは、キャンペーンの総合的な目標を達成するために設計された統合アクティビティーです。それらは、キャンペーンのビジネス目標を達成するために使用される個々のメッセージを表しています。イニシアチブには、3 つのタイプがあります。

お勧め商品提示商法

お勧め商品またはカテゴリーを提示するために用いられます。このお勧めでは、関連商品を提案して、顧客への追加販売または抱き合わせ販売を試みます。お勧め商品提示商法では、購入を考慮するかもしれない関連商品を顧客に思い起こさせます。お勧め商品は、顧客の以前の購入状況や、現在のショッピング・カートの中身に基づいて決まります。

協調フィルタリング・ベースの商品提示法

お勧め商品を提示するために用いられます。このお勧めでは、関連商品を提案して、顧客への追加販売または抱き合わせ販売を試みます。さらに、事前定義ルールではなく、顧客の全体的な購買傾向に応じて、顧客が購入を考慮するかもしれない関連商品を顧客に思い出させます。これらのイニシアチブを使用するには、サイトに LikeMinds Personalization Server をインストールし、構成しておく必要があります。

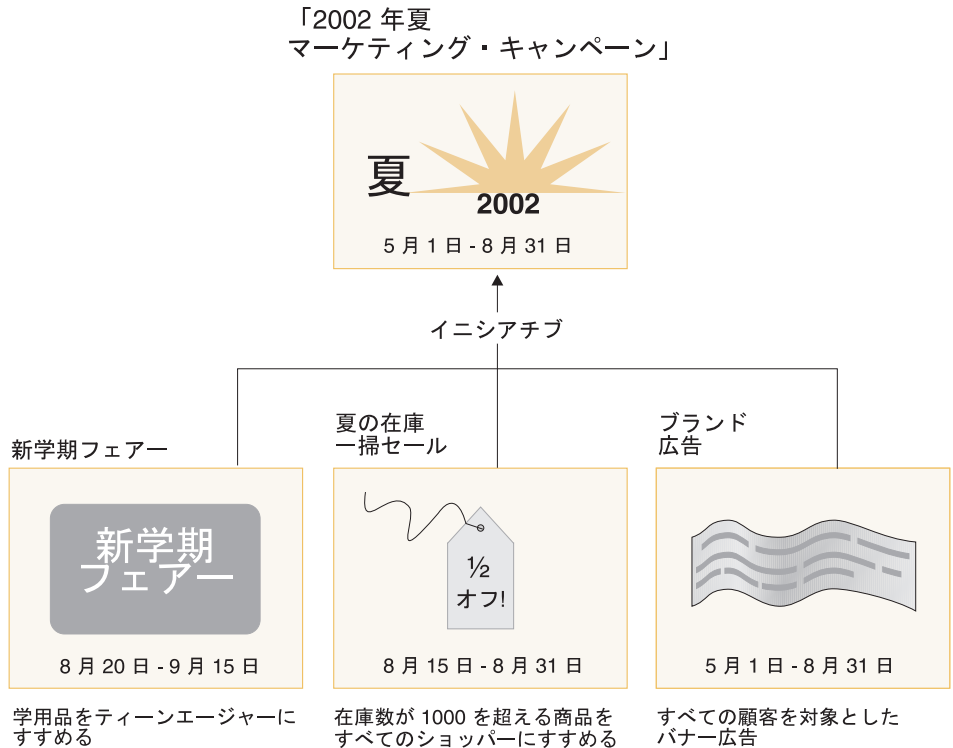
顧客キャッチ広告

これを使用して、顧客の意識を高めるために設計された広告を表示します。たとえば、顧客キャッチ広告によって、今後のイベントについて顧客に知らせたり、ブランドに対する意識を高めたりします。

キャンペーン・イニシアチブにも、1 つ以上のターゲット位置、すなわち e-マーケティング・スポットがあります。

お勧め商品提示商法

以下のダイアグラムは、キャンペーンとそれに含まれるイニシアチブの関係を示すものです。



このダイアグラムでは、「2002 年夏のマーケティング・キャンペーン」という架空のマーケティング・キャンペーンを示しています。このキャンペーンには、以下の 3 つのイニシアチブが含まれます。

新学期フェア

これは、お勧め商品提示商法のイニシアチブです。ティーンエイジャーという顧客プロフィールをターゲットにしており、学用品をお勧めします。新学期フェア・イニシアチブの開催期間は 8 月 20 日から 9 月 15 日までです。

夏の在庫一掃セール

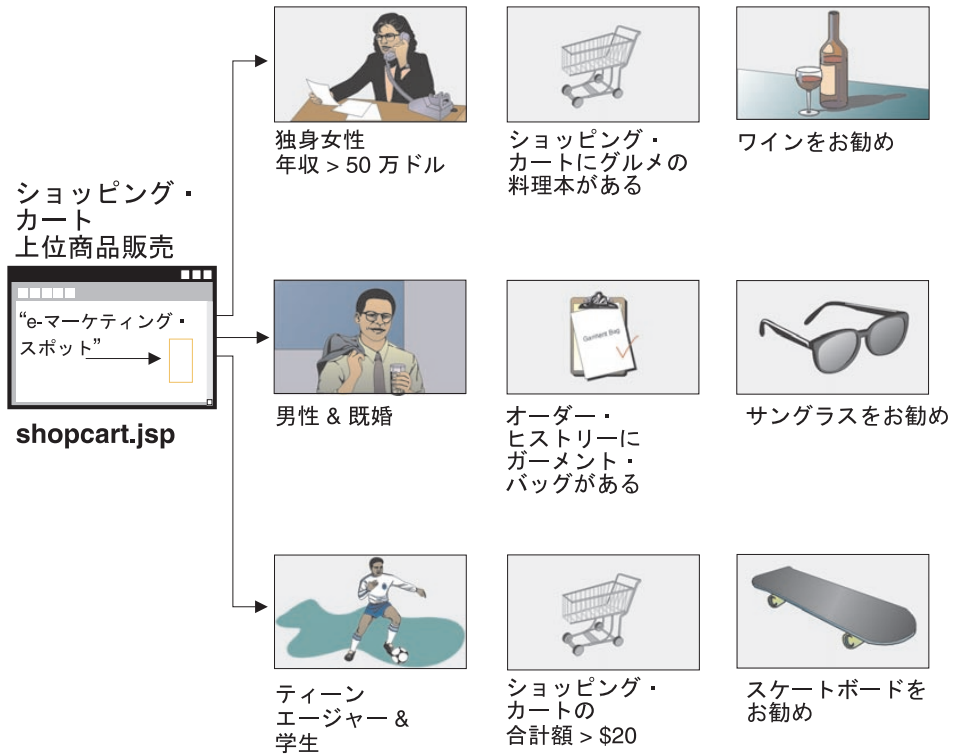
これは、お勧め商品提示商法のイニシアチブです。すべての顧客プロフィールをターゲットにしており、在庫数が 1000 を超えるすべての商品をお勧めします。夏の在庫一掃セール・イニシアチブの開催期間は 8 月 15 日から 8 月 31 日までです。

ブランド広告

これは顧客キャッチ広告のイニシアチブです。これは、すべての顧客プロフィールをターゲットにしており、ブランドに対する意識を高めることを意図したバナー広告を表示します。ブランド広告イニシアチブの開催期間は、5月1日から8月31日までです。

条件別のお勧め商品提示商法イニシアチブ

次のダイアグラムは、e-マーケティング・スポット、顧客プロフィール、およびお勧め商品提示商法のイニシアチブの関係を示しています。お勧め商品提示商法イニシアチブを採用すれば、動的なコンテンツができ上がります。



このページには、定義された e-マーケティング・スポットがあります。この e-マーケティング・スポットは、お勧め商品提示商法イニシアチブに対応しています。e-マーケティング・スポットが関連付けられたイニシアチブには、ダイアグラムの各行で示している 3 つの条件があります。条件は、ターゲットとする顧客プロフィール、条件が当てはまる状況、条件が当てはまる場合に表示するお勧め商品を指定します。このページが表示されると、以下の 4 項目のいずれか 1 つが生じます。

- 顧客が独身女性で、年収 5 万ドル以上であり、なおかつショッピング・カートにグルメの料理本があれば、ワインをお勧めします。

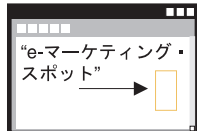
- 顧客が既婚男性で、オーダー・ヒストリーにガーメント・バッグがあれば、サンングラスをお勧めします。
- 顧客がティーンエイジャーの学生で、ショッピング・カートに 20 ドル以上のものが入っていれば、スケート・ボードをお勧めします。
- 顧客がいずれのプロファイルにも適合しない場合、または状況が特定の基準を満たさない場合は、お勧めを表示しません。

顧客キャッチ広告

作成したキャンペーン・イニシアチブごとに、そのイニシアチブが当てはまる場合の条件を定義する必要があります。それぞれの条件は個々のイニシアチブに関連付けられます。条件は、特定のイニシアチブのコンテンツが表示される場合のシナリオをレイアウトします。条件を作成するために、質問に回答します。条件はその応答によって定義されます。この質問には、イニシアチブがターゲットとするのはだれか、イニシアチブを考慮するのはいつか（つまり何曜日か）、どのようなコンテンツを表示するか、どの顧客の動作をターゲットとするか、などが含まれます。このような質問に対する答えにより、特定の条件が当てはまる状況が定義され、個人情報設定コンテンツが表示されます。また、条件が定義されていると、異なる状況下では、同じスポットで別のメッセージを表示できるようにもなります。

次のダイアグラムは、e-マーケティング・スポット、顧客プロファイル、および顧客キャッチ広告のイニシアチブの間の関連を示しています。あるオンライン・ストアが春のキャンペーンを開催していて、母の日への意識を高めるように設計されたイニシアチブがあるとします。

母の日 特別ご提供品



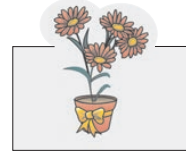
homepage.jsp



年齢 <18



母の日の前の週末



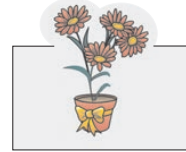
“もうすぐ母の日です。
お母様に花束は
いかがですか。
今なら 25% off!”



男性 & 既婚



ショッピング・
カートに
花は入っていない



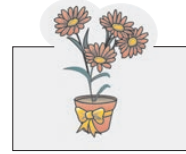
“もうすぐ母の日です。
奥様に花束は
いかがですか。
今なら 25% off!”



女性 & 世帯人数 >2



ショッピング・
カートの
合計額 > \$20



“もうすぐ母の日です。
ご自身に花束は
いかがですか。
今なら 25% off!”

この e-マーケティング・スポットは、母の日の顧客キャッチ広告イニシアチブに対応しています。 e-マーケティング・スポットに関連付けられたイニシアチブには、ダイアグラムの各行で示されている 3 つの条件があります。各行は、特定の状況に合った動的コンテンツを決定する際に、条件がどのように関係してくるかを示しています。条件は、ターゲットとする顧客プロフィール、条件が当てはまる状況、条件が当てはまる場合に表示するターゲット広告コピーを指定します。このページが表示されると、以下の 4 項目のいずれか 1 つが生じます。

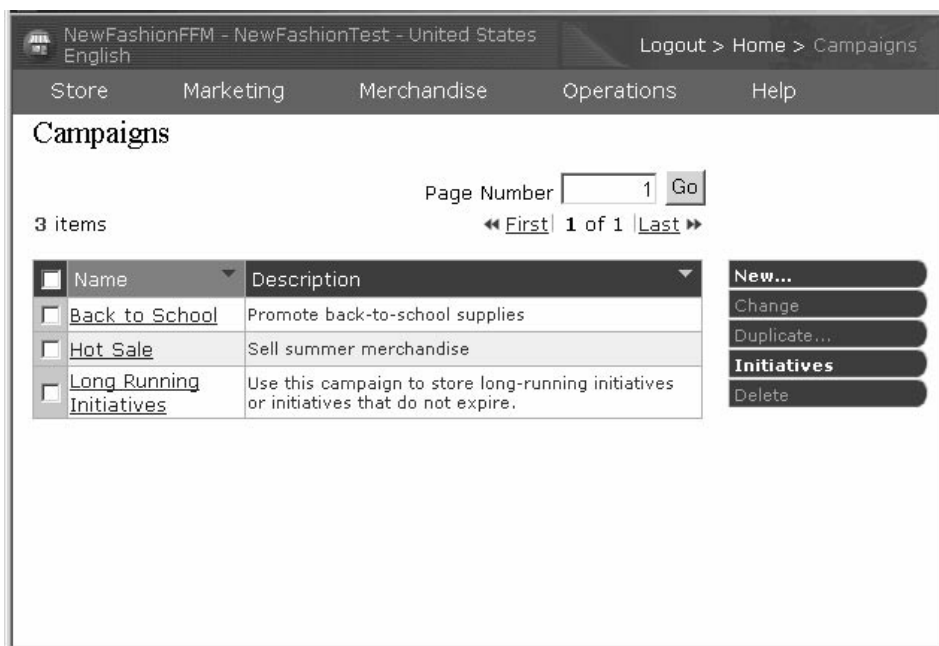
- 顧客が 18 歳未満で、今日が母の日の前の週末であれば、お母さんに花を買うことを顧客に思い出させる広告を表示します。
- 顧客が既婚男性で、ショッピング・カートに花がなければ、奥さんに花を買うことを顧客に思い出させる広告を表示します。
- 顧客が女性で、世帯人数が 2 人以上であり、なおかつショッピング・カートの中身の現在の金額が 20 ドルを超えていれば、自分自身に花を買うことを顧客に思い出させる広告を表示します。
- 顧客がいずれのプロファイルにも適合しない場合、または状況が特定の基準を満たさない場合は、広告を表示しません。

キャンペーンの管理

「キャンペーン」ノートブックは、マーケティング・キャンペーンの作成および保守に役立てることができます。このようなオンライン・キャンペーンでは、お勧め商品提示商法および顧客キャッチ広告を含め、マーケティングの技法が組み合わせて活用されます。キャンペーンとは、大規模なマーケティング活動を表し、新学期キャンペーンやクリスマス・キャンペーンというように、特定の行事または目的と関連付けるのが一般的です。イニシアチブとその条件によって、顧客別の個人情報設定されたコンテンツを生成する、ルール・ベースの処理がインプリメントされます。

キャンペーンのコンテンツは、ストアの JSP ページ上に表示されます。コンテンツは、e-マーケティング・スポットという特別なデータ bean に入れます。ストア開発者は、これを作成して、ページ的设计時にプレースホルダーとして使います。

「マーケティング」メニューで「キャンペーン」オプションを選択し、キャンペーン・リストを表示します。



NewFashionFFM - NewFashionTest - United States
English Logout > Home > Campaigns

Store Marketing Merchandise Operations Help

Campaigns

Page Number Go

3 items << First | 1 of 1 | Last >>

<input type="checkbox"/>	Name	Description
<input type="checkbox"/>	Back to School	Promote back-to-school supplies
<input type="checkbox"/>	Hot Sale	Sell summer merchandise
<input checked="" type="checkbox"/>	Long Running Initiatives	Use this campaign to store long-running initiatives or initiatives that do not expire.

New...
Change
Duplicate...
Initiatives
Delete

現在のストア用に定義されたマーケティング・キャンペーンの情報を表示するには、「キャンペーン」ページを使用します。このリストには、キャンペーンの名前とその説明に関する情報が示されています。このリストからは、新規キャンペーンの作成、キャンペーンの削除、既存のキャンペーンの変更といった、その他のアクションを実行することもできます。

キャンペーン・イニシアチブ

キャンペーン・イニシアチブを作成するには、以下の手順で行います。

1. 「マーケティング」メニューから「キャンペーン・イニシアチブ」を選択します。「キャンペーン・イニシアチブ」リスト・ページが表示されます。「新規」をクリックします。
2. 「一般定義」ページ上で、以下のことを行います。
 - キャンペーン・イニシアチブの名前を入力する。
 - 「イニシアチブの種別」リストから、「一般」、「アップ・セル」、「抱き合わせ販売」、「割引」、または「クーポン」を選択する。
 - オプションとして、説明を入力する。
 - 「キャンペーン」リストから関連したキャンペーンを選択する（適用できる場合のみ）。「次へ」をクリックします。
3. 「表示されるダイナミック・コンテンツを定義」ページでは、どのタイプの動的コンテンツを表示するかを決定します。
 - 特定の商品を提案する
 - カテゴリーを推奨する
 - 広告を表示する
一般広告、割引の広告、またはクーポンの広告ができます。
 - システムに、クリック・ストリーム分析に基づいて商品を提案させる。
 - システムに、1 つ以上のフィルターに基づいて商品を提案させる。「次へ」をクリックします。
4. 「ターゲット顧客を定義」ページ上で、すべての顧客をターゲットにするか、または特定の顧客プロファイルのみをターゲットにするか選択します。顧客プロファイルはあらかじめ定義しておく必要があります。「次へ」をクリックします。
5. 「ターゲット顧客に対する日付を定義」ページ上で、キャンペーン・イニシアチブを表示する曜日を選択します。「次へ」をクリックします。
6. 「ターゲット顧客の振る舞いを定義」ページで「追加」をクリックして、キャンペーン・イニシアチブを表示するために顧客の振る舞いを定義します。顧客の振る舞いの一般的な例としては、ショッピング・カートの現行値やショッピング・カートの現行コンテンツなどがあります。顧客の振る舞いとは関係なくキャンペーン・イニシアチブが表示されるようにしたい場合には、「終了」をクリックします。

キャンペーン・レポート

キャンペーン・イニシアチブでは、その使用に関する統計が生成されます。これらの統計は、セラーおよびマーケティング・マネージャーが、WebSphere Commerce Accelerator を使用して表示できます。統計は、イニシアチブがインプリメントされている各 e-マーケティング・スポットごとに、そのイニシアチブの閲覧率を示します。これらの統計は、イニシアチブの効果や、これが表示されるさまざまな場所における比較成功率についてのフィードバックを示します。

クーポン販売促進

クーポン販売促進を実施することで、プロダクト・マネージャーは顧客の購買意欲を強めることができます。クーポンは、クーポン販売促進のインスタンスです。クーポンは、特定の商品（商品タイプ条件という）あるいは購入合計（オーダー・タイプ条件という）に適用されます。たとえば、多数の赤い野球キャップが在庫にある場合、期間限定で赤いキャップを 25% 引きで販売できます。あるいは、ストアで 50 ドル相当の商品を購入する人全員について、野球キャップを購入する際に 3 ドル値引くことができます。

E クーポンは、紙のクーポンと同等のオンライン電子クーポンです。このクーポンは、オンライン・ストアが、顧客に対して提供する電子オファーです。顧客が E クーポンを使用すると、オーダーの一部またはすべてのアイテムの割引をします。E クーポンには、オーダーごとに 1 枚のクーポンしか使用できないなどの条件が存在することがあります。

電子クーポンには、次の 3 つのコンポーネントがあります。

クーポン販売促進

プロダクト・マネージャーによる販売促進です。この販売促進では顧客にクーポンを提供します。

クーポン

紙のクーポンの電子版。クーポンは、クーポン販売促進のインスタンスです。システム内で一意的に識別できます。

クーポン・ウォレット

登録した顧客の E クーポンのコレクション。

ストア開発者への注記

サンプル・ストアでは、クーポン販売促進をサポートするための JSP ページは提供されません。ストア・モデルにクーポン販売促進のサポートを追加するには、Technical Library で入手できる「クーポン」リファレンス・ストアを参照してください。

▶ Professional

http://www.ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit-tech-general.html

▶ Business

http://www.ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit-tech-general.html

クーポン販売促進のセットアップ

クーポン販売促進のセットアップに必要なステップについて次の例で説明します。

クーポン販売促進の定義

1. 「マーチャндаイズ」メニューから「クーポン販売促進」を選択します。「クーポン販売促進」ページが表示されます。
2. 「新規」をクリックして、「クーポン販売促進」を作成します。「クーポン販売促進の一般情報」ページが表示されます。
3. クーポンの名前、説明、および有効期限を定義し、「次へ」をクリックします。「詳細」ページが表示されます。
4. 通貨、クーポンの数、購入条件を定義します。

商品タイプ

顧客がクーポンを受け取る資格を得るには、特定の商品を購入する必要があります。

オーダー・タイプ

顧客がクーポンを受け取る資格を得るには、オーダー量の最小値あるいは最大値の条件を満たす必要があります。

「次へ」をクリックします。

5. クーポンの値 (割引、または購入合計に対する固定額割引) を定義し、「終了」をクリックします。

広告コピーの定義

メディア設計チームは、販売促進に必要なあらゆるイメージにつき、フルサイズおよびサムネールのイメージを作成します。また、販売促進に関する説明文も書き込みます。

6. 必要なグラフィックスや Flash ファイルを、WebSphere Commerce Server マシン上の正しいディレクトリーにコピーします。このディレクトリーにアクセスできるのは、おそらくサイト管理者だけです。
7. 広告コピー機能を使用して、E クーポンに使用するテキストとグラフィックスをキャンペーン・イニシアチブに使用できるようにし、eCoupon の販売促進用にアクション URL を設定します。広告コピー・ノートブックの使用については、195 ページの『広告コピー』のセクションで説明されています。
8. e-マーケティング・スポットに販売促進を割り当て、スケジュールします。

E クーポン販売促進の顧客による使用法

顧客は、以下の手順で E クーポンを使用します。

1. E クーポン販売促進の提供を受けるには、バナー広告をクリックする。
WebSphere Commerce がクーポンのインスタンスを作成し、それを顧客のクーポン・ウォレットに追加する。
2. 顧客は、E クーポンのリンクをクリックする。
すべての有効な E クーポンが表示される。

3. 顧客は、現在ショッピング・カート内にあるコンテンツに対して適用できる E クーポンをチェックする。顧客は、クーポンを適用できる商品を購入して、それに対応する E クーポンを適用する。
割引は、「オーダー・チェックアウト」ページに表示されます。

第 17 章 商品アドバイザー

このセクションでは、商品アドバイザーについて説明し、それを使ってオンライン・カタログの機能を拡張する方法について概説します。このセクションを参考に、商品アドバイザーの機能についてとショッピング・メタフォーの作成に関するタスクについての理解を深めてください。これらのタスクの実行方法の詳細については、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」を参照してください。

商品アドバイザーは、インテリジェント・カタログを作成します。インテリジェント・カタログとは、顧客のニーズに最も合った商品リストを作成することのできるインタラクティブ・カタログです。これは、顧客が商品を調べて比較し、どの商品が自分のニーズに最も合っているかを判断するのに、販売員や商品の専門家に相談することと類似しています。

商品アドバイザーは、顧客ができるだけ短時間で確かな商品を見つけるのを助けます。必要な商品を顧客が短時間で簡単に見つけられるようにすれば、「見ているだけ」の人が顧客となる確率は高くなります。

ショッピング・メタフォー

顧客は、ショッピング・メタフォーを使ってカタログと対話します。ショッピング・メタフォーには 3 種類あり、それぞれ固有の方法でカタログ・データを表示します。

商品比較

「商品比較」メタフォーは関連商品を並べて表示するので、顧客はそれらの間の類似点や相違点を識別することができます。「商品比較」メタフォーは直接立ち上げるか、もしくは「商品探査」または「セールス・アシスタンス」メタフォーから立ち上げます。顧客は、「商品比較」メタフォーによって、選択した商品を比較することができます。

商品探査

「商品探査」メタフォーは、特定の商品カテゴリーのフィーチャーについて詳しい顧客を対象としています。希望するフィーチャー値を顧客が選択すると、商品データのパラメトリック検索が開始されます。選択したパラメーター値と一致する適切な商品を示す結果リストを表示するには、「商品探査」メタフォーを使用できます。

セールス・アシスタンス

「セールス・アシスタンス」メタフォーは、どこから始めたらよいのか分からない顧客を対象としています。ここでは、各応答によって次の質問が決まる、一連の多肢選択質問が提示されます。与えられる質問に対して、応答をいくつでも作成できます。応答を行うたびに、次の質問が現れます。

顧客が質問に回答すると、各回答によって指定された情報が収集されます。回答と一致する商品のリストが徐々に絞り込まれ、決定されます。顧客はいつでもこのリストを表示できますし、そうせずに質問を続行することもできます。デフォルトでは、有効な最後の質問に対する回答が、以前に定義された「商品比較」メタフォーにリンクします。顧客が最後の質問に回答すると、一致する商品のリストが自動的に表示されます。別のメタフォーまたは別の URL をターゲットにするには、デフォルトをオーバーライドします。

「セールス・アシスタンス」メタフォーは、事前に準備したカタログがなくても用意できる唯一のメタフォーです。

カタログ・データが商品アドバイザーに適しているかどうかの判別

ご使用のカタログが商品アドバイザーとの使用に適しているかどうかを判別するには、次の点について考慮してください。

フィーチャー

多種多様な商品のフィーチャーをカタログにそろえてください。メタフォーは商品のリストに商品を組み込んだり商品を除去したりする際に、商品のフィーチャー値をベースにします。商品同士を区別するには、豊富な数のフィーチャーが商品になればなりません。

コンピューターを販売し、コンピューターに複数のフィーチャーを定義しているストアについて考察してみましょう。ユーザー定義のフィーチャーには、たとえば、CD-ROM ドライブ、ハード・ディスク、メモリー、オペレーティング・システム、およびプロセッサがあります。これらのフィーチャーに基づいて、メタフォーは顧客に適した商品の選択項目を絞り込みます。たとえば顧客は、最低限 256 MB のメモリー容量を持つコンピューターにのみ関心があることを表したとします。メタフォーがこの情報を使用するためには、フィーチャーでその特性（この場合はメモリー）が定義されている必要があります。すなわち、ショッピング・メタフォーを作成する前に、まず顧客がそれによって商品の区別を行うと思われるフィーチャーを推定して定義します。

カタログ階層

カタログ階層は、同じフィーチャーを持つ商品を 1 つのカテゴリーにまとめます。

商品の属性

商品アドバイザーは、WebSphere Commerce データベース・テーブルに定義されている属性をフィーチャーとして使用します。商品アドバイザーで必要とされるフィーチャーごとに属性を 1 つずつ使用します。1 つのカテゴリー内の商品（またはアイテム）にはすべて、必ず同じ属性を使用します。

「セールス・アシスタンス」メタフォーの質疑応答フローの設計

このメタフォーには、営業担当者の知識を取り込む必要があります。この情報を設計するには、営業と商品に詳しい専門家の協力を得るようにしてください。

リソースの計画

カタログ開発者は、商品属性とアイテムの属性に加えて、カテゴリ階層を作成する必要しなければなりません。カタログ開発者は、顧客が商品を区別する方法を理解している販売または商品の専門家からデータを得る必要があります。類似フィーチャーを持つ商品は同じカテゴリにグループ化します。適切な属性を作成して、メタフォーが商品選択リストを効果的に絞り込むことができるようにしてください。階層および属性の設計が完了したら、カタログ開発者はカタログを作成することができます。

カタログ開発者、および販売または商品の専門家は、質問と答えツリーを作成することができます。それらの担当者は、顧客が質問すると思われる内容を推定して予測し、商品の選択項目を洗練する必要があります。これには、商品フィーチャーと商品の用途を理解していなくてはなりません。たとえば、顧客がどのように商品を使用するかを見極めるには、質問を構造化すると便利です。そうすれば、顧客は自分が必要とするフィーチャーを説明しなくて済みます。選択された回答に課されている制約によって、該当するフィーチャーが選択されます。たとえば、顧客が、グラフィックを多用するゲームにコンピューターを使用すると答えた場合、リストにはゲームをサポートするコンピューターのみが表示されます。

商品アドバイザー・ページは JSP テンプレートを使用して表示ページを示します。JSP ページは、顧客の要求に基づいて動的に生成されます。商品アドバイザー・ページを作成するページ開発者は、JSP ページの作成に精通している必要があります。

商品アドバイザーおよび Catalog Manager

商品アドバイザーおよび Catalog Manager はともに高機能なカタログ・ツールで、互いを補完し合う形で使用できます。

Catalog Manager を使用してカタログを作成し、商品アドバイザー・メタフォーを作成することによってカタログを拡張するようにお勧めします。Catalog Manager を使用してカタログを作成したら、そのカタログを WebSphere Commerce データベースに公開してください。paconfig ユーティリティを使用することによって商品アドバイザー検索スペースを作成すると、メタフォーで使用するカテゴリが準備されます。その後、PABatchXML ユーティリティを使用することによって、ショッピング・メタフォーを作成します。それらのユーティリティは、XML ファイルを処理して、検索スペースとメタフォーをセットアップします。

商品アドバイザーの統計

WebSphere Commerce Accelerator は、商品アドバイザーの統計を表示するレポート機能を提供します。これらのレポート機能には、「商品取引」メニューからアクセスできます。

商品アドバイザーの統計

すべての「商品アドバイザー」メタフォーについてのサイト全体を対象にした統計

を表示するには、このリストを使用します。統計は、カテゴリー ID、カテゴリー名、メタフォー名、カウントの情報と共にテーブル内に表示されます。

商品比較の統計

すべての「商品比較」メタフォーについてのサイト全体を対象にした統計を表示するには、このリストを使用します。統計は、カテゴリー、カテゴリー名、ID ビュー (比較されている商品の合計数)、クリック (メタフォーを使用した結果、後で特定の商品がクリックされた回数) の情報と共にテーブル内に表示されます。

商品探査の統計

すべての「商品探査」メタフォーについてのサイト全体を対象にした統計を表示するには、このリストを使用します。統計は、カテゴリー ID、カテゴリー名、フィーチャー名、カウントの情報と共にテーブル内に表示されます。

セールス・アシスタンスの統計

すべての「セールス・アシスタンス」メタフォーについてのサイト全体を対象にした統計を表示するには、このリストを使用します。統計は、カテゴリー ID、タイプ、ツリー ID、概念 ID、親概念 ID、概念名の情報と共にテーブル内に表示されます。

第 18 章 オークション

オンライン取引では、オークションがますます一般的な販売モデルになっています。オークションは、商品やサービスの販売価格やその他の条件を交渉したり動的に取り決めたりする手段を提供します。WebSphere Commerce は、サイトのオークションの作成と管理に役立つツールを備えています。オークションのコンポーネントは、e-commerce ソリューションの一環として小規模から中規模までのオークション機能をインプリメントするための理想的な環境を提供します。オークションについて学習したり、オークション・コンポーネントのデモンストレーションを行うには、WebAuction サンプル・ストアを使用します。

WebSphere Commerce オークションの作成と管理は、簡単です。システム提供のオークション・スタイルを使用したり、カスタム・オークション・スタイルを作成したりすることができます。オークション・スタイルには、入力フィールドに値が事前定義されているため、オークションの作成に必要な時間を削減することができます。

WebSphere Commerce オークションは高い安全性を備えています。複数のストアが入っているモールでは、あるストアのマーチャントまたは管理者が、他のストアのオークションを設定したり、変更したりすることはできません。オークションの入札を表示できるのは、許可されたユーザーです。デフォルトでは、セラーまたはプロダクト・マネージャーの役割に割り当てられているユーザーはオークションの入札を閲覧できます。入札を送信できるのは、サイトにログオンしている登録済みの顧客だけです。システムはすべての機密情報を暗号化します。

複数の属性検索フィーチャーによって、特定のオークションを検索することができます。オークションは、ストア、タイプ、または商品で検索できます。オークション・スタイルおよび入札ルールを検索することもできます。

顧客サービス担当者は、オークションに関する顧客からのメッセージを表示したり応答したりするために、ディスカッション・フォーラムを使用します。これらのフォーラムを使用して、顧客にオークションの商品、オークション・ルール、または将来のオークションに関する追加情報を提供することができます。

オークションのインプリメンテーション

次のセクションでは、WebSphere Commerce におけるオークションのインプリメンテーションについて簡潔に説明します。オークションを初めて実行する際には、まずオークション・スケジューラー・ジョブを使用可能にする必要があります。スケジューラーは、オークション・メッセージと入札を処理するコマンドを呼び出します。スケジューラーが構成され、実行されている必要があります。Payment Manager を使用する場合

は、オークションを使用する時にそれがアクティブになっている必要があります。ストア開発者は、オークション・サンプルの JSP ファイルの編集に WebSphere Commerce Studio を使用しないでください。そうしないと、予期しない結果が発生する可能性があります。Wordpad またはその他のテキスト・エディターを使用してください。

オークション参加者のためのフィーチャー

次のイメージは、WebAuction サンプル・ストアの「現在のオークション」ページを示しています。オークション参加者が実行できるアクションは、以下のリストに示されているとおりです。

WebAuction HOME SHOPPING CART MY ACCOUNT CONTACT US HELP

CHOOSE A LANGUAGE
United States English GO!

SERVICES
Register now and get 10% off your first purchase!
Need help? Just ask!

AUCTIONS
[Future Auctions](#)
[Current Auctions](#)
[Closed Auctions](#)
[Your Auction Gallery](#)
[Your Auction Bids](#)
[Messages](#)

RETURN TO STORE
10/09/2001
09:49:04 AM

Current Auctions

This page was last refreshed at October 9, 2001 9:48:46 AM

Product Name	Quantity	Auction Type (Best Bid) (See All Bids)	Bid Submission Deadline	Create/Modify Your Bids
Double-breasted blazer Auction Rules	99	Open Cry (\$10.00) (See All Bids)	July 23, 2275 1:59:35 PM	New Bid New AutoBid Your Bids
Short-sleeve casual shirt Auction Rules	100	Open Cry (\$0.00) (See All Bids)	March 10, 2032 1:53:27 PM	New Bid New AutoBid Your Bids
Classic belt Auction Rules	99	Sealed Bid	October 9, 2001 1:53:28 PM	New Bid Your Bids
Walking shorts Auction Rules	100	Sealed Bid	July 3, 2004 2:55:08 PM	New Bid Your Bids
Bomber jacket Auction Rules	100	Dutch Auction (See All Bids)	October 8, 2003 12:01:00 PM	New Bid Your Bids

* product has a reserve price

サイト・レベル

オークションはサイト・レベルです。登録済みの顧客は、どのストアのオークションを表示するかを選択できます。

自動入札

参加者は、最高入札額やその他の情報を指定する自動入札を設定することにより、オープン・クライ・オークションで自動入札が送信されるようにすることができます。

オークション・ギャラリー

オークション・ギャラリーは、顧客にとって興味のあるオークションを表示します。顧客は、オークション・ギャラリーのオークションを追加または除去することができます。オークション・ギャラリーには、顧客がギャラリーに明示的に追加し

たオークションがあります。これによって、顧客はそのオークションのモニターや参加が可能になります。顧客がオークションに対する入札を送信すると、そのオークションがギャラリーに追加されます。

オークション通知メッセージ

参加者は、オークションの落札などのイベントを通知するメッセージを受信します。顧客は、指定された時間内にそのメッセージを読まない、同じテキストが含まれた E メール・メッセージを自動的に受信します。

ディスカッション・フォーラム

顧客はオークションのディスカッション・フォーラムを介してストアと通信できます。

オークション・タイプ

WebSphere Commerce には、次の 3 つのオークション・タイプがあります。

オープン・クライ

オープン・クライ・オークションは、一般的な共通モデルに準拠しています。すなわち、すべての入札は、誰でも参照することができます。オープン・クライ・オークションでは、一般的に、最終的な入札の送信から、管理者がオークションをクローズするまでの応答時間が短時間です。このようなオークションは、有望な複数のバイヤーが、同時にオークションに参加して、迅速に対抗入札を送信できる場合には、非常に有効です。管理者は、必要に応じて最終入札送信からオークションのクローズまでの時間を拡張できます。これによって、顧客は応答と入札の送信のためにより多くの時間を与えられます。

シールド・ビッド

単一ラウンドのシールド・ビッド・オークションは、プライベート・ビッド処理を使用します。参加者は、自分自身および管理者のみがわかるプライベート入札を送信します。オークションは、入札の送信期限にクローズされます。管理者はオークションの落札者と落札敗者を決定します。シールド・ビッド・オークションは、入札送信者が対抗入札を即座に送ることが実際的ではない場合に利用されます。シールド・ビッド・オークションには以下の特性があります。

- 入札者間における入札の匿名性
- 送信の締切が長いため、入札者は、情報収集、決断、入札の準備と送信を行うことができる

ダッチ

ダッチ・オークションでは、管理者が価格を公表して、その価格で取引に応じる参加者があるかどうかを問い合わせます。オープン・クライ・オークションとシールド・ビッド・オークションでは、参加者が入札価格を提示します。オークションは高い入札価格で開始され、入札者の人数が在庫を一掃するのに十分の数になるまで価格が下げられます。

すべてのオークションでは、対話はストアと顧客との間で行われ、顧客間で行われることはありません。

オークションを順次実行する従来のオークション環境とは異なり、WebSphere Commerce オークションは複数で同時に実行できます。

オークション・スタイル

オークション・スタイルは、オークション用のテンプレートとして機能します。オークションを作成するたびにすべてのフィールドを指定するのではなく、デフォルトのオークション・スタイルを作成すれば、これを使用していくつかのフィールドを取り込むことができます。

オークション・スタイルには、すべての必須フィールドが含まれている必要があります。そうすれば、商品詳細を入力することによってオークションを作成できます。商品詳細は「オークション」ウィザードを使用して入力します。

 「マーチャндаイズ」  「商品」メニューから「オークション・スタイル」オプションを選択して、「オークション・スタイル」リストを表示します。

オークション・ルール

各オークションには、一連のルールが適用されます。入札者は、オークションに参加する前に、これらのルールを確認し理解する必要があります。オークション・ルールは、以下の情報を指定します。

- オークション・タイプ、商品名、数量
- オークションの予約価格 (存在する場合)
- デポジット額。オークション・アイテムの受諾を拒否する落札者は、デポジット額を喪失します。データベースは顧客が入札を送信する時点でデポジット額を記録しますが、Payment Manager はそのデポジットを処理しません。デポジットを処理する場合には、デポジット処理をインプリメントするためのコードを作成する必要があります。
- オークション開始の日時
- オークション終了予定日時などの、オークションの終了について適用される条件
- 最低入札価格、数量、および入札の増分を記述したオークションの入札ルールは、オープン・クライ・オークションとシールド・ビッド・オークションに適用されます。詳細については、217 ページの『入札ルールの定義』を参照してください。
- オークションの価格設定メカニズム

オークションで複数の商品が購入可能になっている場合、そのオークションでは複数の落札者が出る可能性があります。落札価格は、さまざまな値になる可能性があります。オークションで複数のアイテムが購入可能になっている場合や、オークション数

が最小入札数量と同じでない場合には、価格設定メカニズムが効力を発揮します。WebSphere Commerce オークションは、次の 2 つの価格設定メカニズムをサポートしています。

個別価格設定

オークションの落札者は、自分の正確な落札価格を支払います。

一律価格設定



オークション落札者は、最低落札価格を付けた落札者が支払った金額を支払うこととなります。

オープン・クライ・オークションとシールド・ビッド・オークションでは、個別価格設定か一律価格設定のどちらかの価格設定を使用する必要があります。

- オークションに関する追加コメント。ルール・ページの簡略説明または詳細説明フィールドにコメントを記入してください。付加する情報が入札者に伝えられます。

オークション規則がオークション中に変更された場合には、入札者は入札を送信または更新する前に、そのオークション規則を再度確認する必要があります。ルールの変更前に送信された入札に対しては変更が適用されず、落札された状態のままになります。


入札ルールの定義

入札ルールを定義するには、 「マーチャндаイズ」 「商品」メニューから、「入札ルール」オプションを選択します。「入札ルール」ページが表示されます。

「入札ルール」ページを使用して、ルール名、ルールの説明、最小入札額、最小入札数量などの、オークションに適用可能な入札ルールを表示します。入札のルールは、このページで作成、変更、および削除できます。

サイトのオークションの管理

オークションを作成したら、オークションを表示、変更、撤回、または終了することができます。送信された落札を表示したり、顧客のアクティブな入札を撤回させることもできます。オークション管理には、ディスカッション・フォーラム機能も含まれます。顧客の質問に対する応答、追加情報のポスト、および個々のメッセージまたはディスカッション・スレッド全体の除去を行えます。

ストアの「オークション」ページを表示するには、 「マーチャндаイズ」

 「商品」メニューを選択します。

「オークション」ページには、オークション ID、タイプ、状況、商品、および商品の数量に関する情報が表示されます。このリストを使用して、以下のような他のアクションを実行することができます。

- 新規オークションの作成

- 既存オークションの変更
- オークションの要約の表示
- オークションの撤回
- オークション・ディスカッション・フォーラムの管理
- 入札の管理
- 入札の終了
- オークションの検索

オークションの作成

▶ **B2C** 「マーチャンダイズ」 ▶ **B2B** 「商品」メニューから「オークション」オプションを選択して、現行オークションのリストを表示します。「オークション」リストのページで、「新規」をクリックして「オークション」ウィザードを立ち上げます。

このウィザードを使用して、新規オークションを作成します。オークション・タイプ、オークション用の商品、開始日と終了日、価格、および表示テンプレートなどの情報を指定します。オープン・クライ・オークションとシールド・ビッド・オークションの場合は、オプションで入札ルールを組み込むこともできます。入札ルールでは、最小入札額および最小入札数量と入札単位を定義します。入札ルールを使用する場合は、ルールを事前に定義しておく必要があります。詳細については、217 ページの『入札ルールの定義』を参照してください。

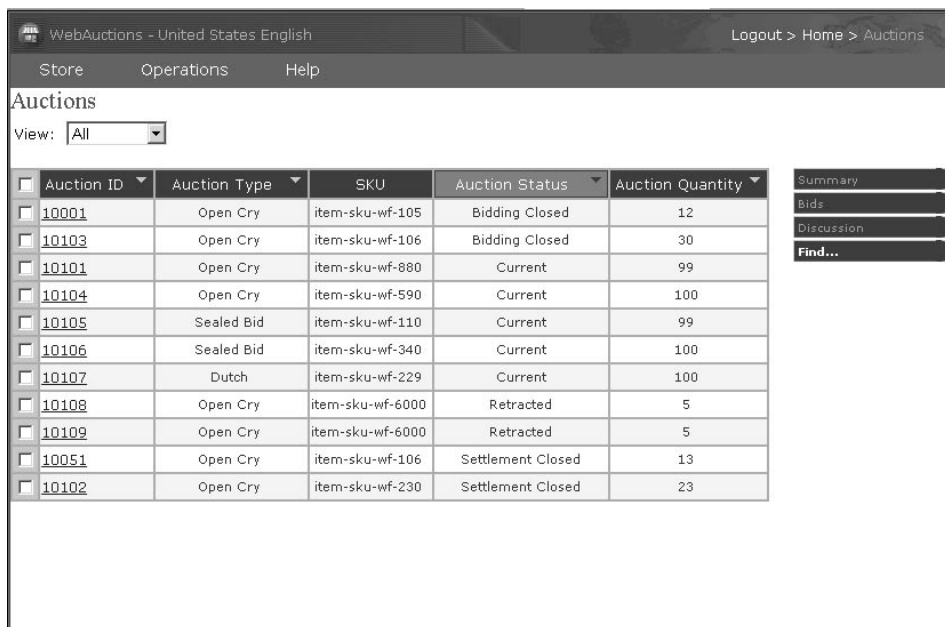
オークションの検索

オークション ID、商品 SKU、またはオークション・タイプに基づいてオークションを検索するには、▶ **B2C** 「マーチャンダイズ」 ▶ **B2B** 「商品」メニューから「オークションの検索」オプションを選択します。

「オークション」ページを使用して、使用可能なオークションを表示します。また、オークション・スタイルの作成、変更、および撤回などの他のタスクをこのリストから実行することもできます。

顧客のためのオークションの管理

通常は、顧客サービス担当者が顧客のためにオークションを管理します。入札の撤回やディスカッション・フォーラムの管理などオークションに関連した顧客のためのタスクを実行するには、**B2C** 「操作」または **B2B** 「セールス」メニューから、「オークション」オプションを選択します。「オークション」リストが表示されます。



The screenshot shows the 'Auctions' page in the WebAuctions system. The page has a navigation bar with 'Store', 'Operations', and 'Help' tabs. Below the navigation bar, there is a 'View: All' dropdown menu. The main content is a table with the following columns: Auction ID, Auction Type, SKU, Auction Status, and Auction Quantity. The table contains 12 rows of auction data. To the right of the table, there are four buttons: 'Summary', 'Bids', 'Discussion', and 'Find...'. The 'Find...' button is highlighted.

Auction ID	Auction Type	SKU	Auction Status	Auction Quantity
10001	Open Cry	item-sku-wf-105	Bidding Closed	12
10103	Open Cry	item-sku-wf-106	Bidding Closed	30
10101	Open Cry	item-sku-wf-880	Current	99
10104	Open Cry	item-sku-wf-590	Current	100
10105	Sealed Bid	item-sku-wf-110	Current	99
10106	Sealed Bid	item-sku-wf-340	Current	100
10107	Dutch	item-sku-wf-229	Current	100
10108	Open Cry	item-sku-wf-6000	Retracted	5
10109	Open Cry	item-sku-wf-6000	Retracted	5
10051	Open Cry	item-sku-wf-106	Settlement Closed	13
10102	Open Cry	item-sku-wf-230	Settlement Closed	23

このページを使用して、以下の情報を含んだオークションの詳細情報を表示します。

- オークション ID (オークションを一意的に識別する)
- オークション・タイプ (ダッチ、オープン・クライ・オークション、シールド・ビッド・オークション)
- 商品 SKU (商品を固有に識別する)
- オークション状況
- オークションでの商品の数量

このページで、以下のタスクを実行することもできます。

- オークションの検索
- オークションの表示
- 顧客のためのオークション入札の撤回
- 顧客用のディスカッション・フォーラムの作成と管理

第 19 章 レポート作成とビジネス・インテリジェンス

この章では、WebSphere Commerce のレポート作成機能とビジネス・インテリジェンス機能について説明します。WebSphere Commerce には、キャンペーン・イベントや商品アドバイザーの使用に関する詳細情報を含むレポートが用意されています。WebSphere Commerce のオプション・コンポーネントである WebSphere Commerce Analyzer は、より強力なビジネス・インテリジェンス・レポート作成機能を提供します。

レポートを表示するには、WebSphere Commerce Accelerator にログオンして、「ストア」メニューから「ビジネス・インテリジェンス・レポート」を選択します。役割によっては、この章で説明されているすべてのレポートを表示できないことがあります。

WebSphere Commerce レポート

マーケティング・イベント・モニターは、トリガー・イベントが発生すると増分する、WebSphere Commerce データベース内の単純なカウンターを使用して統計を収集します。統計は、以下のものについてコンパイルされます。

- キャンペーン・イベント (インプレッションや閲覧を含む)。

インプレッションは、特定のキャンペーン・イニシアチブが顧客に表示されるたびに発生します。イニシアチブが表示されるたびに、広告またはお勧め商品提示商法のコンテンツが表示されます。閲覧は、顧客が対象に関する詳細情報を見付けるために、表示されたコンテンツをクリックするたびに発生します。閲覧を記録するには、ストア開発者が ClickInfo コマンドを動的コンテンツに関連付ける必要があります。

Marketing Event Monitor は、キャンペーン・イニシアチブと、表示された e-マーケティング・スポットを記録します。これは、ターゲットにする広告を絞り込んだり、特定の広告が表示されているかどうかを検査するのに役立ちます。

- 顧客による商品アドバイザーの使用状況

統計は、3 つのショッピング・メタフォアのそれぞれについて保持され、それらを比較した効果を示すことができます。

Marketing Event Monitor はまた、サイト使用時に生成されたキャンペーン・イベントの詳細ログをコンパイルします。キャンペーン・イベントが発生するたびに、要求されたページ、表示された e-マーケティング・スポット、およびコンテンツの生成に使用されたイニシアチブのログが更新されます。このログは、WebSphere Commerce データベース内の CPGNLOG テーブルに取り込まれます。WebSphere Commerce Analyzer で、収集したデータに基づいてレポートを生成します。

レポートについては、以下に示すセクションで説明されています。

- 145 ページの『在庫レポート』

- 156 ページの 『商品管理レポート』
- 184 ページの 『アカウント管理レポート』
- 184 ページの 『契約管理レポート』

ビジネス・インテリジェンス

ビジネスでは、日常の業務で、オーダー、買掛管理、在庫、および顧客に関するデータなどの大量のデータが収集されます。

このデータを統合し、分析して、より良いビジネス判断を下せば、しばしば他との競争において有利になる可能性があります。たとえば、大手の小売洋品店チェーンは地域の状況に合わせてストア在庫を調整することができ、銀行は既存の顧客を維持するために必要なサービスを判別することができ、セールス・マネージャーは地域内のトラブル・スポットを見つけることができます。

ビジネス・インテリジェンスとは、データ資産を賢く活用することによって、より良いビジネス判断を下すための能力のことを指します。これには、正しいデータへのアクセスを付与し、洞察を得るためにデータを分析し、その洞察からより良い決定を下すことが関係します。

WebSphere Commerce で使用されているビジネス・インテリジェンス・ソリューションは、WebSphere Commerce Analyzer と呼ばれます。

WebSphere Commerce Analyzer

WebSphere Commerce Analyzer は、ストアのマーケティングおよびショッピング・アクティビティーに関する事前定義レポートを提供します。これらのレポートは、ビジネスの成果を管理するために使用することができます。レポートはカスタマイズできません。

WebSphere Commerce Analyzer は、ストアに関するレポートを生成するために必要な情報を含むデータマートを作成して保守します。データマートは、WebSphere Commerce Analyzer のインストール・プログラムでインストールされる WebSphere Commerce Analyzer サーバー上に作成されます。データマートは、IBM DB2 リレーショナル・データベースです。これには、WebSphere Commerce データベース・サーバーから取得される情報が含まれます。IBM DB2 は、データベース管理に必要なツールを提供しています。インストール・プログラムでは、Brio Technology が Brio Enterprise Server 6.2 の一部として提供する、Brio Broadcast Server のレポート作成ツールもインストールされます。Brio Broadcast Server のレポート作成ツールによって、ビジネス・レポートが作成されます。

ビジネス・レポートは、セールスとストアを使用する顧客についての情報に加えて、キャンペーンの効果に関する情報を提供します。マーケティング戦略とストアで販売する

商品についての決定を下す際には、これらのレポートが役立ちます。ビジネス・レポートには、WebSphere Commerce Accelerator からアクセスできます。

インストール後に、レポート作成プロセスを毎日実行するようにスケジュールすることができます。たとえば、レポートは、午前 0 時過ぎか、ストア上でのアクティビティの少ない他の時間に実行することができます。

WebSphere Commerce Analyzer には、ストアに関する情報が含まれており、複数の言語、ロケール、および通貨がサポートされています。WebSphere Commerce Analyzer のレポートは、選択した 1 つの言語、ロケール、および通貨でのみ生成できます。

ビジネス・レポートは、サイトに関する包括的な情報を提供します。これらには、リモート・マシンのデータマートから抽出され、非常に固有な情報を生成するために分析された情報が含まれます。これらのレポートは、サイト管理者が WebSphere Commerce Analyzer をインストールして構成した場合にのみ入手できます。詳細は、「WebSphere Commerce Analyzer インストールと構成ガイド」を参照してください。さらに、サイト管理者は UserTrafficEventListener および CampaignRecommendationListener コンポーネントを使用可能にする必要があります。WebSphere Commerce Analyzer の使用方法については、「WebSphere Commerce Analyzer インストールと構成ガイド」を参照してください。

以下の表で、マーケティング・アクティビティのレポートについて要約します。ほとんどのレポートは、表または棒グラフ形式で提供されますが、一部のレポートは表形式でのみ提供されます。役割によっては、このテーブルにあるすべてのレポート・タイプを表示できないことがあります。

測定基準	要素/情報	説明
表示されたインプレッション	キャンペーン イニシアチブ e-マーケティング・スポット 期間 上位 10 地理 「表示されたインプレッション」の絶対計数	個人情報設定されたコンテンツが、どのくらいの頻度で顧客に表示されたかを分析します。

測定基準	要素/情報	説明
クリックされたインプレッション	<p>キャンペーン イニシアチブ e-マーケティング・スポット 期間 上位 10 地理</p> <p>「表示されたインプレッション」の絶対計数</p> <p>「クリックされたインプレッション」の絶対計数</p> <p>クリック率</p>	<p>個人情報設定されたコンテンツを、顧客がどのくらいの頻度でクリックしたかを分析します。これにより、推奨されたコンテンツに顧客がどの程度の興味を持ったかが分かります。</p>
クリック後にオーダーまで行われたインプレッション	<p>キャンペーン イニシアチブ e-マーケティング・スポット 期間 上位 10 地理</p> <p>「表示されたインプレッション」の絶対計数</p> <p>「クリック後にオーダーまで行われたインプレッション」の絶対計数</p>	<p>個人情報設定されたコンテンツ (商品推奨など) が顧客に表示され、顧客がそれをクリックし、結果的にその商品がオーダー / 購買につながった頻度を分析します。</p>

測定基準	要素/情報	説明
商品の中止につながったインプレッション (中止された商品)	キャンペーン イニシアチブ e-マーケティング・スポット 期間 上位 10 「クリックされたインプレッション」の絶対計数 中止が発生した頻度の絶対計数	インプレッションから選ばれた商品がショッピング・カートに残された頻度を分析します。これは逸失需要を示すことができます。
商品のセールス - 売上	期間 上位 / 下位 10	商品の売上収入を分析します。
商品のセールス - 販売個数	期間 上位 / 下位 10	商品のセールス・ボリュームを分析します。
中止された商品	期間 上位 10	ショッピング・カートに残された商品を分析します。これは逸失需要を示すことができます。
オーダー要約 - ボリューム	期間	期間内のオーダー・ボリュームを分析します。
売上金額と販売個数	地理 期間 年齢層 所得層 性別 既婚 / 独身 アカウント / 契約 (売上金額)	特定の要素に基づくセールス売上およびセールス・ボリュームを分析します。

付録. ヘルプ情報

IBM WebSphere Commerce 製品ファミリーを使用してストアを作成する場合は、多数の関連するソフトウェア・プロダクトを使用します。この付録では、この商品のファミリーに含まれる情報のタイプを説明し、その情報がどこにあるかを説明します。

WebSphere Commerce ヘルプ

WebSphere Commerce の Web サイトの Technical Library ページから、出版物やオンライン・ヘルプの最新バージョンをダウンロードできます。そのアドレスは、次のとおりです。

▶ Professional

http://www.ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit-tech-general.html

▶ Business

http://www.ibm.com/software/webservers/commerce/wc_be/lit-tech-general.html

インストールおよび構成情報

WebSphere Commerce には、インストール・ガイドが付属します。このガイドは、WebSphere Commerce のインストールおよび構成の方法について説明します。

Commerce Studio にもまた、インストール・ガイドが付属します。このガイドは、Commerce Studio のインストールおよび構成の方法について説明します。

プログラマー情報

「IBM WebSphere Commerce プログラマーズ・ガイド、バージョン 5.4」は、WebSphere Commerce に含まれています。このガイドは、概念およびアーキテクチャー、プログラマーのモデル、および開発ライフ・サイクルについて説明し、各自の e-commerce 環境をカスタマイズする方法を示しています。

オンライン・ヘルプ

WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」システムには、Windows マシン上の Internet Explorer バージョン 5.5 (Netscape ブラウザーでは正しく機能しません) から以下の方法でアクセスできます。

- アドレス

http://host_name/wchelp/。ここで、*host_name* は、ご使用の WebSphere Commerce マシンの名前です。

WebSphere Commerce のヘルプがインストールされていない場合には、インストール・ガイド を参照してください。 Commerce Server Documentation コンポーネントのインストール方法に関する説明が載っています。

-  「スタート」メニューで、次のように選択します。
「スタート」→「プログラム」→「IBM WebSphere Commerce」→「文書」

「オンライン・ヘルプ」の印刷可能バージョン

WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」の一部は PDF ファイルとしてパッケージ化されています。これらの PDF ファイルは、Technical Library ページから入手できます。

Commerce Studio ヘルプ

IBM WebSphere Commerce Studio, Developer Edition および Professional Developer Edition (Commerce Studio と呼ばれます) は、複数のサイト開発ツールを 1 つの開発環境に統合しています。その結果、ヘルプ情報はさまざまな異なるポイントからアクセスできます。このセクションでは、Commerce Studio を使用中に参照可能な種々のタイプの情報について説明します。

オンライン・ヘルプ

Commerce Studio の「オンライン・ヘルプ」は、WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」と組み合わせられています。そのため、WebSphere Commerce のコピーは、Commerce Studio と同じマシン上にインストールする必要があります。WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」にアクセスする方法の詳細は、227 ページの『オンライン・ヘルプ』を参照してください。

用語集

[ア行]

アイテム (item). 部品番号または SKU (在庫管理単位) のあるエンティティ。特定の商品に関連するすべてのアイテムは、同じ属性セットを示し、それらの属性値によって区別されます。アイテムは、商品と関連付けられる必要はありません。アイテムに識別属性がない場合、関連づけられた商品はありません。

アウトバウンド・メッセージ (outbound message). WebSphere Commerce によって生成され、バックエンド・システムに送信されるメッセージ。WebSphere Commerce Transport アダプターは、「Order Create (オーダーの作成)」と呼ばれる 1 つのアウトバウンド・メッセージをサポートしています。このメッセージには、WebSphere Commerce Server から、それ以降のオーダー配送処理が実施されるバックエンド・システムにコピーされたオーダー情報が含まれています。アウトバウンド・メッセージは、WebSphere Commerce を他のシステムと統合するのに使用されます。

B2B アカウント担当者 (Account Representative). アカウント担当者の役割はアカウントの契約の作成、アカウントのオーダーの変更、およびアカウントのアクティビティのモニターを担当する基本的な役割です。アカウント担当者はセールス組織の一部なので、割引やクーポンなどのターゲット販売促進の作成にも関与することもあります。

B2B アクション・グループ (action group). リソースに対して実行される Java コマンドに対応する、明示的に定義された一連の操作。

アクセス bean (access beans). 多くの場合、クライアント・プログラムによって使用される Enterprise Bean のラッパー。アクセス bean を使用すると、ホームおよびリモート・インターフェースに関連した複雑さを意識しなくて済みます。これらの bean は VisualAge(R) for Java(TM) に含まれるツールによって生成されます。WebSphere(R) Commerce のコマンドでは、データベース操作のためにアクセス bean が使用されません。

B2B アクセス制御ポリシー (access control policy). サイト管理者とストア管理者によって確立される制約と基準のグループ。ユーザーが、割り当てられた役割に関係のある責任の実行に必要なリソースにしかアクセスできないようにします。

アクセス・グループ (access group). アクセス制御を定義するために使用されるメンバー・グループのタイプ。コマンドやビューは、1 つ以上のアクセス・グループに関連付けられます。その役割に割り当てられたメンバーは、そのビューやコマンドにアクセスできます。WebSphere Commerce には、一群のアクセス・グループが事前定義されています。サイト管理者は、WebSphere Commerce 管理コンソールを使用することによって、それらのグループへのアクセスを割り当てたり、必要に応じて新しいグループを追加したりします。

アクティブにする (activate). (1) 割引オファーなどの取引管理プログラムを開始すること。
(2) Enterprise Bean を 2 次ストレージからメモリーに転送すること。

圧縮 (compress). スペースまたは伝送時間を少なくするため、ファイルなどのデータのセットのサイズを縮小すること。

アトミック・カタログ・エントリー (atomic catalog entry). 購入時に利用できるカタログ・エントリーのコレクションで、それ以上分割できないもの。しばしばパッケージと呼ばれます。

アプリケーション (application). Java プログラミングにおける、静的 main メソッドを含んだ、自己完結型で独立した Java プログラム。アプレット・ビューアーを必要とはしません。「アプレット (applet)」と対比。

アプリケーション区分化 (application partitioning). スケジューラーで、負荷の大きい実行ジョブをグループ化すること。これは、スケジューラーのデフォルト・アプリケーション・プールが過負荷にならないようにするために役立ちます。

アプリケーション・サーバー (application server). アプリケーション・プログラムに実行環境を提供する分散ネットワーク内のサーバー・プログラム。たとえば、WebSphere Commerce Server にはオンライン・ストア用の実行環境が用意されています。

アプレット (applet). Java プログラム言語で作成されたアプリケーション・プログラム。Web サーバーから取り出して Web ブラウザーで実行できます。アプレットへの参照は、グラフィックス・ファイルの場合と同様に Web ページのマークアップで示されます。これを参照すると、ブラウザーがグラフィックス・ファイルの場合と同様に、アプレットを取り出します。セキュリティ上の理由により、アプレットのアクセス権について制限があります。それは、アプレットは実行するクライアントのファイル・システムにアクセスできないこと、ネットワークにおけるアプレットの通信先はダウンロード元のサーバーに限られることの 2 点です。「サーブレット (servlet)」と対比。

暗号化 (encryption). 特に伝送中に、無許可アクセスを防ぐため、容易に理解できない形式にデータを変換すること。

インスタンス (instance). 「WebSphere Commerce インスタンス (WebSphere Commerce instance)」および「Web サーバー・インスタンス (Web server instance)」を参照。

インバウンド・メッセージ (inbound message). WebSphere Commerce が外部アプリケーションまたはバックエンド・アプリケーションから受け取るメッセージ。トランスポート・アダプターは、XML 形式による 5 つのインバウンド・メッセージをサポートしています。それらは、「Order Status Update (オーダー状況の更新)」、「Product Inventory Update (商品在庫の更新)」、「Product Price Update (商品価格の更新)」、「Customer Update (顧客の更新)」、および「Customer New (新規の顧客)」です。インバウンド・メッセージは、WebSphere Commerce を他のシステムと統合するために使用されます。

インプレッション (impression). Web 広告で、アクセスされたページ上の広告の外観。たとえば、ある Web ページに 3 つの広告がある場合、それぞれの広告にインプレッションがあります。オンライン公開者は、インプレッションに従い、広告スペースを販売することがよくあります。

「クリックスルー・レート (clickthrough rate)」 と対比。

ウィジェット (widget). (1) 情報を表示したり、ユーザーがオペレーティング・システムやアプリケーションと対話したりするための特定の手段を提供する、グラフィカル・ユーザー・インターフェース (GUI) のエレメント。ウィジェットには、情報を表示するため、またユーザー・アクションを誘導したり、受諾したり、それに応答したりするためのアイコン、プルダウン・メニュー、ボタン、チェック・ボックス、スクロール・バー、ウィンドウ、フォーム、その他の多くのデバイスが含まれます。(2) オブジェクト指向プログラミングで、各タイプのウィジェットはクラス (または大きな汎用ウィジェット・クラスの下の子クラス) として定義され、常に特定のウィンドウと関連付

けられています。ウィジェットは、ウィジェット・クラス構造体によって、その手順をインプリメントします。Java など、今日の多くのアプリケーション開発言語には、プログラマーが組み込んだり変更したりできる既存のウィジェットのライブラリーが含まれています。

受取人 (Receiver). 配送センターで在庫を受け取ったり、オーダー済み商品の予測在庫レコードと随時受け取りを追跡したり、顧客から返品された返品商品を受け取ったりする、WebSphere Commerce での定義済み役割。

運送会社 (shipping carrier). 配送センターから顧客までの配送サービスを提供する会社。

エンティティー (entity). オブジェクト指向設計で、単位として、また、しばしば、特定の категорияやタイプのメンバーとして扱うことができるアイテム。エンティティーは、具体的なものであることも、抽象的なアイデアであることもあります。

オークション (auction). 通常最も高額の入札者に、物品やサービスの価格やその他の販売条件を交渉し、動的に確立する販売方法。

オーダー (order). (1) 購入のために選択した、1 つ以上のアイテムまたはパッケージ、あるいはその組み合わせ。オーダーには、数量、価格、配送情報、および税額と送料が含まれ、オーダー処理が開始されると、これらが編集され、顧客に表示されます。WebSphere Commerce で、オーダーの状態には、新規、保留、配送済み、完了、キャンセルがあります。(2) 顧客が購入のために選択した、または購入した、1 つ以上の商品、価格、および指定した数量。顧客サービス担当者が、顧客に代わってオーダーを発行することも可能です。カスタマー・オーダーには、商品だけでなく、請求先住所、配送先住所 (ソフトウェアなどのダウンロード可能な購入には適用されません)、配送方法、運送会社、サービス、支払情報、税額と送料、オーダー発行者によるコメントと価格調整が含まれます。 **B2C** オペレーシ

ョン・マネージャーは、オーダーが適切に実行されていること、支払いを受け取ったこと、オーダーが配送されたことを確認します。 **B2B**

セールス・マネージャーは、オーダーが適切に実行されていること、支払いを受け取ったこと、オーダーが配送されたことを確認します。

オファー (offer). 価格を使用するために満たさなければならない有効期間や受け入れ可能な数量範囲などの一連の条件を伴って、1 種類以上の通貨で定義された商品の価格。**取引位置 (trading position)** とも呼ばれます。「**取引位置コンテナ (trading position container)**」も参照。

オブジェクト (object). (1) タスクを実行する 1 つの単位として、ユーザーが操作できる項目。オブジェクトは、テキストまたはアイコン、あるいはその両方であることが可能です。(2) オブジェクト指向設計またはプログラミングで、オブジェクトは、共通のデータ定義とメンバー機能を共有するクラスにグループ分けされます。クラス内の各オブジェクトは、そのクラスのインスタンスであると言われます。

B2C オペレーション・マネージャー

(Operations Manager). オーダーが適切に実行されていること、支払いを受け取ったこと、オーダーが配送されたことを確認する、WebSphere Commerce 内の定義済み役割。オペレーション・マネージャーは、顧客オーダーの検索、詳細情報の表示、オーダー情報の管理、および返品の実行を編集を実行できます。 **B2B** 「セールス・マネージャー (Sales Manager)」

親カテゴリー (parent category). 階層に他のカテゴリーを含むカテゴリー。「子カテゴリー (child category)」も参照。

オンライン・カタログ (online catalog). オンライン・ストアで表示および購入可能な、カタログ・グループまたはカタログ・エントリーの集合に対する一般用語。

オンライン・ストア (online store). (1) インターネットのテクノロジーを使用して、商品やサービスを販売または交換するストア。(2) HTML および JavaServer Pages のファイルに加え、課税、配送、支払い、カタログ、およびその他のデータベース資産を持つ集合。WebSphere Commerce で、これらのファイルとデータベース資産は、ストア・アーカイブに含まれます。WebSphere Commerce には、顧客が使用できるサンプル・ストアおよび参照ストアが用意されています。

[力行]

外部キー (foreign key). リレーショナル・データベースにおいて、別のテーブル内の 1 次キーを参照する、テーブル内のキー。

カウンター値 (counter value). ショッピングの通貨から他の通貨に変換されて表示される金額。

課税カテゴリ (tax category). 国税、都道府県税、市町村税など、ストアが徴収する必要のある税の異なるカテゴリを示します。それぞれの課税カテゴリには、消費税または配送税のいずれかの課税タイプを割り当てる必要があります。

課税タイプ (tax type). 消費税または配送税のいずれかの課税タイプを指定します。それぞれの課税タイプには、課税カテゴリの固有のセットがあります。

カタログ (catalog). 「オンライン・カタログ (online catalog)」を参照。

カタログ・エン트리 (catalog entry). オンライン・カタログ内のオブジェクト。エントリーには、名前、説明、表示価格、その他の詳細情報が含まれます。エントリーは単なる SKU の場合もあります。また、バンドルやパッケージのように、それを構成するアイテムに自動的に分解される商品の場合もあります。

カタログ・グループ (catalog group). オンライン・カタログのナビゲーション階層を作成する、1 つ以上のカタログ・エントリーまたはカタログ・グループの集まり。

カテゴリ (category). 特性が類似したオブジェクトで構成されるグループ。WebSphere Commerce では、カテゴリにより、ストアが提供する商品やサービスが編成されます。たとえば、衣料店に、ライフ・スタイル (カジュアル、フォーマル、アウトドア)、性別 (男性、女性)、年齢 (乳幼児、子ども、大人) で整理するカテゴリを設定することができます。カテゴリは通常、カタログ・グループとして設定されます。「子カテゴリ (child category)」および「親カテゴリ (parent category)」も参照。

カテゴリ・テーブル (category table). カテゴリ情報を一連の行と列の形式で表示する動的テーブル。

カテゴリ・ページ (category page). 商品カテゴリを表示するオンライン・ストアの Web ページ。カテゴリ・ページにより、顧客は子カテゴリ・ページまたは選択したカテゴリに属する商品にアクセスすることができます。

カテゴリ・マネージャー (Category Manager). カテゴリを作成、変更、および削除することによってカテゴリ階層を管理する、WebSphere Commerce 内の定義済み役割。カテゴリ階層は、ストアが提供する商品やサービスを編成します。カテゴリ・マネージャーは、商品、予測在庫レコード、取引先情報、および返品理由も管理します。

管轄区域 (jurisdiction). 国、都道府県、郵便番号の範囲、またはアプリケーション固有のジオコードを表す、課税または配送目的の地理的な地域。

希望する言語 (preferred language). 顧客が、トランザクションのガイド用に希望する言語として示したもの。希望する言語は、顧客プロファイ

ルの中で指定されるか、または langId パラメーター (URL ベースのコントローラー・コマンドから指定可能) を使用して指定されます。「ショッピング言語 (shopping language)」も参照。

希望する通貨 (preferred currency). 顧客が、価格の表示用に希望する通貨として指定した通貨。希望する通貨は顧客プロフィールの中に示されています。「ショッピング通貨 (shopping currency)」および「サポートされる通貨 (supported currency)」も参照。

基本検索スペース (base search space). 商品アドバイザーのインプリメンテーション。このスタイルのインプリメンテーションでは、WebSphere Commerce 基本データベース・テーブルを使用して、特定のカテゴリの商品検索が容易になります。「分離検索スペース (separate search space)」も参照。

キャッシュ (cache). 主記憶装置より小規模で高速な専用目的のバッファー・ストレージで、主記憶装置から取得した命令とデータのコピーを保持するのに使用されます。プロセッサに次いで必要とされるものということもできます。

キャンペーン (campaign). 広告や、お勧め商品提示商法の手法を含めて企画される一連のオペレーション。これは、ビジネス上の目的の定義済みセットを達成するために実行されます。WebSphere Commerce Accelerator では、キャンペーンにより、キャンペーン・イニシアチブのグループを調整し、まとめます。

協調フィルタリング (collaborative filtering). 他の多数の人の評価と評価結果に基づいて、ユーザー間の類似性を計算するテクノロジー。協調フィルタリングは現行の顧客に最も似ている顧客の動作を基礎として使用し、現行の顧客用の予測と推奨を作成します。

興味のあるアイテム (interest item). 繰り返し購入すること、または購入する可能性があることをショッパーが示したアイテム。興味のあるアイ

テムは、数量の情報と共に保管されますが、価格情報は保管されません。興味のあるアイテム・リストは、1 つ以上の興味のあるアイテムから構成されます。

B2B 業務方針 (business policy). ストアまたはストアのグループが従うルールの集まりであり、ビジネス・プロセス、業界慣例、またはビジネス・オファリングの範囲や特性を定義するもの。

B2B 拒否後 (post-reject). 承認可能アクションが拒否された時点で、拒否後コマンドが存在すればそれを実行すること。たとえば、拒否後コマンドによって、オーダーのサイズを調べそれが一定の金額を超過している場合に管理者に通知することができます。「承認後 (post-approve)」および「承認前 (pre-approve)」も参照。

クライアント (client). サーバーから共有サービスを受信する機能単位。たとえば、Web サーバーから HTML 文書を要求しているパーソナル・コンピュータは、そのサーバーのクライアントになります。

クリックスルー・レート (clickthrough rate). Web 広告で、HTML ページ上の広告に対するクリックの数を、広告がページと共にダウンロードされた回数のパーセンテージとして表したものの。「インプレッション (impression)」と対比。

ゲートウェイ (gateway). ローカル・データ・ネットワークを別のネットワークに接続する、機能単位。

計算コード (calculation code). オーダー・アイテム、カタログ・エントリー、またはカタログ・グループに関連付けられ、割引、配送料、売上税または利用税、および配送税の計算方法を指定するもの。

計算スケール (calculation scale). 計算ルールを使用できる範囲の集合。たとえば配送料の場

合、それぞれが特定の料金に対応する重量範囲の集合を設定できます。つまり、重量が 0 ~ 5 kg の商品の配送料は \$10.00、重量が 5 ~ 10 kg の商品の配送料は \$15.00、などです。

計算ルール (calculation rule). 計算方法を定義します。各計算コードには、計算ルールの集合が含まれています。一般に、オーダー・アイテムの特定の集合に適用されるのは、計算コードの計算ルールのうちサブセットだけです。たとえば、異なる地域に配送する場合には、それぞれ異なるルールが適用されます。

契約 (contract). WebSphere Commerce で、トランザクションに適用される条項を表す契約。ストアで使用可能な取引位置コンテナを論理的にグループ化したものです。たとえば、1 つのオーダー・アイテムに対する割引や配送料は、関連する契約によって計算が異なる場合があります。

コール・センター (call center). WebSphere Commerce で、顧客サービス担当者アクセス・グループ内のユーザーとして割り当てられたスタッフのグループ。それらのユーザーは、顧客のためにいくつかの機能呼び出すことができます。たとえば、パスワードを含む顧客情報を更新できます。また、オーダーを更新したり新しいオーダーを発行したりできます。コール・センターを有効にするには、forUser パラメーターを使用します。

高額商品販売 (up-sell). 現在表示または選択されている商品と同じ商品ラインの中で、その商品に関連していて、もっと値段が高い商品の推奨。「抱き合わせ販売 (cross-sell)」も参照。

広告コピー (ad copy). マーケティング・アクティビティをサポートするために使用される情報、イメージ、およびその他のメディア。セールス支援材料とも呼ばれる。

構成サービス (Composition Services).

WebSphere Commerce メッセージング・システムのうち、JSP テンプレートを使用しているメッセージをフォーマット設定して出力するコンポーネント。

構造化照会言語 (Structured Query Language). 「SQL」を参照。

子カテゴリ (child category). 階層内の他のカテゴリに從属するカテゴリ。「親カテゴリ (parent category)」も参照。

顧客 (customer). オンライン・ストアのユーザー。

顧客グループ (customer group). ショッピング・パターンまたは特性が類似しているために、サイト管理者によってグループ化された顧客の集合で構成されるメンバー・グループの一種。多くの場合、顧客グループは顧客が登録時に提供する情報に基づいています。顧客グループに対して割引や他のインセンティブを適用したり、他の顧客とは異なる商品ページやカテゴリ・ページを表示したりできます。1 人の顧客は、ストアごとに 1 つ以上の顧客グループに属することが可能です。

顧客サービス担当者 (CSR) (Customer Service Representative (CSR)). 顧客照会を管理する、WebSphere Commerce 内で定義された役割。顧客サービス担当者は、顧客登録、オーダー、および返品も処理します。企業によっては、システムが拒否した返品レコードを承認することなど、顧客サービス担当者ではアクセスできないアクションを完了する権限を持つ顧客サービス・スーパーバイザーが存在することもあります。 Professional
顧客サービス担当者は、さらに入札の撤回、ディスカッション・フォーラムの管理など、オークションの作業も行います。

顧客サービス・スーパーバイザー (Customer Service Supervisor). すべての顧客サービス・タスクにアクセスできる、WebSphere Commerce

内で定義された役割。顧客サービス・スーパーバイザーは、システムが拒否した返品レコードを承認することや支払例外（クレジット・カードの与信失敗など）に関連して顧客に連絡することなど、顧客サービス担当者ではアクセスできないアクションを完了する権限を持ちます。

顧客プロフィール (customer profile). セラーによって保持される、顧客に関するすべての情報。これには、基本的な個人情報、オーダー・ヒストリー、運用上のデータ（ユーザー ID や配送先住所など）などを含めることができます。顧客プロフィールは動的です。マーケティング・マネージャーは、顧客を顧客プロフィールに含めるための基準を定義します。顧客プロフィールは、キャンペーンのターゲットとすることができます。

個人情報設定 (personalization). (1) 顧客の知識を利用して、顧客のショッピング経験をカスタマイズして示すこと。(2) 特定のユーザーのために、そのユーザー・リソースをカスタマイズするために使用できる関連情報のセットを作成すること。

B2B **個別設定済みの属性 (personalized attributes).** RFQ 取引メカニズムにおいて、バイヤーが販売組織に RFQ を送信する時点で使用する必要がある、その組織によって作成された属性のリスト。セラーが供給する事前定義の属性に加えて、バイヤーは、指定された属性フィールドに固有の属性を指定できます。

コマンド bean (command bean). 特定の要求を処理するプログラミング・ロジックを含む Java bean。WebSphere Commerce コマンドは WebSphere コマンド・プログラミング・モデルに従います。コマンドには、コントローラー・コマンド、タスク・コマンド、*data bean* コマンド、ビュー・コマンドの 4 タイプがあります。

コミットする (commit). ロックを解除して作業単位を終了することにより、その作業単位での変更内容が他のプロセスでも使用可能であるようにすること。

コミットメント境界 (commitment boundary). データベース・ファイルへの変更がジョブ内に保留されていない点。

コミットメント制御 (commitment control). データベース変更のグループを一単位として処理する、またはデータベース変更のグループの除去を一単位として処理できるように、ファイル操作をグループ化する方法。

コンテナ管理パーシスタンス (CMP) (container-managed persistence (CMP)). EJB 開発環境において、bean そのものによって管理されるのではなく、Enterprise Bean のコンテナに委任されているパーシスタンス。「*bean* 管理パーシスタンス (BMP) (*bean-managed persistence (BMP)*)」と対比。

コントローラー・コマンド (controller command). Web コントローラーと直接対話するコマンド。コントローラー・コマンドが完了すると、実行されるビュー・タスクの名前を戻します。Web コントローラーは、ビュー・コマンドの正しいインプリメンテーション・クラスを決定し、それを呼び出します。

コンフィギュレーター (configurator). 同梱して販売することが可能なアイテムのグループを判別する、動的なルール・ベースのキット (バンドル) 機能を提供するソフトウェア。コンフィギュレーターによって、構成の価格を算出することもできます。このグループ化は、ユーザーとコンフィギュレーターとの対話に加えて、事前定義されたいくつかのルールに基づいて実施されます。

梱包スリップ (packing slip). 特定のリリース内のすべての商品のリストを含む印刷文書。多くの場合、この文書には、配送先住所、運送会社情報、そして場合によっては価格情報が含まれることがあります。梱包スリップは、荷造り担当者が配送のためにリリース内の商品を梱包するために使用されます。その後、梱包スリップはパッケージに添付され、それにより顧客は、正しいアイテムが送られてきているかどうかを確認できます。

梱包担当者 (Pick Packer). 配送センターから商品を選択し、その商品を梱包し、顧客に配送する、WebSphere Commerce での定義済み役割。梱包担当者は、オーダー・フルフィルメントにおいて商品の配送を確認するために使用されるピッキング・チケットとパッキング・スリップも管理します。

[サ行]

サーバー (server). (1) ネットワーク上で 1 つ以上のクライアントに共有サービスを提供する機能単位。(2) クライアントからのコマンドに応答する、コンピューターまたはプログラム。例として、ファイル・サーバー、プリント・サーバー、メール・サーバーがあります。「**WebSphere Commerce Server**」および「**Web サーバー (Web server)**」も参照。

サーブレット (servlet). Java プログラム言語でコーディングされたアプリケーション・プログラムで、Web サーバー上で実行されるもの。サーブレットへの参照は、グラフィックス・ファイルの場合と同様に、Web ページのマークアップで示されます。Web サーバーは、サーブレットを実行し、実行結果があれば、それを Web ブラウザーに送信します。「**アプレット (applet)**」と対比。

サーブレット・エンジン (servlet engine). サーブレットを管理する Web アプリケーション・サーバーの機能。サーブレットの作成と削除を管理し、受け取った各 URL に該当するサーブレットをディスパッチし、始動時にどのサーブレットをメモリーに自動的にロードするか、最初の要求時にどのサーブレットをロードするかを指定します。

在庫受け取り (inventory receipt). 配送センターでの商品の受け取り。商品は予定されていて予測在庫レコードに記録されているか、または特別の受領となります。特別在庫受領書は、予測在庫レコードには記録されません。

在庫管理単位 (stock keeping unit). 「SKU」を参照。

在庫共用の取り決め (inventory sharing arrangement). 在庫割り振りのために、ストアがその在庫受け取りを他のストアからも利用できるようにする取り決め。

在庫の割り振り (inventory allocation). 配送センターに実在する在庫に対して、あるオーダーのための在庫を指定すること。割り振りは予約とは異なります。予約はより厳密なポリシーであり、多くの場合、オーダーには適用されません。

「**予測在庫に対する在庫割り振り (inventory allocation against expected inventory)**」と対比。

サイト管理者 (Site Administrator). WebSphere Commerce と関連ソフトウェアおよびハードウェアのインストール、構成、保守を行う、WebSphere Commerce 内で定義された役割。サイト管理者は、システム警告、アラート、およびエラーに応答し、システムの問題を診断して解決します。この役割は、通常、アクセスと許可の制御、Web サイトの管理、パフォーマンスのモニター、およびロード・バランシング・タスクの管理を行います。

削除ルール (delete rule). 親行の削除を制限する参照制約、または従属行でのそのような削除の効果指定する参照制約に関連したルール。

削除ルール: カスケード (delete cascade). データベースのある行が削除された時点で、他の行に対してアクションが実行されるようにするための DB2(R) プロセス。

サブオーダー (suborder). 特定アドレスに配送されるオーダーの一部。オーダーは、複数のサブオーダーで構成される場合があります。たとえば、顧客は、ショッピング・カート内の複数の商品に、それぞれ異なる配送先住所を指示することができます。個々の配送先住所と、それに関連付けられた商品が、サブオーダーを構成します。

サポートされる通貨 (supported currency). オンライン・ストアで、表示および処理できる通貨。「ショッピング通貨 (*shopping currency*)」および「希望する通貨 (*preferred currency*)」も参照。

参照ストア (reference store). 選択されたオンライン・ストアの機能 (オークションなど) を完全に実行するためのコードを含むオンライン・ストア。参照ストアは、強調された機能のコード・サンプルとしてストア開発者が使用するよう設計されています。

参照保全 (referential integrity). (1) 外部キーのすべての値が有効であるようなデータベースの状態。(2) テーブルの 1 つの列から、同じまたは異なるテーブルの別の列への、意図された参照がすべて有効な場合の状態。参照保全を保持するためには、DB2 UDB for z/OS が、すべての LOAD、RECOVER、INSERT、UPDATE、および DELETE 操作に対して参照保全を実施している必要があります。

参照元 (referrals). 第三者ビジネスまたは Web サイトが、顧客にこの Web サイトを参照させた回数を示すレコード。参照元は、セラーと第三者が、認知のために参照元の数を知る場合に認知できます。また、セラーが自分の目的で参照元を調べる場合には、認知されないということが可能です。参照元は、クリック・ストリームの分析、クリックスルー・レート、提携マーケティング・サービス、アンケートなど、さまざまな手法で調べることができます。

サンプル・ストア (sample store). WebSphere Commerce にストア・アーカイブ形式で提供されている、完全に機能するオンライン・ストア。サンプル・ストアは、オンライン・ストアを作成するための基礎として使用できるように設計されています。

サンプル・ストア・アーカイブ (sample store archive). コピーして、新規ストア作成の基礎として使用するためのストア・アーカイブ。サン

プル・ストア・アーカイブは、コピーして何度でも使用できます。それらには、データベースの特定のインスタンスに対して生成された固有の主キーは含まれていません。それらは、発行時に ID リゾルバーによって解決される内部別名です。

WebSphere Commerce に付属のサンプル・ストアは、サンプル・ストア・アーカイブです。

ジオコード (geo-code). WebSphere Commerce において、地理的な地域を表すアプリケーション固有のコード。

資金化 (capture). 決済機関が顧客の財務機関から支払いを受けて、その支払いを送金するプロセス。「資金化」は、資金が使用可能であり、転送が実行されることの保証です。

実動サーバー (production server). ビジネス用に稼働している WebSphere Commerce Server。

住所録 (address book). 配送住所と請求先住所の集合で、顧客が所有するもの。贈り物を複数購入して、それぞれ別の住所に配送しようとする顧客に便利です。

主キー (primary key). リレーショナル・データベースにおいて、データベース・テーブルの 1 つの行を一意的に識別するキー。

出力キュー (output queue). フルフィルメント・プロセスでの特殊な処理が必要な商品セットを取り分けるための汎用メカニズム。出力キューは、オーダーされた商品についての情報を、プリンターまたはファイルに送ることが可能です。たとえば、モノグラムの付加には特別な処理が必要です。モノグラムを付加する商品を同一の出力キューに送ることにより、それを行うことができます。

状態 (state). (1) オブジェクトのライフ・サイクルの中で、そのオブジェクトの現在の状況を示すステージ。ビジネス・フローを作成するためには、複数のステージが配置されます。「状態マシン (*state machine*)」も参照。(2) VisualAge for Java において、公開 (public) および私有 (private)

のデータ・メンバーにおいて示されるオブジェクトの特性。重要状態と非重要状態の 2 つのカテゴリに分類されます。

状態マシン (state machine). WebSphere Commerce において、状態マシンは、ユーザー・アクションの妥当性検査を実施し、ビジネス・プロセスのインスタンス内でのアクションの実行を追跡し、ビジネス・プロセスのインスタンスに対するアクションのリストを伴うランタイム・ユーザー・インターフェースを提供します。その際に、状態マシンは、ワークフロー・プロセス中のその後のステップを構成および実行できるようにします。

▶ **B2B 承認可能アクション (approvable action).** ユーザーが呼び出すコマンドまたはコマンドのグループで、組織内の承認者による事前の承認がなければ実行できないもの。

▶ **B2B 承認後 (post-approve).** 承認可能アクションが承認された時点で、承認後コマンドが存在すればそれを実行すること。たとえば、承認後コマンドによって、特別の通知プロセスを送信できます。「承認前 (pre-approve)」および「拒否後 (post-reject)」も参照。

▶ **B2B 承認者 (approver).** 承認可能アクションを承認または拒否する権限のある人。

▶ **B2B 承認者グループ (approver group).** 特定の組織の中で、承認可能アクションが呼び出された時点で承認要求の送信先として指定されたユーザー。要求は一個人ではなく単位全体に送られます。

▶ **B2B 承認フロー (approval flow).** ユーザーが承認可能アクションを含むタスクを実行しようとするときに開始される一連のステップ。このプロセスは、コマンドを呼び出す許可がユーザーに与えられているかどうかをまず確認します。許可が与えられている場合、コマンド実行要求が該

当する承認者に送られ、受諾または拒否されま
す。複数レベルの承認も可能です。

▶ **B2B 承認前 (pre-approve).** 承認要求を開始した承認可能アクションの承認に先立って、コマンドを実行すること。たとえば、オーダーを承認する前に、在庫を検査するコマンドを実行して商品の在庫があることを確認できます。「承認後 (post-approve)」および「拒否後 (post-reject)」を参照。

商品 (product). (1) 属性を共有する SKU アイテムのグループとして表示可能なエンティティ。特定の商品に関連するすべての SKU アイテムは同じ属性セットを示し、それらの属性値によって区別されます。(2) WebSphere Commerce Accelerator ユーザーの場合、オーダー可能なアイテムは**商品**と呼ばれます。商品と SKU アイテムとは低レベルの理由により区別されていますが (WebSphere Commerce データベース・スキーマの中など)、WebSphere Commerce Accelerator ではその区別がありません。

商品推奨 (product recommendation). 顧客のプロファイルや別の基準に基づいて、顧客にカタログ品目を提案する、セールスおよびマーケティングの手法。「抱き合わせ販売 (cross-sell)」および「高額商品販売 (up-sell)」を参照。

商品ページ (product page). オンライン・ストアで商品に関する詳細情報を表示する Web ページ。

ショッパー (shopper). 「顧客 (customer)」を参照。

ショッピング言語 (shopping language). 特定の顧客にページを表示する際に使用する言語。顧客の希望する言語がストアまたはサイトでサポートされる場合、その希望する言語がショッピング言語として使用されます。それ以外の場合、ショッピング言語は、ストアまたはサイトのデフォルト言語です。「希望する言語 (preferred language)」も参照。

ショッピング通貨 (shopping currency). 特定の顧客とのトランザクションにおいて、ストアが使用する通貨。「希望する通貨 (*preferred currency*)」および「サポートされる通貨 (*supported currency*)」も参照。

ショッピング・カート (shopping cart). 保留中のオーダー。「興味のあるアイテム (*interest item*)」も参照。

ジョブ (job). 指定された時間または間隔で実行されるようにスケジューリングされた WebSphere Commerce コマンド。

処分 (disposition). 顧客から、セラーの配送センターに返品された在庫の処分または転送。

所有者 (owner). (1) エンティティーを所有するメンバー。(2) エンティティーを操作するためのアクセスと許可を持つ人。

垂直拡張容易性 (vertical scalability). 1 台のマシン上に複数の Java 仮想マシン・プロセスを作成すること。

水平拡張容易性 (horizontal scalability). Java 仮想マシンのプロセスを複数の物理マシンに分散させる機能。

スキーマ (schema). データベースの構造を完全に記述する、データ定義言語で記述されたステートメントの集合。リレーショナル・データベースにおいてスキーマは、テーブル、各テーブル内のフィールド、およびフィールドとテーブルとの間の関係を定義します。

スケーラブル (scalable). システムの使用量、ボリューム、要求の増減に迅速に対応するシステムの能力を意味することば。たとえば、スケーラブル・システムは、実行するタスクの複雑さがそれぞれ異なる、より大規模または小規模なネットワークで作業するように、効率的に適合させることができます。

スケジューラー (scheduler). 単純な計時方式に基づいてジョブのスケジューリングおよび立ち上げを処理するよう設計された、マルチスレッド、マルチプロセス型のバックグラウンド・サーバー。

ステージング・サーバー (staging server). 新しい機能またはデータを実動サーバーにデプロイする前に、テスト目的で使用する WebSphere Commerce Server のインスタンス。

ステートフル (stateful). 相互作用の状態を追跡するシステムや処理を意味することば。「ステートレス (*stateless*)」と対比。

ステートフル・セッション bean (stateful session bean). 1 つのクライアントに代わって機能し、クライアント固有のセッション情報 (会話型状態と呼ばれる) を、複数のメソッド呼び出しやトランザクションにまたがって保持する、セッション Enterprise Bean。「ステートレス・セッション *bean (stateless session bean)*」と対比。

ステートレス (stateless). 前の相互作用の記録を持たないこと。ステートレス・サーバーは、その要求で提供された情報だけにに基づいて要求を処理します。以前の要求のメモリーに基づいては処理しません。「ステートフル (*stateful*)」と対比。

ステートレス・セッション bean (stateless session bean). 会話型状態を保持しないセッション Enterprise Bean。ステートレス・セッション bean は、コンテナ内の他のものと共にプールされます。「ステートフル・セッション *bean (stateful session bean)*」と対比。

ストア (store). 「オンライン・ストア (*online store*)」を参照。

ストア開発者 (Store Developer). 初期のストア、メンバー・グループ、商品表示と他のストア・ページ、ショッピング・メタフォー、課税と配送を含むオーダーと支払システムを作成する、

WebSphere Commerce 内で定義された役割。ストア開発者は、ストアのルック・アンド・フィールや、必要なコード・カスタマイズの責任も担います。

ストア管理者 (Store Administrator). ストア資産の管理を行い、ストア情報と共に配送業者への変更をインプリメントする、WebSphere Commerce 内で定義された役割。

ストア所有者 (store owner). WebSphere Commerce では、このポジションが、オンライン・ストアに関連するデータベースとファイル資産を制御し、所有します。ストア所有者が組織であることも可能です。

ストアフロント資産 (store front assets). オンライン・ストアのうち、ショッピング中の顧客に表示される部分。ストアフロント資産には、HTML ページ、JSP ファイル、スタイルシート、イメージ、グラフィックス、およびその他のマルチメディア・ファイル・タイプが含まれます。「バック・オフィス・ビジネス・ロジック (*back-office business logic*)」と対比。

ストア・アーカイブ (store archive). ストアの作成に必要な、すべての資産 (ファイル資産やデータベース情報など) を含む圧縮ファイル。ストア・アーカイブを WebSphere Commerce Server に発行すると、運用ストアが作成されます。「*SAR*」を参照。

ストア・エンティティ (store entity). ストアまたはストア・グループを表現できる抽象スーパー・クラス。

B2B **セールス・マネージャー (Sales Manager).** オーダーが適切に実行されていること、支払いを受け取ったこと、オーダーが配送されたことを確認する、WebSphere Commerce 内の定義済み役割。セールス・マネージャーは、顧客オーダーの検索、詳細情報の表示、オーダー情報の管理、および返品の実行を行います。

B2C **「オペレーション・マネージャー (Operations Manager)」** を参照。

静的 (static). 事前に決められた、または固定の時点で発生する操作を意味することは。「動的 (*dynamic*)」と対比。

静的キット (static kit). 「パッケージ (*package*)」を参照。

セキュア・サーバー (secure server). クライアントとの間でセキュア通信ができるように、送信するファイルを暗号化し、受信したファイルを暗号解除するサーバー。

セキュリティー (security). 意図しない、または悪意のある読み取り、変更、または削除の操作から内部リソースを保護するため、コンピューター・システムが使用するソリューション。

セッション bean (session bean). 比較的に継続の短い Enterprise Bean。セッション bean には、ステートフル・セッション *bean* とステートレス・セッション *bean* の 2 種類があります。「*Entity Bean (entity bean)*」と対比。

セッション ID (session ID). 顧客が WebSphere Commerce にアクセスする際に割り当てられる固有 ID (UID)。未登録顧客には、セッション ID がシステムにより割り当てられます。登録済み顧客の場合、セッション ID はログイン・ユーザー ID です。

セラー (Seller). (1) すべての WebSphere Commerce Accelerator 機能にアクセスする WebSphere Commerce 内で定義された役割。(2) ストア・セールスの追跡に加え、全体的なストア目標と管理を監視する役割。セラーの役割は、マーチャントと同じです。

先頭カテゴリー (top category). オンライン・カタログで、アイテムのカテゴリーのうち親の存在しないもの。

属性 (attribute). カラーまたはサイズなどのオンライン・ストア内のアイテムのプロパティ。アイテムには複数の属性が可能です。

B2B 組織管理者 (organization

administrator). WebSphere Commerce において、組織の承認フローを確立し、組織内のユーザーに役割を割り当てる、メンバー組織の代表者。

[タ行]

ターゲット指定 E メール (targeted e-mail).

顧客プロフィールに基づいて特定の宛先に送信する E メールによる、キャンペーン実施の手法。

ターゲット判別可能コマンド (targetable

command). 別のターゲット・コンテナで実行可能なコマンド。ターゲット判別可能コマンドを呼び出すと、オーバーヘッドがかかります。タスク・コマンドをターゲット判別可能でなくすると、コマンド・フレームワーク全体のパフォーマンスを向上させることができます。

ダウンストリーム (downstream). データ・フローの方向に、または、伝送宛先の方向にあること。一般的には、情報サーバーからエンド・ユーザーへの方向を表します。

抱き合わせ販売 (cross-sell). 現在表示または選択されている商品に関連がある、または補足する商品推奨。「**高額商品販売 (up-sell)**」も参照。

タスク・コマンド (task command). 特定のアプリケーション・ロジックをインプリメントするコマンド。一般に、コントローラー・コマンドと一連のタスク・コマンドとを併せて使用することによって、URL 要求に対するアプリケーション・ロジックがインプリメントされます。タスク・コマンドはターゲット判別可能ではありません。つまり、常にコントローラー・コマンドと同じコンテナで実行されます。

積荷目録 (manifest). トラッキング識別情報を含めることの可能な出荷確認。

データ bean (data bean). JSP ファイル内に置かれる Java bean タイプの 1 つ。データ bean は、ストア開発者がアクセスできるデータを表します。データ bean には、JSP が実行時にデータ bean のインスタンスを生成する時点で起動されるコマンドを関連付けることができます。

データ bean コマンド (Data bean command). データ bean に関連付けられたコマンド。JSP ファイルにより呼び出されます。このコマンドは、Entity Bean など、永続オブジェクトからデータ bean のデータを検索します。

データ bean マネージャー (data bean manager). 対応する Entity Bean からデータをフェッチするために、データ bean コマンドを起動するモジュール。

データマート (datamart). 部門またはチームの特殊なニーズ向けに調整されたデータを含む、データウェアハウスのサブセット。データマートは、組織全体のウェアハウスのサブセットであることもあります。

提示価格 (offer price). ストアがアイテムをオフアーする価格。提示価格は、税、割引、および配送料金を加算する前の最終価格です。提示価格は、オーダー数量 (つまり、数量によって価格を変えることが可能)、時間フレーム、メンバー・グループ、または契約によって限定することができます。アイテムが実際に興味のあるアイテム・リストまたはオーダーに加えられる時点で表示される価格が提示価格です。「**表示価格 (list price)**」も参照。

デプロイメント (deployment). (1) Enterprise Bean をパッケージングして JAR ファイルにし、Enterprise Bean サーバー上のコンテナに配布すること。(2) WebSphere Commerce アプリケーション・コードを使用可能にするプロセス。このプロセスには、カスタマイズされたコマンド、データ bean、および Enterprise Bean をパッケージングして JAR ファイルにすることが含まれます。

その後、JAR ファイルをコンテナ内にインストールして構成する必要があります。

デプロイメント記述子 (deployment descriptor). Enterprise Bean のランタイム設定値を含み、Enterprise Bean の管理および制御の方法に関する情報を EJB コンテナに渡す、シリアル化されたオブジェクト。

手持ち在庫 (inventory on hand). オーダーを実行するために物理的に使用可能な在庫。

電子データ交換 (EDI) (electronic data interchange (EDI)). 事前定義メッセージ規格に基づいて、コンピューター・システム相互間で構造化データを交換すること。

転送 URL (redirection URL). コマンド完了時に顧客に送信されるページを指定するために、URL コマンドで使用される URL。

テンプレート (template). WebSphere Commerce で、テンプレートは WebSphere Commerce データベースの情報を Web ページに表示する方法を定義するスケルトンまたはパターンです。テンプレートは、ページ上のテキストやイメージの場所とタイプを決定するほか、背景色のような他のページ属性も決定します。テンプレートは、WebSphere Commerce データベースにリンクした HTML タグまたは bean を使用して、JavaServer Pages (JSP) テクノロジーで作成されます。

統合開発環境 (Integrated Development Environment (IDE)). ソフトウェア開発用統合ツールのセット。VisualAge for Java では、開発ツールへのアクセスをユーザーに提供するウィンドウのセットです。主なウィンドウとして、ワークベンチ、ログ、コンソール、デバッガー、およびリポジトリ・エクスプローラーがあります。

▶ B2B 統合取引フレームワーク (UTF)

(Unified Trading Framework (UTF)). すべての取引メカニズムを構築するための基礎となる、

共通のアーキテクチャー。これには、社内で開発された取引メカニズムも含まれます。

B2B 統合ビジネス・フロー (UBF) (Unified Business Flow (UBF)). ビジネス・プロセスのフレキシブルな作成および変更を可能にする機能。統合ビジネス・フローにより開発者は、WebSphere Commerce のさまざまなサブコンポーネントにわたってビジネス・フローを変更できます。

動的 (dynamic). 事前に決められた、または固定の時点ではなく、必要となった時点で発生する操作を意味することば。「静的 (static)」と対比。

動的キット (dynamic kit). まとめてオーダーできる商品のグループ。動的キットに含まれる商品についての情報は、外部コンフィギュレーターによって制御され、オーダー入力時に示されます。動的キットの個々のコンポーネントをオーダー内で変更することはできませんが、コンフィギュレーターによって再構成することができます。構成の全体を共に配送しなければなりません。「**バンドル (bundle)**」および「**複合カタログ・エントリ (composite catalog entry)**」も参照。

登録された顧客 (registered customer). ストアに登録されている顧客。登録するには、顧客が WebSphere Commerce システムに対して、E メール・アドレスなどの個人情報を提供します。

特別在庫受領書 (ad hoc inventory receipt). 特定の配送センターに特定の時刻に到着した物理在庫のうち、予測在庫ではないものの記録。

ドメイン・ネーム (domain name). インターネット通信プロトコルにおける、ネットワーク上のホスト・システムの名前。ドメイン・ネームは、区切り文字で区切られた一連のサブネームで構成されます。

トランスポート (transport). WebSphere Commerce からアウトバウンド・メッセージを送信する手段。

トリガー (trigger). トリガーは、UPDATE、DELETE、あるいは INSERT オペレーションがテーブルに対して実行される際に、アクションを開始するオブジェクトです。そのアクションは、トリガー (起動) されたアクションと言い、オペレーションはトリガー・イベントと呼ばれます。トリガー・アクションは、以下のようなタスクを実行できます。

- トリガー・イベントによってなされた変更に関して、他のテーブルを同期化する。
- 入力データの妥当性検査を実行する。
- 新しく挿入された行の値を生成する。

取引位置 (trading position). 「**オファー (offer)**」を参照。

取引位置コンテナ (trading position container). オファー (取引位置とも呼ばれる) が入れられるもの。取引位置コンテナ内の取引位置を顧客が使用できるようにするためには、その取引位置を 1 つ以上の契約と関連付けます。取引位置コンテナを制限することもできます。ストアでショッピングをしている顧客は、取引位置コンテナに関連した 1 つ以上の顧客グループのメンバーでない限り、制限された取引位置コンテナ内のオファーを使用できません。

取引管理アソシエーション (merchandising association). セールス・アクティビティの目的による、2 つのカatalog・アイテム間のアソシエーション。たとえば、あるカメラは、電池もセットで販売することが「必要である」という取引管理アソシエーションがあるとか、特定のシャツには、特定のズボンと「セットで販売する」という取引管理アソシエーションがある、などです。

取引管理マネージャー (merchandising manager). 取引管理マネージャーは、オンライン・ストアにおける商品の最良の表示方法、価格設定方法、および販売方法を決定します。取引管理マネージャーは、「**プロダクト・マネージャー**」と同じです。

B2B 取引メカニズム (trading

mechanism). WebSphere Commerce 内で、バイヤーとセラーが商取引を実施する方法。

WebSphere Commerce のエディションに応じて、その方法には定価、契約、RFQ、およびオークションが含まれます。

[ナ行]

二重表示 (dual display). ショッピング通貨における金額と、別の通貨における 1 つ以上のカウンター値の金額とを同時に表示すること。

入力方法 (input method). オペレーティング・システムのネイティブ文字以外の文字など、直接には入力できないキー・ストロークをテキスト入力に変換するためのコンポーネント。たとえば、入力方法コンポーネントを使用することにより、英語キーボードで日本語テキストを入力できます。

認証局 (CA) (certificate authority (CA)). 証明書を発行する団体。CA は証明書の所有者の識別と、その所有者に使用が許可されるサービスとを認証したり、新しい証明書を発行したり、既存の証明書を更新したり、許可が失効したユーザーに属する証明書を取り消したりします。

ノード (node). ネットワーク内の接続ポイント。再分散ポイント、またはデータ伝送のエンドポイントのいずれか。一般的に、ノードには、伝送を認識して処理するか、他のノードに伝送する機能が、作られているか、設計されています。

[ハ行]

パーシスタンス (persistence). セッション境界にわたって保持されるデータの特性。通常、データベース・システムやディレクトリーなどの不揮発性ストレージで保持されます。bean は、それを作成したアプリケーションが実行されていない時点で存在しなくなるわけではなく、プロパティ

一、フィールド、および状態の情報をストレージに保管して存在し続けており、後でそれらをストレージから復元します。

配送カテゴリ (shipping category). 配送の仕様を定義します。多くの場合、重量、サイズ、または数量の範囲によって定義されます。たとえば、標準サイズの商品の配送カテゴリや特大サイズの商品の配送カテゴリなどがあります。それらの配送カテゴリに対して、それぞれ異なる配送料金が設定されています。WebSphere Commerce では、アイテムごとの料金とオーダーごとの料金という 2 つのデフォルト・カテゴリが定義されています。これら 2 つのカテゴリは、変更または削除できません。

配送業者 (shipping provider). 運送会社と、運送会社の提供するサービスのタイプ組み合わせ。配送業者の例としては、XYZ Courier の夜間サービスなどがあります。

配送センター (fulfillment center). 製品を梱包して顧客に出荷する倉庫の働きをします。配送センター、ストア、および運送会社は、それぞれ別個のエンティティとして扱われます。

バイヤー (Buyer). バイヤーは取引先との主要な接点であり、取引先からの交渉やオーダーの処理、在庫の追跡、購入注文の決定、予測在庫レコードと受取人の追跡、および返品理由の追跡を行います。

バックオーダー (backorder). 在庫割り振りによって商品が入手不可と判別される場合のオーダー済み商品の状況。

バック・オフィス・ビジネス・ロジック (back-office business logic). コマンドおよびカスタマイズされたコードを使用して、顧客がストアフロントでアクションを完了できるようにするための、ビジネス・ロジックのインプリメンテーション。たとえば、顧客がオーダーを完了でき

るようにするビジネス・ロジックのインプリメンテーション。「**ストアフロント資産 (store front assets)**」と対比。

パッケージ (package). (1) SKU を持ち、1 つのアイテムとしてオーダー可能な、カタログ・エントリーの集合。「**バンドル (bundle)**」も参照。(2) 運送会社によるトラッキングが可能な配送単位。

パッケージ・アイテム (package item). パッケージの一部として販売されるアイテム。

発行 (publish). WebSphere Commerce Server 上の場所に、ファイルを転送すること。これには、3 つのコンテキストがあります。(1) ストア・サービスを使用して、ストア・アーカイブを WebSphere Commerce Server に発行し、運用ストアを作成する。運用ストアを表示するには、ストア・アーカイブが WebSphere Commerce Server に発行されている必要があります。(2) WebSphere Studio を使用して、ストア・アーカイブや運用ストア (ワークステーション上ローカルに、共用ファイル・システム上に、または FTP を使用してアクセスするリモート・システム上に存在する) に、Web 資産を発行する。

バッチ (batch). グループとして処理される、資金化、クレジット、資金化取り消しなどの支払トランザクションの集合。バッチは決済機関の金融システムに 1 つの単位として送信されます。バッチ処理の使用に関するビジネス・ガイドラインは、信用調査機関によって開発されるものです。マーチャントも、これらのガイドラインに準拠したポリシーを作成します。

バッファ (buffer). テキスト、マークアップ・タグ、および他のオブジェクトを一時的に保管するストレージの一部。

パラメトリック検索 (parametric search). 検索者が基準として属性または値を指定する、オンライン・カタログの検索。

バンドル (bundle). プロダクト・マネージャーおよびマーケティング・マネージャーに対し、シングルクリックで複数アイテムを参照する機能の提供を可能にする概念。より形式的には、少なくとも 1 つの SKU から構成される、1 つの複合カタログ・エントリー。バンドルがオーダーに追加されると、それはオーダー可能なアイテムに分解され、それらがオーダーに追加され、価格が総計されます。バンドルを直接購入することはできません。「パッケージ (package)」も参照。

ビジネス・インテリジェンス (business intelligence). ビジネスの日常オペレーションで収集されたデータを整理し、分析すること。これはその後、ビジネスの判断と競争優位の向上のための基礎材料として使用されます。

ピッキング・チケット (pick ticket). 特定のピッキング・バッチのリリースを実行するのに必要な全商品のリストを含む、印刷された文書。ピッカーはこの文書を使用して、ピッキング・バッチに含まれているすべてのリリースを梱包し、配送するために必要な商品を集めます。

ピッキング・バッチ (pick batch). 配送センター内で 1 つの単位として管理されるリリースのグループ。

非武装地帯 (DMZ) (demilitarized zone (DMZ)). ネットワーク・セキュリティで、トラステッド・ネットワーク (プライベートなイントラネットなど) と非トラステッド・ネットワーク (インターネットなど) から分離され、その中立ゾーンとして機能するネットワーク。通常、1 つ以上のセキュアなゲートウェイが、トラステッド・ネットワークまたは非トラステッド・ネットワークから、DMZ へのアクセスを制御します。

ビュー (view). 1 つ以上のテーブルからの、データの代替表現。ビューは、それが定義されている 1 つ以上のテーブル内の列の、すべてまたは一部を含むことができます。

ビュー・コマンド (view command). クライアント要求への応答として、ビューを作るのに使用されるコマンド。

表示価格 (list price). カatalog・エントリーの一部である価格。Catalogは、表示価格を各エントリーの記述の一部として提供する製造者によって作成されるので、表示価格がエントリーの実売価格とは異なる場合があります。アイテムの実売価格はストアによって決められ、それは提示価格と呼ばれます。そのため一般に、表示価格を表示することは、必ずしも適切ではありません。ストアが独自のCatalog・エントリーを作成する場合、Catalogに表示するのは表示価格または提示価格のいずれかになります。

表示フォーマット (display format). 多文化ストアの顧客が、言語やロケールに応じて選択できる表示設定のセット。たとえば、多文化コマース・サイトで、米国英語用と日本語用の異なるフォーマットを用意する場合があります。この表示フォーマットにより、テキストの言語だけでなく、通貨、計測単位、データ・フォーマットなどのフィーチャーも変えることができます。

表示ページ (display page). (1) カテゴリーや商品の情報を表示する、Catalog内のページ。(2) コマンドに応じて生成される、オンライン・ストア内のページ。

ファクトリー (factory). bean のインスタンスを動的に作成する bean。コマンド・ファクトリー (コマンド・オブジェクトの作成に使用される) は、ファクトリー設計パターンを WebSphere Commerce で使用する例です。

フィーチャー属性 (feature attribute). 商品情報が、顧客に対してどのように表示されるかを指定するもの。たとえば、数値の記述のあるフィーチャーは、顧客に対して昇順または降順のいずれかで表示することができます。

フェールオーバー (failover). HACMP (High Availability Cluster Multi-Processing) で、あるクラ

スター・ノードがそれまで所有したリソースを、その可用性を維持するために、他のアクティブ・ノードが獲得すること。

複合カタログ・エントリー (composite catalog entry). オーダー時に別個のコンポーネントに分解するカタログ・エントリーの集合。多くの場合、**バンドル** と呼ばれます。

複合キー (compound key). リレーショナル・データベースで、1 つの関係の複数の属性で構成されるキー。

複製 (clone). アプリケーション・サーバーなど、同一に構成されたオブジェクトのコピー。複製は、作業負荷管理に利用することができます。たとえば、水平スケーリングと垂直スケーリングをサポートするのに使用します。

フレームワーク (framework). ユーザーまたはソフトウェアの一部のために、関連する機能の集合を提供する一連のオブジェクト・クラス。

ブロードキャスト・ジョブ (broadcast job). 一度にすべての複製で実行するジョブ。その他のジョブと同様に、スケジューラーで処理されません。

プロジェクト (project). WebSphere Studio 内における、ファイルと資産の編成単位。たとえば、WebSphere Studio に、ストアの Web 資産すべてを管理するプロジェクトを作成します。

プロダクト・マネージャー (Product Manager). WebSphere Commerce 内で定義された役割で、オンライン・ストアでの商品の表示、価格設定、および販売における最善の方法を決定します。プロダクト・マネージャーは、顧客の購入状況をトレースし、割引を提案します。プロダクト・マネージャーは、お勧め商品提示商法の手法決定や、オークションと入札制御の作成および管理も実行します。プロダクト・マネージャーの役割は、**取引管理マネージャー** の役割と同じです。

文書タイプ定義 (DTD) (document type definition (DTD)). SGML 文書または XML 文書の特定のクラスを指定する規則。DTD はエレメント、属性、および表記によって構造を定義し、文書の特定のクラス内における各エレメント、属性、および表記の使用法についての制約を確立します。DTD はデータベース・スキーマと類似していますが、DTD の場合は特定のマークアップ言語の構造を完全に記述します。

分離検索スペース (separate search space). 商品アドバイザーのインプリメンテーション。このスタイルのインプリメンテーションでは、メタデータを含む追加のデータベース・テーブルを作成することにより、特定のカテゴリの商品検索を容易に実行できるようにする必要があります。「**基本検索スペース (base search space)**」も参照。

分類 (assortment). 共に具体的な関連がない商品に関する随時のグループ分け。多くの場合、分類は、取引管理の目的で商品をグループ分けするのに使用されます。たとえば、休日のテーマ（イースターやバレンタイン・デーなど）を基にしたグループ分けがあります。

返品 (return). 顧客が商品を最初に購入したストアからの返金（リファンド）を求めるとを選択した、1 つ以上の商品、価格、および指定された数量。返金は、クレジット、返金、または代替商品の形が可能です。業種によっては、返品の際に、顧客が必ずしも不要な商品を物理的に配送する必要はありません。たとえば、雑誌の購読予約の返金では、物理的な返品は必要ありません。

返品担当者 (Returns Administrator). 返品された商品の処理を管理する、WebSphere Commerce 内で定義された役割。

返品取引許可 (RMA) (return merchandise authorization (RMA)). 顧客がストアからオーダーした商品を返品して、クレジット、返金、または代替商品を受け取ることに、セラーから

の許可。セラーの判断により、商品を返品しなくてもクレジット、返金、または代替商品を受け取ることができます。

放棄された単位 (unit abandoned). ショッピング・カートに入れられた後、データ抽出時にオーダーされなかったオーダー可能アイテム。

ホスト (host). ネットワークへのアクセス・ポイントを提供するコンピューター。ホストは、クライアントにも、サーバーにも、あるいは同時にクライアントとサーバーの両方にもなることができます。

ホスト名 (host name). インターネット・プロトコルで、コンピューターに付けられた名前。**ホスト名** で、完全修飾ドメイン・ネームをさすことも、完全修飾ドメイン・ネーム内で最も特定のとなるサブネームをさすこともあります。たとえば、mycomputer.city.company.com が完全修飾ドメイン・ネームである場合、次のいずれも、ホスト名となります。

- mycomputer.city.company.com
- mycomputer

[マ行]

B2B **マーケットプレイス (marketplace).** 企業間取引の電子商取引 Web サイト。そのサイトへのアクセス権を付与された組織に対しては、そのサイトで取り扱う商品およびサービスが統一的に表示されます。さらに、相互間の取引に利用できるさまざまな取引メカニズムも含まれます。

マーケティング・イベント (marketing event). WebSphere Commerce において、マーケティング上の目的のために重要と考えられる、システム内の任意のイベント。マーケティング・イベントの多くは、顧客の行動により直接駆動されます。例として、カタログ・ブラウズ、ナビゲーション、ショッピング・カートのアクティビティがあります。

マーケティング・マネージャー (Marketing Manager). 顧客の行動をモニター、分析、および理解する、WebSphere Commerce 内で定義された役割。マーケティング・マネージャーは、ターゲット販売用の顧客プロファイルの作成と変更、およびキャンペーンの作成と管理も行います。

マーチャント (merchant). ストア・セールスの追跡に加えて、ストアの全体的な目標と管理を監視します。マーチャントは「セラー」と同じです。

マスター・カタログ (master catalog). すべての商品、SKU、説明、および各商品の標準価格を収録しているメイン・カタログ。各商品は単一のカテゴリに属しています。「**オンライン・カタログ (online catalog)**」も参照。

B2B **見積依頼 (RFQ) (request for quote (RFQ)).** 商品またはサービスの特定のセットに関する見積もりをバイヤーが要求した場合に使用される取引メカニズム。バイヤーが特定のアイテムをカタログで見つけることができない場合、アイテムの価格が見つからない場合、または定価のアイテムに関して長期購入の取り決めを確立したい場合に使用できます。

未登録顧客 (non-registered customer). ストアに登録されていない顧客。未登録顧客は、顧客がショッピング・カートに何かを追加したが、登録していない場合に、作成されます。

メンバー (member). システムに認識された人、グループ、または組織。メンバーは、ユーザー、組織、組織単位、またはメンバー・グループであることができます。メンバーは、顧客または管理者として振る舞うことや、エンティティを持つことができます。**B2B** メンバーはユーザーになる前に、まずマーケットプレイスのメンバーにならなければなりません。

メンバー・グループ (member group). メンバー・グループは、WebSphere Commerce で役割に

基づいた制御をインプリメントします。メンバー・グループのタイプは、意図された使用方法を示しています。顧客グループは一般的な使用の目的、アクセス・グループはアクセス制御の目的で使用されます。

[ヤ行]

役割 (role). 特定のユーザーのアクセス・レベル、およびそのレベルで変更可能な特定のリソースを定義します。ユーザーに適切な役割がない場合、情報にアクセスする方法が制限されることがあります。複数の役割を割り当てることもできます。

ユーザー・グループ (user group). 「顧客グループ (customer group)」を参照。

ユース・ケース (use case). WebSphere Commerce で、ユース・ケースは、サンプル・ストアにおける各ユーザー対話のフローを示し、独自のストアを作成するためのテンプレートとして機能します。

ユニコード (Unicode). 現在世界で使用されているどの言語で記述されたテキストについても、交換、処理、および表示をサポートする世界共通文字エンコード標準。さらに、いくつかの言語では、古代のテキストや歴史的なテキストもサポートしています。ユニコード標準には、ISO 10646 で定義された 16 ビットの国際文字セットが含まれています。

予測在庫 (expected inventory). 取引先からオーダーされていて、セラーから受け取る予定の在庫。この情報は、予測在庫レコードに含まれています。

予測在庫に対する在庫割り振り (inventory allocation against expected inventory). 配送センターで受け取る予定の在庫に対して、あるオーダーのための在庫を指定すること。多くの場

合、この情報は予測在庫レコードの中にあります。「在庫の割り振り (inventory allocation)」と対比。

予測在庫レコード (expected inventory record). 取引先からオーダーされていて、セラーから受け取る予定の在庫をリストします。1 つの予測在庫レコードに、複数のアイテム、配送センター、および日付に関する情報が含まれていることがあります。「在庫受け取り (inventory receipt)」も参照。

予定可能 (ATP) 在庫 (available to promise (ATP) inventory). 手持ち在庫から、バックオーダーに割り当てられた在庫と予約済み在庫とを差し引いた残り。

400 呼び出しコマンド ID (calling command ID). API 機能呼び出すコマンドの数値 ID。

予約済み在庫 (reserved inventory). 特定の目的のために取り分けられていて、オーダーに割り振ることができない在庫。

[ラ行]

ラッパー (wrapper). ステージを設定し、別のもっと重要なプログラムを実行可能にするプログラムまたはスクリプト。

ランタイム環境 (run-time environment). (1) 実行環境。(2) WebSphere Commerce で、ビジネスを運営しているアクティブな Web サイト。

B2B リソース・グループ (resource group). リソースのグループには、契約などのビジネス・オブジェクト、あるいは関連するコマンドのセットが含まれることがあります。アクセス制御ポリシーにおいて、リソース・グループはポリシーがアクセス許可を与えるリソースを指定します。

リソース・バンドル (resource bundle). ストア・ページのテキストを含みます。ストアが複数の言語をサポートする場合、リソース・バンドルには、複数の「バンドル」(言語ごとに 1 つ)があります。バンドル・ファイルは、Java PropertyResourceBundle API によって作成され、アクセスされます。

リリース (release). 特定のオーダーに含まれていて、配送先住所、配送センター、および運送会社が同じである一連の商品。1 つのリリースに含まれる複数の商品は、複数のパッケージで配送することもできます。たとえば、1 つのリリースに 4 台のコンピューター・モニターが含まれることもあります。それらを 1 つの大きな箱に入れて配送することは実際的ではありませんが、それでも単一のリリースとして扱われます。リリースの一部となり得る商品であっても、セラーのポリシーに従って個別にリリースされることがあります。

ルール (rule). 1 セットのアクションを、1 セットのテスト条件に関連付けるステートメント。ルールの基本的な書式は、「if 条件, then アクション」です。ルールは、広範囲にわたって Personalization をインプリメントするのに使用されます。

ルール・サービス (rule service). Blaze Advisor Rule Server と対話するために使用されるインターフェース。ルール・サービスは、入出力メソッドを定義して、2 つのアプリケーション間の通信を容易にします。

ルール・プロジェクト (rule project). サイトが Blaze Advisor Rule Server と対話するために必要な情報が含まれています。

例外条件 (exception condition). プログラムの実行中に生じる可能性のある異常条件。

レポート・コンテキスト (report context). 表示されるレポートの基礎。コンテキストは、WebSphere Commerce Accelerator で使用している

機能に応じて異なります。使用可能なレポート・コンテキストには、キャンペーン、イニシアチブ、および結合コンテキストがあります。

ロード・バランシング (load balancing). すべてのオンライン・ユーザーがより迅速にサービスを受けられるように、2 つ以上のコンピューターで、1 つのコンピューターが処理する作業量を分割する方法。1 つのサーバーで処理できなくなり始めた場合、容量がより大きい別のサーバーに、要求が転送されます。通常、コンピューター・サーバーのクラスター化は、このロード・バランシングのために行います。ロード・バランシングには複数のサーバーが必要なため、通常、フェールオーバーおよびバックアップ・サービスと組み合わされます。

ロールバック (roll back). 最後のコミットメント境界以降に、コミットメント制御下のファイルに対してなされた変更を除去します。その結果、以前の継続の状態に戻ります。

▶ B2B ロジスティクス・マネージャー

(Logistics Manager). フルフィルメントを管理する、WebSphere Commerce 内で定義された役割。ロジスティクス・マネージャーは、梱包担当者、受取人、および返品担当者の責務を含む、すべての操作タスクにアクセスできます。

[ワ行]

割引 (discount). 購入を促進するために顧客に提供される価格誘因。

A

ASCII (情報交換用米国標準コード) (ASCII (American Standard Code for Information Interchange)). バイナリー値を使用して文字を表現するための標準コード。その標準コードは、データ処理システム、データ通信システム、および関連装置の間での情報交換に使用されます。ASCII 文字セットは、0 ~ 127 の数値を使用す

ることにより、すべての英文字と特殊制御文字を表現します。PC ベースのほとんどのシステムでは、特殊記号、諸言語文字、図形記号を表す追加の 128 個の文字を含む 8 ビットの拡張 ASCII コードを使用しています。UNIX(R) および DOS ベースのオペレーティング・システム (Windows NT(R) を除く) は、テキスト・ファイルに ASCII を使用します。Windows NT では、もっと新しいユニコード標準が使用されています。変換プログラムを使用することにより、さまざまなオペレーティング・システムで、ファイルのコードを変更できます。

ATP 在庫 (ATP inventory). 「**予定可能在庫 (available to promise inventory)**」を参照。

B

B2B (企業間取引) (B2B (business-to-business)). B2B e-commerce ソフトウェアは、企業間で製品、サービス、または情報を交換するための Web サイトを構築します。典型的な B2B トランザクションは、バイヤー、サプライヤー、製造者、再販売者、流通業者、および取引先の相互間で発生します。「**B2C**」と対比。

B2C (企業消費者間取引) (B2C (business-to-consumer)). B2C e-commerce ソフトウェアは、企業と消費者との間で製品、サービス、または情報を交換するための Web サイトを構築します。e-commerce のリテール部とも呼ばれます。「**B2B**」と対比。

bean. JavaBeans コンポーネントの定義またはインスタンス。「**Java bean**」も参照。

bean 管理パーシスタンス (BMP) (bean-managed persistence (BMP)). EJB 開発環境で、Entity Bean によって管理されるパーシスタンス。「**コンテナ管理パーシスタンス (CMP) (container-managed persistence (CMP))**」と対比。

beaninfo. (1) bean クラスのプロパティ、イベント、およびメソッドに関する明示的な情報を提供する Java クラス。(2) VisualAge for Java IDE のクラス・ブラウザーの中で bean 情報を提供するページ。

BMP. 「**bean 管理パーシスタンス (bean-managed persistence)**」を参照。

C

CCF. 「**Common_Connector_Framework**」を参照。

clickstream. Web 広告で、アクセス者が Web サイトを探索する際に要求されるクリックまたはページのシーケンス。

Clickstream Engine. LikeMinds Personalization Server のうち、ユーザーが Web サイトをナビゲートする際のショッピング動作に基づいてトランザクション情報にアクセスし、推奨を生成するコンポーネント。WebSphere Commerce は、商品詳細情報ページを閲覧したりショッピング・カートや購入希望商品リストにアイテムを追加したりするショッピング動作に基づいて、イベントを生成します。それらのイベントは、Clickstream Engine に送られます。

CMP. 「**コンテナ管理パーシスタンス (container-managed persistence)**」と対比。

Commerce サーバー (commerce server). 「**WebSphere Commerce Server**」を参照。

Common_Connector_Framework. 任意の Java 実行環境からエンタープライズ・リソース (たとえば CICS(R) や Encina(R) のトランザクション) と相互作用するための、一貫性のある方法を提供するインターフェースとクラスの定義。

CSR. 「**顧客サービス担当者 (Customer Service Representative)**」を参照。

D

DMZ. 「非武装地帯 (**DMZ**) (**demilitarized zone**)」を参照。

DTD. 「文書タイプ定義 (**document type definition**)」を参照。

E

EDI. 「電子データ交換 (**electronic data interchange**)」を参照。

EJB. 「**Enterprise JavaBeans**」を参照。

EJB コンテナ (EJB container). 1 つ以上の Enterprise Bean を管理するランタイム環境。EJB コンテナは、Enterprise Bean オブジェクトのライフ・サイクル管理、分散トランザクションの調整、およびオブジェクト・セキュリティのインプリメントを行います。通常、各 EJB コンテナは、EJB サーバーにより提供され、そのサーバー上で稼働する一連の Enterprise Bean を含みます。

e-マーケティング・スポット (e-Marketing Spot). WebSphere Commerce で、多くの場合、キャンペーンなどのマーケティング・アクティビティにより取得される Web ページ上のデータ。

Enterprise Bean (enterprise bean). Enterprise JavaBeans アーキテクチャーに準拠したノンビジュアル・オブジェクト。Enterprise Bean は、EJB コンテナにデプロイされ、EJB サーバー上で実行されます。Enterprise Bean には、セッション bean と Entity Bean の 2 種類があります。

Enterprise JavaBeans. Sun Microsystems, Inc. が定義した分散コンポーネント・アーキテクチャー。

Entity Bean (entity bean). 永続データを含み、さまざまな永続データ・ストアに保管可能な Enterprise Bean。Entity Bean には、それぞれ独

自の ID があります。Entity Bean には、コンテナ管理パーシスタンス (CMP) Entity Bean と bean 管理パーシスタンス (BMP) Entity Bean の 2 種類があります。「セッション bean (**session bean**)」と対比。

Extensible Markup Language. 「XML」を参照。

H

HTML. 「**Hypertext Markup Language**」を参照。

HTTP. 「**Hypertext Transfer Protocol**」を参照。

HTTP Web コントローラー (HTTP Web controller). 「**Web コントローラー (Web controller)**」を参照。

Hypertext Markup Language (HTML). SGML 規格に準拠するマークアップ言語で、ハイパーテキスト・リンクを含む、テキスト情報およびグラフィック情報のオンライン表示をサポートするために基本的に設計されたもの。HTML を使用して、電子ストアの Web ページが作成されます。

Hypertext Transfer Protocol (HTTP). インターネット・プロトコルで、ハイパーテキスト文書を Web 上で転送および表示するのに使用するプロトコル。

I

ID レゾリューション (ID resolution). XML エlementをデータベースにロードする前に参照番号を生成すること。ID レゾリューションは、データベース・システム内のデータを一意的に識別するのに使用されます。

IDE. 「統合開発環境 (**Integrated Development Environment**)」を参照。

IP アドレス (IP address). インターネット上の、個々のデバイスやワークステーションの場所を指定する、32 ビットの固有なアドレス。たとえば、9.41.41.103 というのが IP アドレスです。

ISO 4217. 金額を表記する際の通貨を示すために使用される、国際標準化機構 (ISO) が採用した 3 文字形式の規格。たとえば、米国ドルは USD と表記されます。

J

JAR ファイル・フォーマット (JAR file format). JAR (Java アーカイブ) は、多数のファイルを 1 つのファイルにまとめる、プラットフォームに依存しないファイル・フォーマットです。複数の Java アプレットやそのコンポーネント (.class ファイル、イメージ、音声、その他のリソース・ファイル) を 1 つの JAR ファイルにまとめて、それを 1 つの HTTP トランザクションでブラウザにダウンロードすることができます。

Java bean. Sun Microsystems, Inc. による JavaBeans 仕様に従った再利用可能なソフトウェア・コンポーネント。bean にはそのプロパティ、メソッド、およびイベントをインプリメントする標準的な方法があり、それにより方針に基づいて検査および操作できます。WebSphere Commerce および Commerce Studio には、WebSphere Commerce 固有の bean が含まれており、それを使用することにより、JavaServer Pages テクノロジーで作成されたストア・ページに動的な情報を追加することができます。

Java Database Connectivity (JDBC). Java プログラムが SQL 照会を使用してデータベースにアクセスできるようにするための仕様。

Java Message Service (JMS). ネットワーク内のコンピューター相互間でメッセージングとして知られる形式的な通信をサポートする、Sun Microsystems, Inc. による API。プログラマーは JMS インターフェースを使用することにより、

MQSeries(R) などのエンタープライズ・メッセージング・システムを呼び出すことができます。

JavaBeans. Sun Microsystems が定義した、ポータブルでプラットフォームに依存しない、再利用可能なコンポーネント・モデル。

JavaScript. Java に似た Web スクリプト言語。

JavaServer Pages (JSP). サーバー側のスクリプト記述テクノロジーで、静的 Web ページ (HTML ファイル) に Java コードを組み込むことおよび、ページが表示される際に Java コードが実行されることを可能にします。これにより、JSP テクノロジーを使用して、通常、商品、商品価格、および属性などの動的コンテンツを含む、商品データ・ページを作成することができます。

Java(TM). リモート・オブジェクト間の相互作用をサポートする、移植可能な解釈コードの、オブジェクト指向プログラム言語。Java は、Sun Microsystems, Inc. により開発され、仕様を規定されたものです。

JDBC. 「*Java Database Connectivity*」を参照。

JSP. 「*JavaServer Pages*」を参照。

JSP ファイル (JSP file). Web ブラウザーに動的ページを表示するために、標準 HTML タグ、コア JSP タグ、カスタム JSP タグ、およびスクリプト言語ステートメントを使用して開発者が記述した、拡張子 .jsp のファイル。[Sun Microsystems, Inc.]

JSP ページ (JSP page). 要求を処理して応答を作成する方法を記述する、固定テンプレート・データと JSP エレメントを使用したテキスト・ベースの文書。[Sun Microsystems, Inc.]

L

LDAP. 「*Lightweight Directory Access Protocol*」を参照。

Lightweight Directory Access Protocol (LDAP). TCP/IP で情報ディレクトリーへのアクセスを提供するオープン・プロトコル。

LikeMinds Personalization Server. 協調フィルタリング推奨のインプリメントを担当するソフトウェア。

LUHN 公式 (LUHN formula). クレジット・カード詐欺の基本的な防止策として、多くのクレジットカード・カード会社が使用している業界標準。

M

Merchant Initiated SET. SET Secure Electronic Transaction(TM) メッセージに対する SET Secure Electronic Transaction LLC 拡張機能。Merchant Initiated SET 拡張機能により、マーチャントは、カード所有者が SET 以外の伝送手段を使用して発行したオーダーの与信および資金化に、SET(TM) メッセージを使用することができます。

MQSeries(R) classes for Java Message Service. Sun Microsystems, Inc. による Java Message Service (JMS) インターフェースをインプリメントして、JMS プログラムが MQSeries システムにアクセスできるようにするための一連の Java クラス。

O

▶ AIX ▶ Solaris **Open Database**

Connectivity (ODBC). リレーショナルおよび非リレーショナルの両方のデータベース管理システムで、データにアクセスするための標準アプリケーション・プログラミング・インターフェース (API)。各データベース管理システムが異なるデータ・ストレージ形式およびプログラミング・イン

ターフェースを採用している場合でも、データベース・アプリケーションは、この API を使用することにより、さまざまなコンピューター上のデータベース管理システムに保管されているデータにアクセスできます。「*Java Database Connectivity*」と対比。

▶ AIX ▶ Solaris **Open Database Connectivity (ODBC) ドライバー (Open Database Connectivity (ODBC) driver).**

ODBC をサポートしている各データベースには、独自の ODBC ドライバーがあります。ドライバーは、データベースへの接続、動的 SQL 関数の実行、データベース・トランザクションのコミットまたはロールバックなど、さまざまなデータベース機能を実行するための、標準的なアプリケーション・プログラミング・インターフェースのセットを提供します。

P

Personalization エンジン (personalization engine). 顧客推奨を作成するためにどのアルゴリズムを使用するかを識別する、LikeMinds Personalization Server のコンポーネント。LikeMinds Personalization Server は、Clickstream、Purchase、Item Affinity、Preference、および Product Matching の 5 つの異なるエンジンをサポートしています。WebSphere Commerce は、Clickstream Engine と対話します。

PGP. 「*Pretty Good Privacy*」を参照。

Pretty Good Privacy (PGP). 公開鍵による暗号化を使用してファイルまたはメールのプライベートな交換を可能にする、電子転送プロトコル。

Q

▶ 400 ▶ **QNETCOMM.** (1) WebSphere Commerce プロダクト・ライブラリーの名前。(2) WebSphere Commerce ジョブのサブシステム・スペースの 1 つ。(3) デフォルトの Web

サーバー・インスタンスの名前。この Web サーバー・インスタンスは、複数の WebSphere Commerce インスタンスを実行するために使用されます。

R

B2B RFQ. 「見積依頼 (*request for quote*)」を参照。

B2B RFQ 応答 (RFQ response). RFQ 取引メカニズムを使用している場合に、セラーに RFQ を送信したバイヤーに対するセラーからの応答。RFQ 応答には、セラーがそのバイヤーに商品またはサービスを販売する際の条件が示されます。

RMA. 「返品取引許可 (*return merchandise authorization*)」を参照。

S

SAR ファイル・フォーマット (SAR file format). WebSphere Commerce において SAR (ストア・アーカイブ) は、多数のファイルを 1 つのファイルにまとめる、プラットフォームに依存しないファイル・フォーマットです。「ストア・アーカイブ (*store archive*)」を参照。

Secure Hypertext Transfer Protocol (S-HTTP). HTTP の、セキュリティ強化されたバリエーション。S-HTTP により、サーバーとクライアントは、互いを認証し、送信で使用されるセキュリティの種類を定義することができます。S-HTTP は、もう 1 つの知名度の高いセキュリティ・プロトコル、Secure Sockets Layer (SSL) の代替となるものです。「セキュア・サーバー (*secure server*)」も参照。

Secure Sockets Layer (SSL). クライアントがサーバーを認証することができ、すべてのデータおよび要求を暗号化できる、セキュリティ・プロトコル。SSL により保護されるセキュア・サ

ーバーの URL は、HTTPS で始まります (HTTP では始まりません)。「セキュア・サーバー (*secure server*)」も参照。

SET Secure Electronic Transaction (TM). インターネットなどのオープン・ネットワークで、クレジット・カードとデビット・カードでセキュアに支払いを行うための業界標準。SET(TM) プロトコルにより、情報の機密性、すべての伝送データの整合性、カード所有者とマーチャントの認証、およびインターオペラビリティが保証されます。

Simple Mail Transfer Protocol (SMTP). インターネット・プロトコルで、インターネット環境のユーザー間でメールを転送するアプリケーション・プロトコル。SMTP は、メール交換のシーケンスとメッセージ・フォーマットを指定します。Transmission Control Protocol (TCP) が基底のプロトコルと想定されます。

SKU アイテム (SKU item). (1) SKU のある購入可能オブジェクト。これは、1 つのアイテムで構成される場合も、1 つの商品、パッケージ、またはバンドルで構成される場合もあります。(2) WebSphere Commerce Accelerator ユーザーの場合、オーダー可能なアイテムは商品と呼ばれます。商品と SKU アイテムとは低レベルの理由により区別されていますが (WebSphere Commerce データベース・スキーマの中など)、WebSphere Commerce Accelerator ではその区別がありません。

SKU (在庫管理単位) (stock keeping unit). 商品取引の個々のアイテムまたはカタログ・エントリーの英数字の ID。在庫管理することができる最小単位。部門、クラス、取引先、スタイル、カラー、サイズ、および場所に対する変数を組み込むことができます。

SMTP. 「*Simple Mail Transfer Protocol*」を参照。

SQL (Structured Query Language). リレーショナル・データベース内のデータを定義および操作するために使用する、標準化されたプログラム言語。

SSL. 「*Secure Sockets Layer*」を参照。

S-HTTP. 「*Secure Hypertext Transfer Protocol*」を参照。

T

TCP/IP. 「*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*」を参照。

Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP). ローカルおよび広域ネットワークの両方に、ピアツーピア接続機能をサポートしている、1 セットの通信プロトコル。

U

B2B UBF. 「*統合ビジネス・フロー (Unified Business Flow)*」を参照。

URL. インターネット上のファイルのアドレス。URL には、プロトコルの名前、完全修飾ドメイン・ネーム、パス、およびファイルの場所が含まれます。「*URL コマンド (URL command)*」も参照。

URL コマンド (URL command). URL インターフェイスを持つコントローラー・コマンド。URL コマンドは、ブラウザーに URL を入力することにより、呼び出すことができます。

B2B UTF. 「*統合取引フレームワーク (Unified Trading Framework)*」を参照。

W

Web アプリケーション Web パス (Web application Web path). URL のうち Web アプリケーションに関連した部分。

Web アプリケーションの文書ルート (Web application document root). アプリケーションの Web 資産 (静的 HTML、JSP ファイル、GIF など) が保管された、ファイル・システム内の場所。

Web コントローラー (Web controller). WebSphere Commerce コマンドのためのアダプター。Web コントローラーには、各クライアント呼び出しプロトコルに 1 つ、異なるタイプがある可能性があります (HTTP 要求や MQSeries 要求など)。

Web サーバー (Web server). HTTP 文書の要求を処理する Web 上のサーバー。Web サーバーは、WebSphere Commerce とトランザクションの間のフローを制御します。顧客トランザクションの機密性を保護し、ユーザーの ID が WebSphere Commerce Server に、確実にセキュアに伝送されるようにします。Web サーバーは、Secure Sockets Layer (SSL) プロトコルをインプリメントして、このレベルのセキュリティーを実現します。

Web サーバー・インスタンス (Web server instance). 1 つ以上の WebSphere Commerce インスタンスをサポートするための、Web サーバーの固有の構成。

WebSphere Application Server. Web アプリケーション・サーバーのデプロイおよび管理に使用される Java サブレット・ベースの Web アプリケーション・サーバー。WebSphere Application Server は、サブレット、JavaServer Pages ファイル、および Enterprise Bean を使用し、サーバー側 Java プログラミング・モデルに基づく Web サーバーのプラグインです。

WebSphere Commerce Accelerator. WebSphere Commerce において、さまざまなストア操作によってオンライン・ストアを保守するために使用するオンライン・ツールのワークベンチ。WebSphere Commerce マシン上で複数の言語が使用可能な場合、言語ごとにそれらのタスク

を完了することができます。フルフィルメント作業に関して役割が割り当てられているなら、WebSphere Commerce Accelerator を使用してストアに関連付けられている配送センターも選択できます。WebSphere Commerce Accelerator のホーム・ページのメニューには、それぞれの役割において実行する権限のあるタスクが表示されます。これらのタスクは、ユーザーの役割と権限レベルに基づきます。

WebSphere Commerce bean. WebSphere Commerce と Commerce Studio に含まれる Java bean のセットで、データベース・テーブルの情報にアクセスするもの。これらの bean を使用してストア・ページを作成すると、カテゴリーおよび製品リストまたは商品価格などの頻繁に変更される情報を表示できます。

WebSphere Commerce Server. e-commerce ソリューションのストア関連およびコマース関連の機能を処理するサーバー。WebSphere Commerce Server は、Web コンテナおよび EJB コンテナの中の WebSphere Commerce のすべての機能を提供します。

WebSphere Commerce Studio. WebSphere Commerce Studio は、Developer Edition、Professional Developer Edition、および Business Developer Edition の 3 つのエディションで入手可能です。どのエディションにも、ストアの Web 資産を開発するために必要なツールが含まれています。

WebSphere Commerce インスタンス (WebSphere Commerce instance). 1 つまたは複数のストアを含む電子商取引 Web サイトをサポートするための WebSphere Commerce の固有の構成。

WebSphere Commerce データベース (WebSphere Commerce database). オンライン・ストアの運用データを含むデータベース。

WebSphere Studio. WebSphere Studio は、Web サイトの開発のすべての局面を共通インターフェースに入れる、ツールの 1 セットです。これにより、サイトの作成、管理、保守を、1 つの中心的な場所より行うことができます。

WebSphere Catalog Manager. オンライン・カタログ情報を作成および保守するためのカタログ管理ツール。WebSphere Catalog Manager は、WebSphere Commerce と共に使用するよう設計されています。

WYSIWYG (WYSIWYG (What You See Is What You Get)). テキスト・エディターにおいて、印刷されるとおりに、または Web ブラウザーで表示されるとおりにページを表示したまま作業する機能。

X

XML (Extensible Markup Language). SGML から派生し、SGML のサブセットである、マークアップ言語を定義するための標準メタ言語。XML は、より複雑であり使用されない SGML の部分を省き、文書タイプを処理するアプリケーションのコーディング、構造化情報の作成と管理、多様なコンピューティング・システムにわたる構造化情報の伝送と共有を、より簡単にします。XML は World Wide Web Consortium (W3C) により定義されています。

X.509 証明書 (X.509 certificate). セキュアな WebSphere Commerce のサイトにアクセスするユーザーのためのクライアント証明書認証。

特記事項

本書は米国 IBM が提供する製品およびサービスについて作成したものであり、本書に記載の製品、サービス、または機能が日本においては提供されていない場合があります。日本で利用可能な製品、サービス、および機能については、日本 IBM の営業担当員にお尋ねください。本書で IBM 製品、プログラム、またはサービスに言及していても、その IBM 製品、プログラム、またはサービスのみが使用可能であることを意味するものではありません。これらに代えて、IBM の知的所有権を侵害することのない、機能的に同等の製品、プログラム、またはサービスを使用することができます。ただし、IBM 以外の製品、プログラムまたはサービスの操作性の評価および検証は、お客様の責任で行っていただきます。

IBM は、本書に記載されている内容に関して特許権（特許出願中のものを含む。）を保有している場合があります。本書の提供は、お客様にこれらの特許権について実施権を許諾することを意味するものではありません。実施権の許諾については、下記の宛先に書面にてご照会ください。

〒106-0032 東京都港区六本木 3 丁目 2-31

IBM World Trade Asia Corporation

Intellectual Property Law & Licensing

以下の保証は、国または地域の法律に沿わない場合は、適用されません。

IBM およびその直接または間接の子会社は、本書を特定物として現存するままの状態で開催し、商品性の保証、特定目的適合性の保証および法律上の瑕疵担保責任を含むすべての明示もしくは黙示の保証責任を負わないものとします。国または地域によっては、法律の強行規定により、保証責任の制限が禁じられる場合、強行規定の制限を受けるものとします。

本書は定期的に見直され、必要な変更（たとえば、技術的に不適切な表現や誤植など）は、本書の次版に組み込まれます。IBM は予告なしに、随時、この文書に記載されている製品またはプログラムに対して、改良または変更を行うことがあります。

本書において IBM 以外の Web サイトに言及している場合がありますが、便宜のため記載しただけであり、決してそれらの Web サイトを推奨するものではありません。それらの Web サイトにある資料は、この IBM 製品の資料の一部ではありません。それらの Web サイトは、お客様の責任でご使用ください。

IBM は、お客様が提供するいかなる情報も、お客様に対してなんら義務も負うことのない、自ら適切と信ずる方法で、使用もしくは配布することができるものとします。

本プログラムのライセンス保持者で、(i) 独自に作成したプログラムとその他のプログラム (本プログラムを含む) との間での情報交換、および (ii) 交換された情報の相互利用を可能にすることを目的として、本プログラムに関する情報を必要とする方は、下記に連絡してください。

Lab Director
IBM Canada Ltd. Laboratory
8200 Warden Avenue
Markham, Ontario
L6G 1C7
Canada

本プログラムに関する上記の情報は、適切な使用条件の下で使用することができますが、有償の場合もあります。

本書で説明されているライセンス・プログラムまたはその他のライセンス資料は、IBM 所定のプログラム契約の契約条項、IBM プログラムのご使用条件、またはそれと同等の条項に基づいて、IBM より提供されます。

この文書に含まれるいかなるパフォーマンス・データも、管理環境下で決定されたものです。そのため、他の操作環境で得られた結果は、異なる可能性があります。一部の測定が、開発レベルのシステムで行われた可能性がありますが、その測定値が、一般に利用可能なシステムのものと同じである保証はありません。さらに、一部の測定値が、推定値である可能性があります。実際の結果は、異なる可能性があります。お客様は、お客様の特定の環境に適したデータを確かめる必要があります。

IBM 以外の製品に関する情報は、その製品の供給者、出版物、もしくはその他の公に利用可能なソースから入手したものです。IBM は、それらの製品のテストは行っておりません。したがって、他社製品に関する実行性、互換性、またはその他の要求については確認できません。IBM 以外の製品の性能に関する質問は、それらの製品の供給者にお問い合わせください。

IBM の将来の方向または意向に関する記述については、予告なしに変更または撤回される場合があります、単に目標を示しているものです。

表示されている IBM の価格は IBM が小売価格として提示しているもので、現行価格であり、通知なしに変更されるものです。卸価格は、異なる場合があります。

本書はプランニング目的としてのみ記述されています。記述内容は製品が使用可能になる前に変更になる場合があります。

本書には、日常の業務処理で用いられるデータや報告書の例が含まれています。より具体性を与えるために、それらの例には、個人、企業、ブランド、あるいは製品などの名前が含まれている場合があります。これらの名称はすべて架空のものであり、名称や住所が類似する企業が実在しているとしても、それは偶然にすぎません。

著作権使用許諾:

本書には、さまざまなオペレーティング・プラットフォームでのプログラミング手法を例示するサンプル・アプリケーション・プログラムがソース言語で掲載されています。お客様は、サンプル・プログラムが書かれているオペレーティング・プラットフォームのアプリケーション・プログラミング・インターフェースに準拠したアプリケーション・プログラムの開発、使用、販売、配布を目的として、いかなる形式においても、IBM に対価を支払うことなくこれを複製し、改変し、配布することができます。このサンプル・プログラムは、あらゆる条件下における完全なテストを経ていません。したがって IBM は、これらのサンプル・プログラムについて信頼性、利便性もしくは機能性があることをほめめかしたり、保証することはできません。お客様は、IBM のアプリケーション・プログラミング・インターフェースに準拠したアプリケーション・プログラムの開発、使用、販売、配布を目的として、いかなる形式においても、IBM に対価を支払うことなくこれを複製し、改変し、配布することができます。

それぞれの複製物、サンプル・プログラムのいかなる部分、またはすべての派生的創作物にも、次のように、著作権表示を入れていただく必要があります。

©Copyright International Business Machines Corporation 2001. このコードの一部は、IBM Corp. のサンプル・プログラムの派生物です。©Copyright IBM Corp. 2000, 2001. All rights reserved.

この情報をソフトコピーでご覧になっている場合は、写真やカラーの図表は表示されない場合があります。

商標

以下は、IBM Corporation の商標です。

AIX	CICS	DB2
DB2 Extenders	Encina	MQSeries
IBM	iSeries	VisualAge
SecureWay	WebSphere	400

Lotus および Domino は、Lotus Development Corporation の商標です。

Microsoft、Windows、Windows NT および Windows ロゴは、Microsoft Corporation の米国およびその他の国における商標です。

SET、SET ロゴ、SET Secure Electronic Transaction および Secure Electronic Transaction は、SET Secure Electronic Transaction LLC の商標です。

Java およびすべての Java 関連の商標およびロゴは、Sun Microsystems, Inc. の米国およびその他の国における商標または登録商標です。

UNIX は、The Open Group がライセンスしている米国およびその他の国における登録商標です。

他の会社名、製品名およびサービス名などはそれぞれ各社の商標または登録商標です。

索引

日本語, 数字, 英字, 特殊文字の順に配列されています。なお, 濁音と半濁音は清音と同等に扱われています。

[ア行]

- アカウント 178
 - 定義 179
 - レポート 184
 - オーダー 184
 - 契約のオーダー 184, 185
 - 契約のリファンド 184, 185
 - 限定購入オーダーの残高と限度額 185
 - 有効期限の近い契約 185
 - リファンド 185
- アクセス制御 109, 117
- オークション 213
 - 価格設定メカニズム 216
 - 管理される
 - 顧客サービス担当者 219
 - ギャラリー 214
 - スタイル 216
 - タイプ
 - オープン・クライ・オークション 215
 - オランダ語 215
 - シールド・ビッド・オークション 215
 - ルール 216

[カ行]

- 開発サイクル 31
 - カタログ開発 37
 - ストア開発 36
 - 設計 35
 - テスト 37
 - デプロイメント 38
 - 要件収集 34

- カタログ 71
 - 作成メソッド 75
 - サンプル商品
 - 削除 80
 - ローダー・パッケージ 80
 - マスター 86, 149, 177
 - 理解 71
- 管理コンソール
 - アクセス制御 109
 - パフォーマンス・モニター 119
 - メッセージングの構成 121
 - Blaze Rules の管理 128
 - Payment Manager 124
- キャッシュ管理 125
- キャンペーン 198
 - キャンペーン・イニシアチブ 203
 - お勧め商品提示商法 198, 199
 - 協力フィルター 198
 - 顧客キャッチ広告 198, 201
 - 広告コピー 195
- 契約、デフォルト 178
- 構成オプション 39
 - エンタープライズ 47
 - ステージング・サーバー 50
 - 単一層 43
 - 複製 40
 - マルチ・インスタンス 49
 - 2層 44
 - 3層 46
 - Network Dispatcher 41
- 構成マネージャー 12, 114, 125
- 顧客サービス担当者 163
 - オークション 219
 - 顧客のオーダー 165
 - オーダーの検索 165
 - オーダーの作成 167
 - オーダーの変更 166
 - 登録情報 163
- 顧客プロフィール 195
- コラボレーション 188

[サ行]

- 在庫 25
 - 随時受け取り 147
 - 調整 147
 - 返品された商品の処分の選択 148
 - 返品の受け取り 147
 - 予測在庫レコード 144
 - 予定可能 (ATP) 140
 - レポート
 - 在庫状況 146
 - 在庫調整 145
 - 商品のバックオーダー 146
 - 商品別の在庫受領書 145
 - 予測在庫レコードのオープン 146
 - 割り振り 140
- サブシステム
 - オーダー 25
 - カタログ 24
 - 在庫 25
 - 取引 25
 - マーケティング 25
 - メンバー 23
- システム管理ストレージ (SMS) 130
- 商品
 - 価格の定義 154
 - カテゴリーへの割り当て 152
 - 計測単位の定義 153
 - 検索 157
 - 属性値の定義 154
 - 属性の定義 154
 - メーカーの定義 153
 - 割引の割り当て 161
 - SKU の生成 155
- 商品アドバイザー 209
 - 使用の準備 211
 - Catalog Manager での使用 211
 - 説明 209
 - メタフォー 209

商品アドバイザー (続き)
商品アドバイザーの統計 211
商品探査の統計 212
商品比較の統計 212
セールス・アシスタンスの統計 212
ステージング・サーバー 104
ストア
作成 53
サンプル・ストア 53
ストア・アーカイブ 61
ストア・アーカイブのカスタマイズ 63
ストア・アーカイブの公開 66, 68
ストア・サービス 62
多文化的なストア 57
テスト 103
デプロイ 103
ページ 58
アドレス 60
買い物候補リスト 60
カタログ・グループ 59
システム・エラー 61
商品 59
ショッピング・カート 59
チェックアウト 60
登録 58
パッケージおよびバンドル 59
ホーム 58
例外 61
ログオン 58
WebSphere Studio ページの作成 67

税率

税ノートブック 65
商品への割り当て 153

セキュリティ

セキュリティ強化 116
アカウント・ロックアウト 117
アクセス・ロギング 116
クロス・サイト・スクリプトの保護 116

セキュリティ (続き)

セキュリティ強化 (続き)
セキュリティ・チェック 116, 117
データベース更新ツール 116
パスワードによるコマンドの保護 116
パスワードの無効化 116
パスワード・ポリシー 117
ログイン・タイムアウト 116
認証 114
カスタム 115
ユーザー登録 115
LDAP 115
X.509 115

[夕行]

抽出プログラム 119
データベース管理記憶域 (DMS) 130
データベース保守 129
アクセス計画 130
データベース調整 133
データベース・クリーンアップ・ユーティリティ 131
データベース・バックアップ 129
データベース・ロギング 129
テーブルの再編成 131
テーブル・スペース管理 130
デフォルト契約 178
取引先 143

[ナ行]

認証 95, 114

[ハ行]

配送
課金タイプ 177
商品への割り当て 153
配送ノートブック 63
モード 177

ビジネス・アカウント

参照: アカウント
ビジネス・ポリシー 175
送り状、支払い、およびリファン ド 176
カタログ 176
顧客の格付け 177
配送 177
返品 176
フルフィルメント 171
梱包 172
配送 173
ピッキング 172
返品 167
受け取り 147
課金 176
作成 168
承認 177
承認、システムが否認 168
選択、処分の 148
返送不要 154
返品理由 142
レポート 143
返品、部分受け取りの 143
返品受け取り、未処理の 143
未解決の返品 143, 156
ポリシー、ビジネス 175
送り状、支払い、およびリファン ド 176
カタログ 176
顧客の格付け 177
配送 177
返品 176

[マ行]

マーケティング
キャンペーン 198
クーポン販売促進 205
顧客プロフィール 195
レポート 204
e-マーケティング・スポット 193
マーケティング・マネージャー 191
キャンペーン 203
顧客プロフィール 196
商品詳細情報 150

見積依頼 185
使用可能化 186
プロセス 186

[ヤ行]

役割 31
サイト管理者 32, 109
ストア開発者 33
ストア管理者 33, 109
データベース開発者 33
プロダクト・マネージャー 32
マーケティング・マネージャー 32
役割をユーザーに割り当てる 113
Web 設計者 33

[ラ行]

レポート
在庫
在庫状況 146
在庫調整 145
商品のバックオーダー 146
商品別の在庫受領書 145
予測在庫レコードのオープン 146
商品の管理
在庫状況 156
商品のバックオーダー 156
商品別の在庫受領書 156
未解決の返品 156
ローダー・パッケージ 80
ログ・ファイル 123

C

Catalog Manager 37
Commerce Studio 18
コンポーネント 19
アプレット・デザイナー 20
Page Designer 19
WebSphere Studio 19

D

DB2 Text Extender 17

I

InFashion 54, 55, 92, 171

J

JavaServer Pages (JSP) ファイル 13, 53
JSP ファイル
参照：JavaServer Pages (JSP) ファイル

L

LDAP
参照：Lightweight Directory Access Protocol (LDAP)
Lightweight Directory Access Protocol (LDAP) 115

Q

QuickPlace 188

W

WebSphere Commerce 9
コンポーネント 10
管理コンソール 11
検索 17
ストア・サービス 11
セキュリティー 114
データベース 13
バンドル・ソフトウェア 16
Payment Manager 14
Web Application Server 12
Web サーバー 13
WebSphere Commerce Accelerator 11



部品番号: CT1D2JA

Printed in Japan

GC88-9272-01



日本アイ・ビー・エム株式会社

〒106-8711 東京都港区六本木3-2-12

(1P) P/N: CT1D2JA



Spine information:



IBM® WebSphere®
Commerce

基本

バージョン 5.4