

IBM WebSphere Commerce



基本

バージョン 5.5

IBM WebSphere Commerce



基本

バージョン 5.5

ご注意!

本書および本書で紹介する製品をご使用になる前に、特記事項に記載されている情報をお読みください。

本書は、IBM WebSphere Commerce Business Edition Version 5.5、IBM WebSphere Commerce Professional Edition バージョン 5.5、および新しい版で明記されていない限り、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。製品のレベルにあ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)

お客様の環境によっては、資料中の円記号がバックスラッシュと表示されたり、バックスラッシュが円記号と表示されたりする場合があります。

原 典： GC09-7675-00
IBM WebSphere Commerce
Fundamentals
Version 5.5

発 行： 日本アイ・ビー・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 2003.6

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, 2003. All rights reserved.

© Copyright IBM Japan 2003

本書について

本書の説明

本書には、WebSphere Commerce に関する一般情報を記載しています。本書は、すべての読者を対象に WebSphere Commerce の概要を簡潔に示すための資料です。

本書の表記規則

本書では、以下のような強調表示の規則を使用しています。

太文字 フィールド名、アイコン、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) やコマンドを示します。

モノスペース体 (Monospace)

指示された通りに入力する必要があるテキスト、ファイル名、およびディレクトリー・パスの例を示します。

イタリック体

語の強調に使用します。イタリックはまた、ご使用のシステムに合った値に置き換える必要のある名前も示します。

▶ Business

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

▶ Professional

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

▶ B2B

企業間取引 (B2B) ビジネス・モデルに固有の情報を示します。

▶ B2C

消費者向けビジネス・モデルに固有の情報を示します。

目次

本書について	iii	カタログ開発	33
本書の説明	iii	テスト	33
本書の表記規則	iii	デプロイメント	33
<hr/>			
第 1 部 概説	1	第 5 章 ストアの作成	35
第 1 章 e-commerce ソフトウェアの概要	3	オンライン・ストアとは	35
WebSphere の特徴	4	ビジネス・モデル	35
収益を上げるマーケティング	4	ストア・タイプ	38
イツ・ア・ビッグ・ワールド	5	サンプル・ストア	39
イツ・ア・モバイル・ワールド	5	第 6 章 オンライン・カタログの作成	45
サイトを生き生きとしたものにする	5	オンライン・カタログとは	45
なぜ Java™ なのか	6	カタログ・データ	46
各種作業用のツール	6	カタログ表示ページ	47
結論	7	カタログの関係	48
第 2 章 WebSphere Commerce の概要	9	マスター・カタログの作成	49
この製品の提供内容	9	ローダー・パッケージ	49
WebSphere Commerce のコンポーネント	10	発行とローダー・パッケージ	50
必須コンポーネント	11	オンライン・カタログの保守	50
WebSphere Commerce バンドル・ソフトウ ェアの説明	14	カタログ検索	51
IBM WebSphere Commerce Studio	15	サイトへのカタログ検索の追加	52
第 3 章 WebSphere Commerce Server	17	構成可能商品	52
ツール	19	<hr/>	
WebSphere Commerce アクセラレーター	19	第 3 部 ストアとサイトの管理およ び保守	53
サブシステム	19	第 7 章 サイト管理	55
共通サーバー・ランタイム	21	システム管理	55
コンテキスト対話エンジン	22	メッセージング・サービス	56
商取引の使用可能化	23	管理コンソール	56
WebSphere プラットフォーム	23	構成マネージャー	57
<hr/>			
第 2 部 ストアの開発	25	組織管理コンソール	57
第 4 章 サイトの計画	27	情報源	58
サイト開発チームの召集	27	<hr/>	
要件収集	29	第 4 部 ストアフロントの実行	59
設計	31	第 8 章 在庫の管理	61
ストア開発	31	在庫管理方法の決定	61
データ管理	32	在庫の割り振り	62
		WebSphere Commerce アクセラレーターを 活用した在庫管理	62

在庫サブシステムのセットアップ	63	キャンペーン	106
在庫の管理	64	お勧め商品提示販売	107
予定在庫レコード	65	条件別のお勧め商品提示販売イニシアチブ	108
特別在庫受け取り	65	顧客キャッチ広告	109
段階的手順	65	キャンペーンの管理	110
第 9 章 カタログの管理	67	販売促進	110
カテゴリ管理	67	クーポン販売促進	110
消費者向けストアにおけるマスター・カタ		段階的手順	114
ログ	68	第 15 章 取引管理	115
企業向けストアにおけるマスター・カタ		取引管理アソシエーション	115
ログ	69	段階的手順	116
カテゴリの管理	70	商品アドバイザー	117
段階的手順	71	カタログ・データが商品アドバイザーに適	
商品の管理	71	しているかどうかの判別	118
商品、SKU、バンドル、および、パッケー		段階的手順	119
ジの特性	76	第 16 章 オークション	121
商品、属性、および SKU の作成	78	オークション参加者のためのフィーチャー	121
段階的手順	80	オークション・タイプ	123
第 10 章 顧客情報の管理	81	WebSphere Commerce オークションのセット	
顧客登録情報	81	アップ	124
顧客登録情報の変更	81	ストアのオークションの管理	125
段階的手順	82	顧客のためのオークションの管理	125
第 11 章 カスタマー・ケア	83	段階的手順	126
カスタマー・ケアのセットアップと使用	85	第 17 章 レポート作成とビジネス・インテ	リジェンス
段階的手順	86	分析とビジネス・インテリジェンス	127
第 12 章 オーダーの管理	87	閉じたループ分析	128
顧客オーダーの処理	88	WebSphere Commerce の運用レポート	129
段階的手順	90	アカウント管理レポート	129
第 13 章 返品	93	契約管理レポート	129
返品理由	93	予定在庫管理	129
返品の処理	93	在庫レポート	130
返品に関するビジネス・ポリシー	94	マーケティング・レポート	131
システムで拒否された返品	94	商品管理レポート	131
段階的手順	97	返品管理レポート	132
第 14 章 マーケティング	99	配送例外	132
割引	99	第 18 章 ビジネス関係の管理	133
割引タイプ	100	ビジネス・アカウント	133
段階的手順	102	契約	133
e-マーケティング・スポット	103	顧客の権利設定	133
顧客プロフィール	104	顧客の組織、アカウント、および契約の作	
顧客プロフィールの管理	105	成	134

第 19 章 見積依頼 (RFQ)	139	Web 上で提供される情報	147
RFQ のプロセス	140	サポート	148
段階的手順	141	ソフトウェア・パートナー	148
第 20 章 コラボレーション	143	Redbooks	148
コラボレイティブ・ワークスペースのセット		WebSphere Commerce の製品資料	148
アップと使用	144	用語集	149
段階的手順	145	特記事項	177
付録. 情報の入手場所	147	索引	181
WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプ	147		
WebSphere Commerce Studio の「オンライ			
ン・ヘルプ」	147		

第 1 部 概説

本書の第 1 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 5.5 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、ほとんどの企業が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。

オンライン・マーチャントが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、提供する顧客サービスや顧客サポートのレベルをかなり上げる必要があります。e-commerce Web サイトにアクセスした顧客が最低限望むのは、オンライン・カタログのブラウズ、ショッピング・カートへの商品の投入、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うことです。しかし、それだけでは十分ではありません。顧客がますますインターネットに通じるにつれて、その要求内容もますますふくらんできます。顧客は、希望する言語や通貨でショッピングしたいと考えています。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、商品の選択で有益なアドバイスをする店員の役割を果た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いきます。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いきます。

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の在庫があ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います。

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 アクセラレーターは、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、よりよいサービスを提供するこ

とができます。WebSphere Commerce アクセラレーターからアクセスできる堅実なビジネス・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、マーケティング・キャンペーンの比較可能な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・サイクルが完成します。

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 サイトを世界中の訪問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、海外の顧客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、携帯電話、PDA (携帯情報端末)、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となります。

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
- シールド入札オークション: 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、平均的には表示価格より高い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、アプリケーション開発者は、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、アプリケーション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、アプリケーション開発者は、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な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 に成果物を発行し、結果をテストします。

アプリケーション開発者用に、VisualAge for Java は、完全に優良な 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、Enterprise

JavaBeans、および data bean の作成と拡張を行います。次いで、WebSphere Commerce Server に成果物を発行し、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。また、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与えることで、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 アクセラレーター・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、および支払い情報を管理できる WebSphere Commerce アクセラレーター・インターフェースを使用できます。

結論

WebSphere Commerce バージョン 5.5 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ると、e-commerce サイト用のセキュアでスケーラブルな高性能の基礎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 5.5 は、以下のプラットフォーム用の Professional Edition と Business Edition で用意されています。

-  AIX®
-  OS/400® for iSeries™
-  Linux
 - Linux for xSeries™
 -  Linux for IBM® @server iSeries
 -  Linux for IBM @server pSeries™
 -  Linux for IBM @server zSeries™ and S/390®
-  Solaris オペレーティング環境
-  Microsoft® Windows® 2000

WebSphere Commerce には以下のものが組み込まれています。

- WebSphere Commerce のコンポーネント:
 - WebSphere Commerce Server
 - WebSphere Commerce アクセラレーター
 - WebSphere Commerce 管理コンソール
 - ロードー・パッケージ
 - 商品アドバイザー
 - WebSphere Commerce Analyzer バージョン 5.5
 - WebSphere Commerce Payments 3.1.3。これには、以下のものが組み込まれています。
 - Payments Cassette for Paymentech
 - Payments Cassette for VisaNet
 - Payments Cassette for BankServACH

- CustomOffline Cassette
- OfflineCard Cassette
- Blaze Rules Server と Blaze Innovator Runtime バージョン 4.5.5
- IBM DB2 Universal Database™ バージョン 8.1 FP1
- IBM DB2 Extenders™ 8.1 FP1 (▶ 400)。OS/400 for iSeries ではサポートされません。
- Intelligent Miner™ バージョン 8.1
- IBM HTTP Server 1.3.26 (▶ 400)。OS/400 for iSeries には組み込まれていません。詳細は、「WebSphere Commerce for iSeries インストール・ガイド」を参照してください。
- WebSphere Application Server Network Deployment バージョン 5.0。これには以下が組み込まれています。
 - WebSphere Application Server の基本製品
 - WebSphere Application Server Edge Server のコンポーネント
 - WebSphere Application Server ツールキット
- ▶ AIX ▶ Linux IBM Developer Kit, Java Technology Edition 1.3.1 SR3W
- ▶ Solaris Java 2 SDK, Enterprise Edition 1.3.1 FP5
- ▶ Windows IBM Developer Kit, Java Technology Edition 1.3.1 SR3W
- IBM Directory Server 4.1.1 (▶ 400)。OS/400 for iSeries には組み込まれていません。詳細は、「WebSphere Commerce for iSeries インストール・ガイド」を参照してください。
- LikeMinds 5.5 で強化された WebSphere Commerce Recommendation Engine
- Lotus® SameTime 3.0
- ▶ Business Lotus QuickPlace™ 3.0

ハードウェアとソフトウェアの諸要件に関するその他の詳細は、ご使用のプラットフォームと版に合った「WebSphere Commerce インストール・ガイド」を参照してください。

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。

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・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 Universal Database

DB2 Universal Database 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。

▶ Windows ▶ AIX ▶ Solaris ▶ Linux WebSphere Commerce には、DB2 Universal Database Enterprise Edition が組み込まれています。▶ Windows ▶ AIX ▶ Solaris それに代えて Oracle をデータベースとして使用することもできますが、このソフトウェアは組み込まれていません。

▶ 400 OS/400 for iSeries には DB2 Universal Database が組み込まれています。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

▶ Windows ▶ AIX ▶ Solaris ▶ Linux 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 Netscape 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 アクセラレーターに必須です。

Blaze Advisor Innovator Runtime

Blaze Advisor Innovator Runtime を使用すると、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 アクセラレーターに必須です。

IBM WebSphere Commerce Payments

WebSphere Commerce Payments 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い取引サーバーです。これはマーチャント・ソフトウェア・システムと統合され、支払い処理を管理する、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 WebSphere Commerce Payments に接続します。カセットは、汎用の WebSphere Commerce Payments メッセージを支払いプロトコル固有のメッセージに解釈するためのソフトウェア・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、WebSphere Commerce Payments 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。

WebSphere Commerce Payments Cassette for VisaNet

このカセットを使用すると、WebSphere Commerce Payments 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。このカセットを使用してマーチャントは VisaNet 6.0 Authorization and Data Capture サービスの e-commerce クレジット・カード・セグメントを使用することができます。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 を支払い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 Cassette

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。

Paymentech Cassette

Cassette for Paymentech は、WebSphere Commerce Payments のユーザーが、Paymentech の Salem ゲートウェイにリース専用回線接続でアクセスするための機能を備えています。2 Cassette for Paymentech 補足。オンラインの与信機能と、クレジット・カードや非 PIN ベースのデビット・カードによる支払いを清算する機能が

あります。Cassette for Paymentech は、マーチャントが、リアルタイムのインターネット・クレジット・カード・トランザクションを Paymentech システムに送信して処理するための機能を備えています。また、Cassette for Paymentech は、データの安全性と妥当性を確保するために、事前与信検出、アドレス検証サービス (AVS)、カード検証コード (CVC) といった機能をサポートしています。

CustomOffline Cassette

CustomOffline Cassette は、C.O.D. や Bill Me などの手作業の支払いメソッドに対応しており、マーチャントが独自のオフライン決済処理メソッドを定義する機能も備えています。CustomOffline Cassette の下では、各オフライン・メソッドを別々のアカウントとして扱います。

OfflineCard Cassette

Payments OfflineCard Cassette は、顧客がチェックアウト・ページで支払いカード情報を提供する場合の支払いに対応しています。OfflineCard Cassette は、その情報を WebSphere Commerce Payments データベースの OfflineCard Cassette 用のテーブルに記録します。マーチャント管理者は、Payments のユーザー・インターフェースを使用して、その支払いを後から処理できます。

WebSphere Commerce Payments では、SET™ と CyberCash による支払いメソッドがサポートされなくなりました。

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

WebSphere Commerce Analyzer は、e-commerce の結果を分析するための包括的なツール群です。特に、WebSphere Commerce Analyzer のデータマートには、WebSphere Commerce のオペレーショナル・データから抽出した情報が含まれているため、ビジネスに関する幅広い情報を入手できるようになっています。ビジネス・ユ

ーザーは、送られてくる分析用レポートを活用して、経済情勢や顧客特性の把握、業務に関するよりよい決定、戦略の策定、業務改善方法の習得などに努めることができます。

旧リリースの WebSphere Commerce では、分析レポートを WebSphere Commerce Analyzer Entry Edition で生成していました。しかし、顧客はデータに関するより深い洞察や、経済情勢に関するより正確な理解を必要としています。データ・マイニングとビジネス・インテリジェンスは WebSphere Commerce の不可欠なコンポーネントであるため、WebSphere Commerce Analyzer は旧リリースから大幅に機能を強化して、データ分析用の多彩なツール群とレポート・テクノロジーの両方を備えるようになりました。

WebSphere Commerce Recommendation Engine

WebSphere Commerce Recommendation Engine は、WebSphere Commerce に組み込まれ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、顧客の動作パターンに基づいて商品を推奨するのに有用なフィルター・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ーのプロファイルに当てはまる顧客には、そのコミュニティー内の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、他のモデルと対比して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。

IBM WebSphere Commerce Studio

WebSphere Commerce Studio 5.5 は、Professional Developer Edition と Business Developer Edition に用意されています。この場合、ストア開発ツールがすべてまとめて 1 つの環境に統合されています。WebSphere Commerce Studio には、開発ツール以外に WebSphere Commerce の開発ライセンスも組み込まれています。というわけで、開発環境におけるストアの作成とテストに必要なものは WebSphere Commerce Studio 内にすべてあることとなります。WebSphere Commerce Studio は、Windows 2000 プラットフォームでのみ使用できます。

現在 WebSphere Commerce Studio には、WebSphere Studio の構成機能である WebSphere Studio Application Developer が備えられています。これは、ダイナミックな e-business アプリケーションの構築のためのオープンかつ包括的な開発環境を実現します。WebSphere Studio Application Developer は、旧リリースに付属していた WebSphere Studio、VisualAge for Java、Page Detailer、アプレット・デザイナー、および IBM 分散デバッガーに取って代わる製品です。さらに WebSphere Commerce Studio には、Commerce Toolkit for WebSphere Studio も組み込まれています。

このリリースの *WebSphere Commerce* では、API やコマンドのリファレンス情報などを含んだアプリケーション開発者向けのオンライン・ヘルプが、*WebSphere Commerce Studio* に完全に統合されています。ヘルプ・システムでは、トピックにブックマークを付ける機能や拡張検索機能などの新しい機能が追加されています。

前提条件をはじめとするハードウェアとソフトウェアの諸要件に関するその他の詳細は、「*WebSphere Commerce Studio* インストール・ガイド」を参照してください。

第 3 章 WebSphere Commerce Server

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・サーバーが備えられています。下図は、WebSphere Commerce

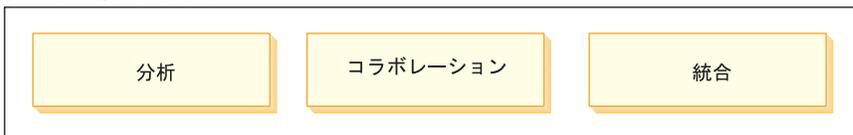
Server コンポーネントを示しています。

WebSphere Commerce Server

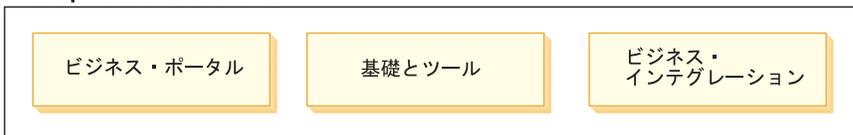
ツール



商取引の使用可能化



WebSphere プラットフォーム



ツール

WebSphere Commerce には、次のようなツールが用意されています。

WebSphere Commerce アクセラレーター

WebSphere Commerce アクセラレーターは、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 アクセラレーターは、オンライン・ストアの運営 (ストア管理、商品管理、配送、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 アクセラレーターの機能として、「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 アクセラレーターを使用して Web サイトでのアクティビティを調べ、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。

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、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・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 に発行する

WebSphere Commerce アクセラレーター 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。

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できます。ユーザーに対しても、複数の役割を割り当てることができます。

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ができます。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

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・エントリーを所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。これが関連商品販売、高額商品販売、および販売促進となります。

グローバリゼーションのサポート

カタログの設計では、ロケールに対応した商品の表示や通貨の形式などのグローバリゼーション・フィーチャーをサポートするための要件に対する対策が講じられています。

取引

WebSphere Commerce の取引サブシステムには、バイヤーとセラー組織の間で行われる商品または商品セットの価格と数量の交渉に関与するロジック、機能、およびデータが用意されています。Professional Edition の場合、取引サブシステムにはオークションも組み込まれています。Business Edition の場合、取引サブシステムには、オークション、契約、および見積依頼 (RFQ) コンポーネントが組み込まれています。

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、および配送業務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などがあります。

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の手段になります。在庫サブシステムのコンポーネントには、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として機能します。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 に備わった

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。

- JSP ファイルは、サーバー側での Web ページの動的なスクリプト作成の手段になります。それによって、表示ロジックとビジネス・ロジックを分離することができます。WebSphere Commerce には、ユーザー、カタログ、オーダーなどの情報を表示するための一連の拡張可能な data bean 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・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・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・オブジェクトを変更することができます。この処理は、WebSphere Studio Application Developer の Enterprise Bean マッピング・ツールを使用して実行されます。
- WebSphere Commerce Server とスケジューラーのプロセスはすべて、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。ワークロード・バランシングと可用性の向上のために、複数の WebSphere Application Server インスタンスを使用して複数の WebSphere Commerce Server プロセスを複製することができます。

サーバー・ランタイムのコンポーネントについての詳細は、「*WebSphere Commerce プログラミング・ガイドとチュートリアル*」を参照してください。

コンテキスト対話エンジン

サブシステムとサーバー・ランタイムは、必要なビジネス・コンテキストをすべてのコンポーネントに提供する対話エンジン内で稼働します。その対話は、次のようなコンテキスト・フレームワークによる規制を受けます。

ポリシー

ポリシーとは、ストアまたはストアのグループを規制する一連のルールのことです。そこではビジネス・プロセス、業界内の活動、およびストアまたはストア・グループのオフリングの有効範囲と特性が定義されます。

権利設定

顧客がどのような商品をストアで購入できるか、顧客が商品に対して支払う価格、およびストアで受け入れられる顧客の支払い方法などの、ストアのさまざまな局面に対する顧客アクセスが権利設定によって規定されます。

ストア ストア・コンテキストは、商取引が行われるオンライン・スペースとして機能します。ストアではさまざまなインターネット・テクノロジーが駆使されますが、ストアは、さまざまな資産で構成されています。

グローバリゼーション

グローバリゼーション・コンテキストは、ロケールに応じてサイトがどのように振る舞うかを規定します。

商取引の使用可能化

WebSphere Commerce では、以下のコンポーネントを組み入れることで商取引を容易に行えるようになります。

個人情報設定

個人情報設定を使用して、顧客プロフィール情報、ショッピング・カートの内容、および購入履歴をはじめとする多数の基準に従ってサイトに手を加えること、顧客の印象を良くすることができます。

統合 WebSphere Commerce は、多くの製品に緊密に統合されています。

分析 このバージョンの WebSphere Commerce では、WebSphere Commerce Analyzer が組み入れられたことによって分析機能が向上しています。このように分析機能が向上したため、顧客のサイト利用に関する理解を深めることができ、しかも閉じたループ分析の直接の結果として、顧客のニーズにさらに合うようにサイトを簡単に適合理化することができます。

コラボレーション

WebSphere Commerce はまた、サイト開発チーム内のコラボレーションと、顧客サービス担当者リアルタイムの顧客とのコラボレーションの両方をサポートします。

WebSphere プラットフォーム

WebSphere Commerce 全体を支えているのは、オンデマンド e-business のこの業界先端のインフラストラクチャー・ソフトウェアである WebSphere ソフトウェア・プラットフォームです。WebSphere プラットフォームの基本的な側面には次のものがあります。

ビジネス・ポータル

WebSphere ビジネス・ポータルは、ユーザー活動を拡張して個別設定するのに役立ちます。それによって、顧客、社員、パートナー、およびサプライヤーの満足度が向上し、企業のバリュー・チェーンが増強されます。アプリケーションをいくつかのポートレットに分割して小区画を作れば、顧客と社員はいずれ

も、各自の選択に応じてそれを求める要求を出すことができます。その究極的な結果として、思感通りの情報がただちに配信されます。しかも、必要に応じてそのような小区画を更新することもできます。

基礎とツール

WebSphere Application Server は、インターネットおよびイントラネットの Web アプリケーションを構築、デプロイ、および管理するための業界トップの Java ベース・アプリケーション環境です。WebSphere Application Server はまた、JSP ファイルのランタイム・サポートも備えています。

ビジネス・インテグレーション

WebSphere のビジネス・インテグレーションは、次のようなオンデマンド・ビジネスへの変換を促進するための 5 つの中核的機能を装備しています。

- 即座に更新可能なビジネス・プロセスをモデル化およびシミュレートします。
- 社内全体を通して、人員、プロセス、情報、およびシステムを統合します。
- 顧客およびパートナーに接続して、企業間取引 (B2B) 企業を効率化します。
- リアルタイムのパフォーマンス・データを使用して、ビジネス・プロセスを開始から終了までモニターします。
- プロセスとパフォーマンスの検討、分析、および改善によって、業務管理の効率を高めます。

第 2 部 ストアの開発

WebSphere Commerce バージョン 5.5 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、アプリケーション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に役立ちます。第 2 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。

ここでは、サイトの計画にかかわる処理から開始します。つまり、WebSphere Commerce の役割や使用可能な構成の知識を深めたり、ストアを作成する前に重要な質問に対する答えを考察したりします。

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。ここでは、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について説明します。

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
- デプロイメント

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、レジ係りなどの、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差し換えられないものがあります。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的確に判別し、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
- アプリケーション開発者
- データベース開発者
- サイト管理者

- 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を行います。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・マネージャーは目標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分野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、およびロード・バランシング・タスクの管理を行います。管理者には、様々な開発段階（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、ストアを作成して発行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。

アプリケーション開発者

アプリケーション開発者は、JavaServer Pages 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。アプリケーション開発者は、Java、EJB コンポーネント・モデル、VisualAge for Java、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。

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との統合を目的として、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。

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。

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、従来の店構えのイメージを Web サイトでも表現するような、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、前途に待ち受ける問題を簡単に対処できるうちに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行動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。
- 送料の課金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か。
- 他のサイトへのリンクを提供するか。

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ーを使用するか。
- 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・フローとユース・ケースを作成する。
ユース・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。
- サイトのトポロジーを決定する。

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、開発が期待どおりに進んでいるか、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。) これはユース・ケースと組み合わせて行うこともできますし、ユース・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。アプリケーション開発者は、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。アプリケーション開発者の役割は、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。

- アプリケーション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、data 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成果物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。

アプリケーション開発者は、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、オンライン・カタログ表示ページ、およびストアのショッピング・フローを作成します。

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、35 ページの『第 5 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・サーバーの整備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・スクリプトの作成と実行を行います。
- データをデータベースに送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 システムに自動的にデータを送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組み立てるよう任命されたアプリケーション開発者は、Commerce Studio を使用してテスト・マシンにストアを発行します。

アプリケーション開発者が 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、様々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方法は、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、アプリケーション開発者は、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。

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発行されます。カタログ開発について詳しくは、45 ページの『第 6 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。

デプロイメント

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) を実動サーバーに発行するという 2 つの段階で行われます。

第 5 章 ストアの作成

この章では、WebSphere Commerce に用意されているビジネス・モデルとサンプル・ストアの概要を述べます。

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・カードや他の支払い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 data 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 data 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。

ビジネス・モデル

WebSphere Commerce は、以下のタイプの商用対話をサポートします。

Business バリュー・チェーン

WebSphere Commerce 5.5 での新機能として、バリュー・チェーンがサポートされます。バリュー・チェーンは、複数の企業または関係者が携わるトランザクションをサポートします。商品、物品、サービス、または情報は、バリュー・チェーンの関係者を通して製造元からエンド・ユーザーに引き渡されます。またバリュー・チェーンには、関係や管理といった側面もあります。つまり、パートナーや企業の間を管理したり、そのような関係者に対して何らかの管理サービスを提供したりすることができます。

WebSphere Commerce は、以下の 2 種類のバリュー・チェーンを介したトランザクションと、その関係の管理をサポートします。

デマンド・チェーン

デマンド・チェーンは、間接販売チャネルと直接販売チャネルを両方ともサポートします。

サプライ・チェーン

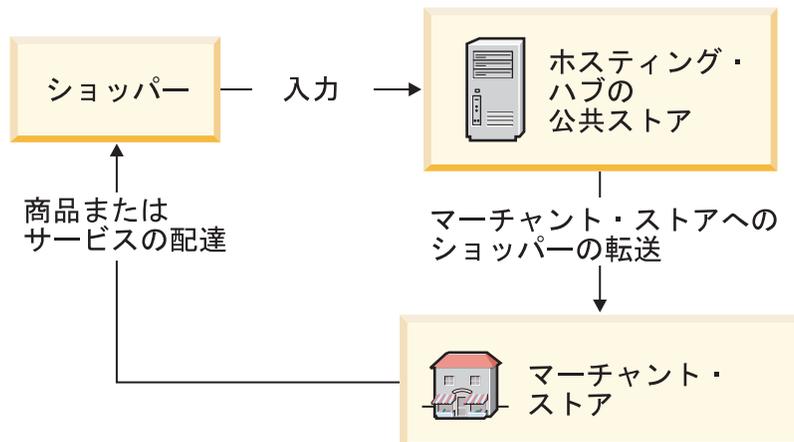
サプライ・チェーンは、商品の入手と仕入れ先の確保をサポートします。WebSphere Commerce では、プライベート・マーケットプレイスを介した商品の仕入れ先の確保がサポートされます。プライベート・マーケットプレイスには、ベンダーが、契約によって関係を結んでいるバイヤーに販売する商品やサービスを提示するためのフォーラムが設けられています。WebSphere Commerce にはまた、バリュー・チェーン内の企業にホスト・サービスを提供する機能も備わっています。

Business

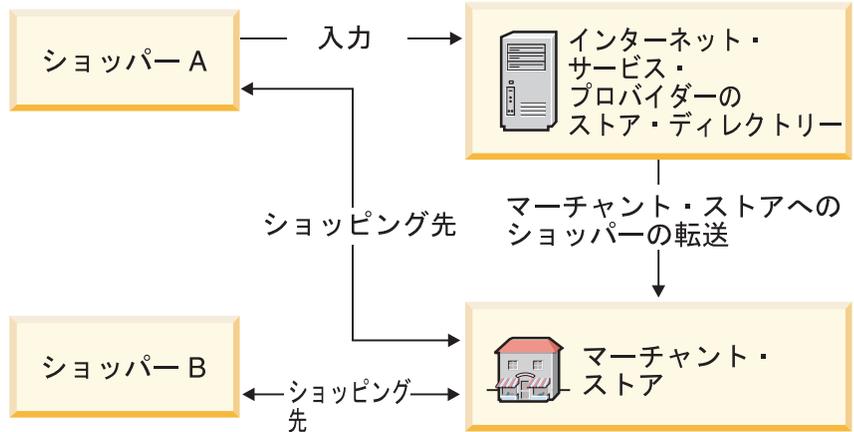
ホスティング

WebSphere Commerce はまた、バリュー・チェーン・モデル内のビジネス・パートナーのホスティング以外に、インターネット・サービス・プロバイダーやその他のホスティング・プロバイダーを介したマーチャントまたはその他のビジネスのホスティングもサポートします。

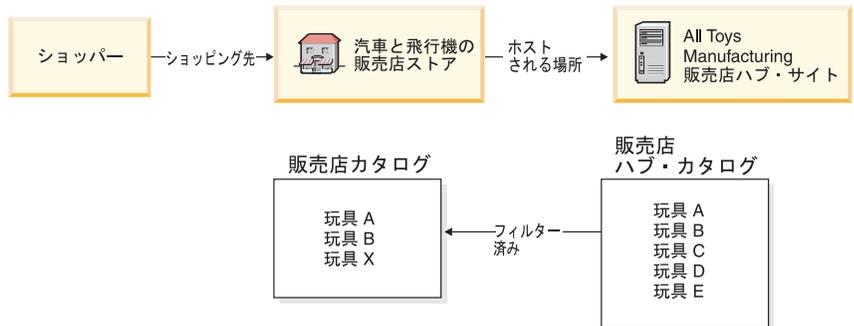
ホスティング・ハブとは、マーチャントがショッパー向けのストアを構築する場所である Web サイトのことであり、通常はインターネット・サービス・プロバイダーによって所有されます。マーチャント・ストアには、販売店ハブのカタログにフィルターをかけたカタログや、ストア独自のカタログを置くことができます。ホストされるストアは、在庫を調査して顧客のオーダーに応じることができます。ホストされるストアは共通のページ・デザインを他のホストされるストアと共有しますが、ストア上にはそれぞれ独自の社名とロゴが表示されます。



以下の例では、インターネット・サービス・プロバイダーがマーチャント・ストアをホスティングしています。どのマーチャント・ストアもカタログをもっています (そのカタログは、ストアが所有するものであることも、または共用のものであることもあります)。ショッパー A は、インターネット・サービス・プロバイダーのサイトに入ってから、マーチャントのリストを提示され、次にマーチャント・ストアに進みます。ショッパー B は、マーチャント・ストアに直接入ります。



以下の例では、自動車と飛行機を専門とする販売店ストアが、All Toys Manufacturing によって所有されるサイト上でホスティングされています。All Toys Manufacturing が所有権をもつカタログはフィルターをかけられて、自動車と飛行機だけが販売店ストア上に表示されます。また販売店は、メーカー・カタログに載っていない商品をストアに追加することができます。



直接販売

WebSphere Commerce は、引き続き直接販売ビジネス・モデルをサポートします。WebSphere Commerce を使用すると、企業と消費者間または 2 社の企業または当事者間での商品、サービス、または情報のやり取りをサポートするサイトまたはストアを作成することができます。

ストア・タイプ

WebSphere Commerce 5.5 では新しいビジネス・モデルをサポートするために、いくつかの新規のストア・タイプが導入されています。WebSphere Commerce は、以下のストア・タイプをサポートします。

ストア ユーザーが、商品に関する情報を得るためと、そのような商品に関するビジネス・トランザクションを行うためのオンライン・サイト。ビジネス・トランザクションには、小口取引、企業間のトランザクション、および行政組織と民間人または企業の間でのトランザクションなどがあります。WebSphere Commerce では、「ストア」という一般用語を使用して、上記のようなビジネス・トランザクションがとり行われるオンライン・スペースを言い表します。

ハブ・ストア

パートナーまたはクライアントを使用可能にする接客ストア。

直接販売ストア

企業と消費者間または 2 社の企業または当事者間での商品、サービス、または情報のやり取りをサポートするストア。

ホストされるストア

ストアの所有者に代わってサイト・オペレーターによってホストされるストア。ストアの所有者は、選択によってはストアを管理することができます。

資産ストア

他のタイプのストアによってリソースとして使用される可能性のあるファイル資産またはデータ資産のコレクションを備えたストア。たとえば、カタログ資産ストアとは、そのカタログの内容を表わすデータ資産のコレクションのことです。ストアフロント資産ストアとは、ストアフロントを構成する JSP ファイル、コマンド、およびその他の資産のコレクションのことです。資産ストアは、ビジネス・トランザクションを実行も記録もしません。単に、他のストアが使用できる資産を保有しているだけです。

プロキシ・ストア

ビジネス・パートナーの操作資産を表わすストア。このストアはまた、WebSphere Commerce サイトが外部のビジネス・パートナーと対話するためのビジネス・ロジックも処理します。たとえば、プロキシ・ストアは、リモートのオーダー取り込みシステムに転送されたオーダーを取り込むことができるとともに、サプライヤーの在庫情報や、サプライヤーの配送センターに送られた情報を取り込むことができます。プロキシ・ストアにはストアフロントは組み込まれていないので、ユーザーからアクセスすることはできません。外部ビジネスの代理として作業する管理者は、WebSphere Commerce アクセラレーターを介してプロキシ・ストアに管理アクセスすることができます。

サンプル・ストア

WebSphere Commerce には、各自のストアのベースにできるいくつかのサンプル・ストアが用意されています。どのストアも、最近の大手小売サイトで見受けられるフィーチャーを表示するよう設計されています。

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。

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、選択しだいで顧客に独創的なショッピング体験を提供することもできますが、たいいていの顧客が期待するのは、ショッピング構造と順序に一貫性がある親しみやすいことです。独自性のあるショッピング・フローに重点を置くよりも、対象を絞った販売促進や、個人別の推奨、商品やサービスのより上手な選択といった手段を使えるかどうかを検討して、顧客の固定化率を向上してください。 WebSphere Commerce は、WebSphere Commerce アクセラレーターを使用して、対象を絞った販売促進や、個人別ショッピング体験のためのツールを提供します。

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、ストアを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。そのような資産には、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、配送および配送エントリー) などがあります。

用意されたサンプル・ストアにはない特徴や機能をもつ互いに似通った複数のストアを作成する必要がある場合、自分独自のストアを作成することができます。独自のサンプル・ストアを作成するには、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・ストアを選択して、コピーし、次に変更する

WebSphere Commerce には次のようなサンプル・ストアが用意されています。

消費者向けサンプル

FashionFlow:

消費者向けサンプル (FashionFlow) には、消費者向け販売をサポートするオンライン・ファッション・ストアが入っています。 FashionFlow では、これまでのすべてのサンプル B2C ストア (InFashion、WebFashion、WebAuction、および NewFashion) のフィーチャーならびに以下の新規に追加された拡張機能が組み合わせられています。

- 登録済みの顧客は、購買時にクーポンを用いることができます。
- 顧客は、商品アドバイザー (商品探査と商品比較のメタフォー) を使用して、商品を絞り込んでから、検索リストで商品を比較することができます。
- 顧客は、拡張検索技法を使用すると、サイズ、カラー、および価格範囲に基づいて検索することができます。
- 次のような 4 通りのルール・ベース割引が設定されています。
 - 配送無料。
 - X を購入すると、次のものを $Y\%$ 引きで購入できる。
 - X の額を支払うと、次の Y を $Z\%$ 引きで購入できる。
 - X を購入すると、景品をもらえる。
- 関連商品販売を使用すると、顧客はミックス・アンド・マッチを促されるか、または当初の購入品にさらに追加商品を加えることになります。
- 上位商品販売を使用すると、顧客は当初予定していたものよりも高価な商品の購入を促されます。
- E メールに興味のあるアイテムを使用すると、買い物候補に基づいた販促用の E メールが顧客に送信されます。

MiniFashion:

ストアを稼働させるのに必要な一連の最低限の資産を備えた新規の基本サンプル・ストアがあります。これを、大量の情報を削除する代わりに利用することができます。つまり、ストアの基礎として基本ストア・サンプルを使用し、次に各自のニーズに合わせてながら、その土台の上で構築することができます。

B2B 向けサンプル

B2B 向けサンプル (ToolTech) には、他社への直接販売をサポートするオンラインのハードウェア・ストアが入っています。ToolTech では、バイヤーがセラーの e-commerce サイトで実行できるタスクが強調表示されています。これには RFQ 要求ツールが新たに組み込まれていますが、これは WebSphere Commerce アクセラレーターから ToolTech に移動されたツールです。現在これは、受注生産アイテムに対して RFQ を作成するバイヤーをサポートし、商品の取り替えを許容します。買い物候補リストが取り除かれて、要求リストに置き換えられました。

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
- 要求リスト

- 権利設定に基づいたブラウザ
- 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
- カスタマー・ケア
- コラボレーション

ToolTech ストアは、稼働している B2B オンライン・ストア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・ストアを表示するのに必要なのは、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 に発行することだけです。

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。

デマンド・チェーンのサンプル

デマンド・チェーンのビジネス・モデル・サンプルは、Commerce プラザ・サイト、カタログ資産ストア、販売店資産ストア、およびディストリビューターのプロキシ・ストアなどから成ります。販売店は Commerce プラザを使用して、ディストリビューターから商品を直接購入することができます。また、このサイトでは販売店は、購入の過程で買い物候補の任意の商品の価格および商品状況をディストリビューターに要求することができます。

Commerce プラザ — WebSphere Commerce Business Edition には、通常は製造者またはディストリビューターが所有するパスワード保護の Web サイトである販売店ハブが用意されています。販売店ハブは、サプライヤーから販売店そして最終的に消費者への商品の移動に役立ちます。販売店は販売店ハブにログインして商品カタログをブラウザしてから、ショッピング・カートに商品を入れます。複数のサプライヤーから商品を仕入れることができる場合もあるので、販売店は、商品が入手可能かどうか、サプライヤー

のロケーション、およびサプライヤー別のそれぞれの価格を調べることができます。販売店が発注を完了すると、ショッピング・カートはサプライヤーに送られてトランザクションが完了します。

Commerce プラザ・サイトには、次のようなフィーチャーがあります。

- マーケットプレイスへの登録。
- アカウント情報の編集。
- 商品の検索。
- そのリストへの商品の追加によるお気に入りリストの作成。
- オーダーの発行。
 - 見積もりの要求。
 - ショッピング・カートへの商品の追加。
 - 価格および商品状況の要求。
 - ディストリビューターへのオーダーの割り当て。
 - ディストリビューター・サイトへのカートの転送。
 - ディストリビューター・サイトでのチェックアウト。
 - 更新済みオーダー状況の表示。
- ショッピング・カートの内容の保存（ショッピング・カートへの商品の追加、価格および商品状況の要求）。
- 完全に転送されたオーダーの状況の確認。
- ストア作成ウィザードを使った販売店ストアの作成。
- ストアの管理。

ホスティング・サンプル

ホスティング・ビジネス・モデル・サンプルは、コマース・ホスティング・ハブ・サイト、ストア・ディレクトリー、サンプル・カタログ、およびストアの作成に必要な資産などから成ります。マーチャントは、ストアが必要であるけれども、他の誰かにそれをホスティングさせたい場合に、このモデルを使用できます。マーチャントが承認された後で、ストア作成ウィザードを使用してストアを作成して、マーチャントがそれを管理することができます。そのストアは、ストア・ディレクトリーに追加されて、モールに似た働きをします。ショッパーは、このディレクトリーを検索して、興味のあるストアを見つけ出し、そこでショッピングすることができます。コマース・ホスティング・ハブのフィーチャーには次のものがあります。

- ホスティング・ハブへの登録。
- ストアのホスティングの要求。
- ストア作成ウィザードを使ったホストされるストアの作成と、その後のルック・アンド・フィールの変更。
- 共用マスター・カタログの選択、または自分専用のものの使用。
- ストアの管理。

- ストア・ディレクトリーへのストアの追加後の、ショッパーによる商品の検索の可能化。

サプライヤー・サンプル

サプライヤー・ビジネス・モデル・サンプルは、コマース・サプライヤー・ハブ・サイト、集合またはマスター・カタログ、およびストアの作成に必要な資産などから成ります。ハブは、マーチャントまたはサプライヤー、および顧客またはバイヤーが会合する場所です。サプライヤーがこのモデルを使用する理由の 1 つに、ストアは必要であるが、そのストアを他の誰かにホスティングさせたいという場合があります。ただしより広い意味では、サプライヤーがハブに参画してバイヤーからの接触数が増えれば、サプライヤーにとって有利になる可能性があります。またバイヤーにとっては、1 つの場所できざまなマーチャントの商品を探し出して価格を比較できるという利点があります。また、判断によってはバイヤーは、ホストされるストアでショッピングすることもできます。コマース・サプライヤー・ハブのフィーチャーには次のものがあります。

- サプライヤー・ハブへの登録。
- ストアのホスティングの要求。
- ストア作成ウィザードを使ったサプライヤー・ストアの作成と、その後のルック・アンド・フィールの変更。
- マスター・カタログに対する個々のカタログの統合。
- ストアの管理。
- オークションの処理。
- RFQ の処理。

サンプル・ストアにおけるグローバリゼーション・フィーチャー

WebSphere Commerce ではアプリケーション開発者は、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に即した説明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、支払いメソッドなど）を選択できるということです。

WebSphere Commerce に用意されているサンプル・ストアは国際化されています。国際化ストアを作成するには、各自の要件に最も適したストア・サンプルを選択するだけです。

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。

複数言語

ストアを複数の言語で表示することができます。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が自動的に選択されるようにすることもできます。

複数通貨

1 つのストアが、複数の通貨を表示して処理することができます。

オプション・データ・フォーマット

データは、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。

複数の住所フォーマット

国別の規則に準じて住所をさまざまなフォーマットで表示することができます。

課税

行政府が異なれば、異なった課税規則（消費税やその他の事業税または市町村税など）を定義することができます。

配送

地域が異なれば、異なった配送規則や運送会社を定義することができます。

複数の支払いメソッド

さまざまな支払いメソッドを定義することができます。

価格

施行されている法律ごとに、同一商品をそれぞれ異なる価格で販売することができます。

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。

ページ的设计

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。

サンプル・ストアの詳細は、「*WebSphere Commerce* サンプル・ストア・ガイド」を参照してください。

第 6 章 オンライン・カタログの作成

この章では、オンライン・カタログの概要を説明します。また、カタログのデータのさまざまな作成方法についてと、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。

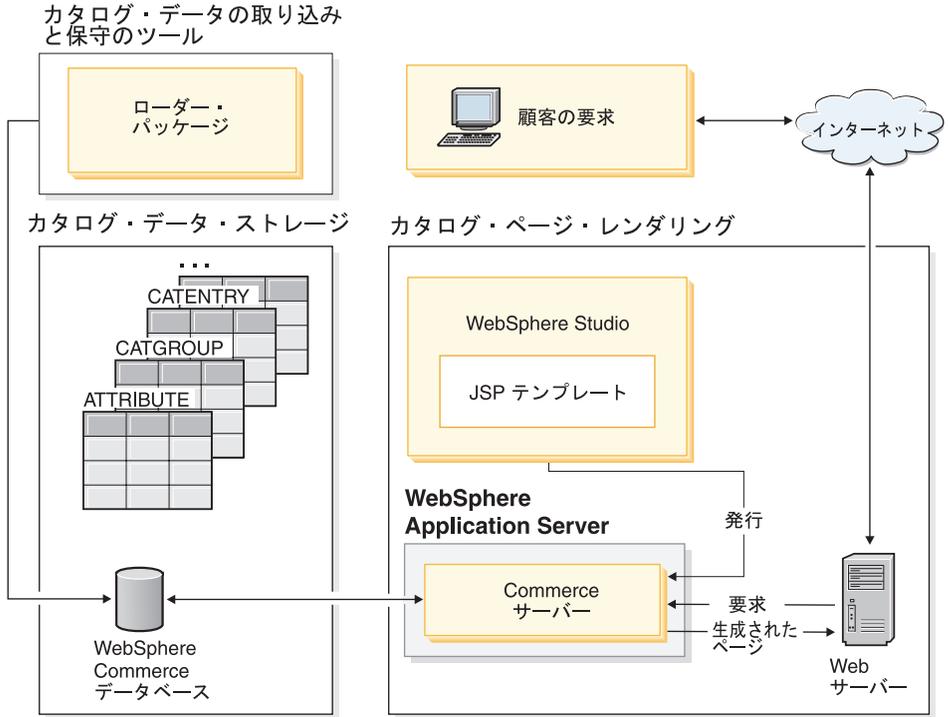
WebSphere Commerce システムには、マスターおよびナビゲーション用の 2 つのタイプのカタログがあります。マスター・カタログは、ストアの商品取引を管理するための中心となるツールです。これは、すべての商品、SKU、および各エンティティの標準価格を掲載した単一のカタログです。WebSphere Commerce システムのすべてのストアには、マスター・カタログを備える必要があります。ストア間でマスター・カタログを共用し、必要に応じていくつでもストアを定義できます。

必要であれば、1 つ以上のナビゲーション用カタログを作成して、顧客のためのカタログ表示を変更することができます。ナビゲーション用カタログには、マスター・カタログと同じエントリーが示されますが、顧客に対して表示するために構造がより柔軟化されています。販売促進のニーズに合わせていくつでもナビゲーション用カタログを作成することができます。しかし、ナビゲーション用カタログをいくつも管理するのにかかるオーバーヘッドを抑えるために、1 つのマスター・カタログを使用して、必要時にナビゲーション用カタログを追加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atalog・データ、またはカatalog資産
- カatalog表示ページ
- カatalogの関係

次の図は、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。最初にカタログ情報をデータベースに取り込むときには、ローダー・パッケージを使用することができます。

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。管理とナビゲーションに対する配慮から、カタログ・データは**カタログ・グループ**つまり**カテゴリー**に分類されます。名前から分かるように、**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**の結合によって、別の分野の**オンライン・カタログ**を形成します。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、希望する商品を素早く検索できます。**カタログ・グループ**は、顧客が**ストア**内をナビゲートするときの経路として機能します。それは、**ホーム・ページ**から出発して**商品ページ**にいたる経路です。**カタログ・グループ**内には、**オンライン・カタログ**で**オーダー**できる商品を表す**カタログ・エントリー**が含まれます。**WebSphere Commerce**は、**商品**、**SKU** (アイテムとも呼びます)、**バンドル**、**パッケージ**、および**ダイナミック**

ク・パッケージなどの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、SKU を作成するテンプレートとして機能します。これは、最終的に顧客に販売される個々の商品のことです。SKU は、属性で定義された個々の商品インスタンスです。たとえば、綿ズボンは商品ですが、それは、サイズと色の属性が指定されないと固有識別できないからです。綿ズボンという商品は、すべての綿ズボンのグループを表すのに対して、SKU (綿ズボン、サイズ 32、黒色) は、個々の商品インスタンスを表します。SKU とアイテムの 2 つの用語は、同義語と見なされることに注意してください。WebSphere Commerce アクセラレーターにおける商品管理ツールの使用時には、注文可能な商品またはサービスを呼びやすいように SKU と名付けているのに対して、WebSphere Commerce スキーマでは、データベース・スキーマ・オブジェクトに合わせてアイテムと呼んでいます。

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、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、コンピューターのバンドルを構成することができます。バンドルとは、SKU のグループ化、つまり、商品、SKU、およびパッケージを組み合わせたものといえます。バンドルがオーダーに付加されている場合、それはオーダー可能な別々の商品に分けることができます。顧客はバンドルを使用して、一度に複数の商品を購入することができます。バンドルの価格は、バンドル内のそれぞれのコンポーネントの単価の合計になります。

パッケージ は、分割不能なカタログ・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・パッケージは、個々に入手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・ディスクなどで成り立っています。パッケージは独自の価格を持つ個別にオーダー可能な SKU であって、オーダーに追加できるものです。パッケージは、分割も変更もできません。

ダイナミック・パッケージ はまとめてオーダーできる商品のグループです。ダイナミック・パッケージ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。ユーザーは商品コンフィギュレーターを使用して、オーダーのエントリー時に WebSphere Commerce に指定するダイナミック・パッケージを作成します。ダイナミック・パッケージ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、ダイナミック・パッケージはすべて再構成することができます。ダイナミック・パッケージを構成するの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は装備されていませんが、外部商品コンフィギュレーターに対する完全統合サポートが用意されています。

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。そこでは、顧客に対してどのようにページが表示されるかと、どのような

カタログ・ページでも一貫したルック・アンド・フィールを保つ方法が概略されています。JSP テクノロジーを使用して表示ページを作成すると、各商品ごとに別々の HTML ファイルを作成しなくてすむので、ストア操作の効率が向上します。つまり、商品情報はデータベースに置かれるのに対して、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て顧客のブラウザーに戻されます。

表示するカタログ・データのタイプが異なるごとに、異なるカタログ表示ページを使用することができます。たとえば、商品を表示する商品ページやパッケージを表示するパッケージ・ページなどを使用できます。また、個々の商品および SKU ごとに表示ページをカスタマイズすることができます。すなわち、特別販売のコートやセール中のその他の商品を陳列するための専用ページを設けられるということです。また、お得意様グループに対する特別販売などの、各顧客グループ別のさまざまな表示ページを作成することもできます。

カタログ表示をカスタマイズするもう 1 つの方法では、商品セットを指定します。商品セットは、カタログを論理的なサブセットに区分するメカニズムとして機能します。このように区分化すれば、ユーザーが異なるごとにカタログの異なる部分を表示することができます。また契約を作成して、事前定義された商品セットに該当する商品だけを購入する権利が契約の当事者にあると規定することができます。WebSphere Commerce には、マスター・カタログから商品セットを作成し、契約の中でそのセットを使用して権利をフィルターするための使いやすいカタログ・フィルター・ツールが用意されています。

カタログの関係

カタログでは、データ相互の数種の関係が確立されます。上記のとおりカタログは、カタログ・グループと、商品、SKU、バンドル、パッケージ、およびダイナミック・パッケージの形式のさまざまなカタログ・エントリーで成り立っています。カタログでは、顧客に分かりやすく表示されるようにカタログのエントリーとカタログ・グループが区分化されます。

たとえば、多くの小売店は季節に応じて商品を入れ換えます。カタログを使用すれば、基盤の商品分野の季節ごとのビューを作成できます。カタログには、カタログ・グループの全部または一部、あるいはその両方を含めることができます。小売店の例を続けると、**男性**というカタログ・グループと、**女性**というカタログ・グループが、夏と冬の両方のカタログに存在します。夏のカタログの部分では、**男性**と**女性**のカタログ・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、冬のカタログ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。この 2 つのカタログ・グループは、シャツやズボンといった、同一でしかも季節性のない商品を示した特定のカテゴリ・エントリーを共有する場合があります。

しかし、夏季にアクセスできるのは、夏のカタログに存在するカタログ・グループとカタログ・エントリーだけです。同様に、冬季に顧客がアクセスできるのは、冬のカタログに存在するカタログ・グループとカタログ・エントリーだけです。

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、1 つ以上のエントリーで成立します。

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 には、作成方法が何通りか用意されています。

WebSphere Commerce の各サンプル・ストアには、マスター・カタログが組み込まれています。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。商品管理ツールを使用し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、50 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・アーカイブを発行する時にサンプル・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。

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、「*WebSphere Commerce* ストア開発者ガイド」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。

ローダー・パッケージ

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。ローダー・パッケージは、データベースに大量の既存商品情報をインポートする場合や、既存データに対してセル・レベルの更新を加える場合に理想的です。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・パッケージはパフォーマンスとスケーラビリティのフィーチャーが優れているので、WebSphere Commerce Server データの大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。このパッケージを使用して、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・パッケージには、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ーも備えています。現在、ローダー・パッケージには、ASCII 区切り文書を XML 文書に変換する TextTransformer が組み込まれています。

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記録できます。

発行とローダー・パッケージ

管理コンソール内の発行機能は、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。発行機能は WebSphere Commerce に付属している DTD を使用して ID を解決し、データをロードします。DTD は、`WC_installdir/schema/wcs.dtd` に置かれています。

管理コンソールの発行機能を使用してデータをロードしたい場合は、必ず `wcs.dtd` ファイルを使用して XML ファイルを作成してから、その XML ファイルをストア・アーカイブに追加してください。

オンライン・カタログの保守

カタログの保守は、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 アクセラレーター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 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
- カテゴリに対する商品および SKU 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、関連付け

詳しくは、67 ページの『第 9 章 カタログの管理』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。

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、顧客が商品を見つ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つ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、列属性のほかに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便益を提供するために、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

構成可能商品とは、顧客がオンライン・カタログを見ながらグループ化（構成）できるような商品のことをいいます。商品のこのようなグループ化は、顧客の要求と、グループ化に対して定義されている一連の構成ルールに基づいて実行できます。WebSphere Commerce では、このようにして商品をグループ化したものをダイナミック・パッケージと呼びます。このパッケージは、事前定義されたルールと、コンフィギュレーターとの間で行われるユーザーのすべての対話がベースになっています。オーダーにダイナミック・パッケージを追加するのは、パッケージを追加するのに似ています。パッケージと同様に、ダイナミック・パッケージ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。構成可能商品をカタログに組み込むと、顧客のニーズに柔軟に対応できます。

WebSphere Commerce には商品コンフィギュレーターは装備されていませんが、外部商品コンフィギュレーターとの統合に対するサポートが用意されています。

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よいアイデアとして、次のショッピング・シナリオを参考にしてください。

顧客は、オンラインの電子機器カタログをブラウズしたときに、興味を引かれるパーソナル・コンピューターを見つけました。そのコンピューターはダイナミック・パッケージであるため、それを選択するには、まず外部コンフィギュレーターを通して構成する必要があります。この顧客は「この商品の構成」リンクを選択してから、コンフィギュレーターと対話します。その対話は、一連の質問に答えるだけの単純なことも、コンピューターの詳細な構成オプションを手動で選択するような複雑なこともあります。顧客がコンフィギュレーターとの対話を完了すると、完全に構成済みのコンピューター・ダイナミック・パッケージを構成する SKU のグループ化を示したマテリアル一覧がコンフィギュレーターから戻されます。次に顧客は、その構成済みコンピューターを自分の WebSphere Commerce カートに入れるかどうかを決めます。顧客がこのコンピューターの構成オプションを変更しようとした場合、WebSphere Commerce によって外部コンフィギュレーターにリダイレクトされて、そこで、修正された SKU のグループ化を選択することになります。

第 3 部 ストアとサイトの管理および保守

本書の第 3 部では、サイト管理者が WebSphere Commerce サイトの管理と保守を行うのに利用できる主な情報源を紹介します。

第 7 章 サイト管理

WebSphere Commerce ではサイト管理者は、WebSphere Commerce とそれに関連したソフトウェアやハードウェアのインストール、構成、および保守を行います。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、およびロード・バランス・タスクの管理を行います。また管理者は、テスト、ステージング、実動などの様々な開発段階で複数のサーバー構成を設定して保守する責任を担うこともあります。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。

サイト管理者には、以下の前提知識が必要です。

- データベース管理のスキル
- Web サーバーの管理のスキル
- WebSphere Application Server の管理のスキル
- 基本の XML スキルと同等のもの

サイト管理者は、以下のツールとリソースを使用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、システムの信頼性、可用性、および保守容易性を実現します。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。管理者は診断情報を利用して、エラーの原因を判別し、問題を修正することができます。

また、IBM HTTP Server、WebSphere Application Server、DB2 Universal Database にはいずれも、構成、モニター、チューニングのためのシステム管理ツール群が用意されています。

このリリースでは、システム管理のいくつかの面で機能が強化されています。

- 管理に関する機能強化:
 - WebSphere Commerce のカスタム・インストールという形で、システム管理のオプション群を別個にインストールできるようになりました。
- 問題判別に関する機能強化:
 - WebSphere Commerce の問題判別 (PD) ツールは、WebSphere Commerce のインストールとインスタンス作成の正確さを自動的に検証します。

- WebSphere Application Server に統合されている WebSphere Commerce のログイン・インフラストラクチャー (JRas) は、共通のツールによってシステム全体のロギング・データを総合的に関連付ける機能を備えています。
- 拡張メッセージ情報は、1300 以上のコマース・メッセージについて、それぞれの説明と推奨アクションを示した統合ライブラリーです。この情報は、オンライン・ヘルプ、WebSphere Application Server Log Analyzer、WebSphere Studio Application Developer と AST のヘルプ、WebSphere Application Server の管理コンソールとも統合されており、それらのツールから検索できるようになっています。すべての拡張メッセージは、WebSphere Commerce と WebSphere Commerce Studio のオンライン・ヘルプに組み込まれています。
- パフォーマンス・モニターに関する機能強化:
 - WebSphere Application Server に組み込まれている PMI (パフォーマンス・モニター・インターフェース) を使用すると、WebSphere Commerce のデータを Tivoli® Performance Viewer で表示できるようになります。

システム管理についての詳細は、「*WebSphere Commerce 管理ガイド*」を参照してください。

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、様々な通知タイプ用に、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。メッセージング・サービスは、WebSphere MQSeries による非同期メッセージ送達も提供します。

WebSphere Commerce のメッセージング・システムは、WebSphere Commerce が外部の環境と通信するための機能を備えています。この通信には、バックエンド・システムや外部システムとの間のメッセージの送受信や、WebSphere Commerce 内でのイベント発生に関する顧客や管理者に対する通知の送信が含まれています。旧リリースの WebSphere Commerce では、メッセージング・システムとして IBM Common Connector Framework (CCF) を利用していました。WebSphere Commerce 5.5 は Java 2 Enterprise Edition Connector Architecture (J2EE/CA) 標準に移行しましたが、メッセージング・システムの機能は変わっていません。

管理コンソール

サイト管理者は管理コンソールを使用して、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用して実行するタスクは、次のとおりです。

- WebSphere Commerce Payments の設定を指定する

- ログイン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 WebSphere Commerce Payments 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
- WebSphere Commerce Payments 用のパラメーターの入力

 構成マネージャーには今回、Oracle のテーブル・スペースとユーザーを作成するツールや、リモートの Web サーバーを構成するツールが組み込まれました。

また、パスワード・マネージャーもこのリリースで追加された新しいツールです。このツールは、ユーザーが WebSphere Commerce のパスワードを一元的に管理するための機能を備えています。

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とエディションについての「WebSphere Commerce インストール・ガイド」を参照してください。

組織管理コンソール

組織管理コンソールは、管理者、それも特にバイヤーの管理者が、サイトやストアにアクセスしてくる組織を制御するための機能を備えています。このバイヤー側のインターフェースによって、バイヤー管理者は、組織内の顧客と、その顧客によるオーダーを承認できます。また、各メンバーにアクセス・レベルを割り当てることも可能です。

バージョン 5.4 では、組織管理に関するすべての機能が管理コンソールから組織管理コンソールに移されました。このリリースでは、さらに新しい機能が追加されています。

- 「**組織管理 (Organization Management)**」メニューで、組織の検索ができるようになりました。組織の名前や親組織などの検索基準に合致した組織の一覧が組織リストとして表示されます。
- メンバーが暗黙的にグループに属している場合に、「**メンバー管理 (Member Management)**」メニューで、そのメンバーをそのグループに組み込むか、それとも除外するかを操作できるようになりました。
- 「**メンバー管理 (Member Management)**」メニューで、組織のロックとアンロックを設定できるようになりました。組織をロックすると、その組織の子孫ユーザーはログオンできなくなります。

組織管理コンソールについての詳細は、オンライン・ヘルプと「*WebSphere Commerce 管理ガイド*」を参照してください。

情報源

以下に、サイト管理者の製品情報源を一覧で示しています。

インストールおよび構成

- *WebSphere Commerce* クイック・スタート
- *WebSphere Commerce* インストール・ガイド
- *WebSphere Commerce* 追加ソフトウェア・ガイド

マイグレーション

- *WebSphere Commerce* マイグレーション・ガイド

セキュリティー

- *WebSphere Commerce* セキュリティー・ガイド

管理

- *WebSphere Commerce* 管理ガイド
- *WebSphere Commerce Connectivity and Notification*

外部システムへの接続

- *WebSphere Commerce* のオンライン・ヘルプ

問題判別

- *WebSphere Commerce* のサポート・ページの『Technotes』を参照してください。

これらの資料更新バージョンは、*WebSphere Commerce Technical Library* ページに掲載されています。

第 4 部 ストアフロントの実行

本書の第 4 部では、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、第 4 部に説明されているタスクを実行するには、ブラウザ・ベースのツールである WebSphere Commerce アクセラレーターを使用します。

WebSphere Commerce アクセラレーターを使用すると、オンライン・ストア、ハブ、およびカタログを保守することができます。そのためには、ストアのロック・アンド・ファイルの管理に始まって、ストア・アクティビティの追跡のためのオーダーの作成と保守にいたるまでのさまざまなストア運営を実行します。

複数のストアで作業する権限がある場合は、WebSphere Commerce アクセラレーター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、単一のストアを運営する権限がある場合は、ログオン時にストア名が事前選択されます。さらに、複数の言語がそのストアでサポートされていれば、作業に使う言語を選択することができます。最後に、配送業務を担う役割を割り当てられた場合は、ストアに関連付けられている配送センターをログオン時に選択することもできます。

WebSphere Commerce アクセラレーター 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。これらのタスクでは、ユーザーの役割、権限レベル、およびビジネス・モデルとストア・タイプがベースになります。

以下に示すビジネス・モデルとストア・タイプが WebSphere Commerce アクセラレーターでサポートされますが、WebSphere Commerce アクセラレーターへのログオン時のユーザー役割によっては、ホーム・ページとは異なるメニューおよびメニュー・オプションが表示されてそれにアクセスすることができます。

- 消費者向けビュー
- B2B 向けビュー
- バリュー・チェーン・ビュー:
 - カタログ資産ストア
 - ホスティング:
 - ホスティング・ハブ
 - ホストされるストアフロント資産ストア
 - ホストされるストア
 - デマンド・チェーン:
 - チャネル・ハブ
 - 販売店ストアフロント資産ストア

- 販売店向けのホストされるストア
- サプライ・チェーン:
 - サプライヤー・ハブ
 - サプライヤー資産ストア
 - サプライヤー向けのホストされるストア

以下の URL にアクセスしてください。

`https://host_name:8000/accelerator`

ただし where host_name は、 WebSphere Commerce Server の名前です。

第 8 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

物流管理マネージャー

- 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
- 予定在庫の管理

受取人

- 予定在庫の受け取り
- 在庫数量の調整
- 特別在庫受け取りの作成
- 返品商品の受け取り

返品管理者

- 返品商品の後処理

在庫管理方法の決定

在庫は、配送センター内で物理的に存在可能なものすべてで構成されます。取り扱える在庫のタイプは、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・パッケージなどと個々に定義されていますが、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

物流管理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 アクセラレーターで、販売可能在庫数量の確認による納期回答 (ATP) ツールを使用して、在庫を追跡して管理します。

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。

- 外部システムを使用して、在庫を追跡および管理します。

この方法では、WebSphere Commerce と配送センターとの通信のために、WebSphere 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。

- 販売可能在庫数量の確認による納期回答 (ATP) のサポートなしで WebSphere Commerce を使用します。

後方互換性に関しては、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にも、引き続きこれらのコマンドの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、使用する一連のインターフェースが構成フラグの設定を介して決定されます。

最初の 2 つの方法のいずれかをサイトで採用している場合は、どの在庫が販売可能在庫数量の確認による納期回答 (ATP) かを示すために自由に使えるツールがあります。顧客に対して行われる約束は、現在販売可能な在庫に基づくだけでなく、セラーにおける予定在庫の情報にも確実に基づくようにするためのメカニズムが ATP に備わっています。予定在庫レコード (ベンダーから配送センターへの納品予定) 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。

WebSphere Commerce アクセラレーター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。

- 在庫管理インターフェースは、商品在庫の追跡と管理の手段となります。
- 顧客による商品のオーダーや返品ごとの商品在庫のリアルタイムの更新

- 顧客は、自分のオーダーした商品が現在バックオーダーの中にあるかどうかを確認できます。この情報に基づいて、顧客は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。
- 顧客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どうかを確認できます。
- **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、130 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
 - 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「商品配送業務」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「商品配送業務」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、130 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。
- 予定在庫レコードの作成
- 配送センターの特別在庫受け取りの作成
- 配送センターの予定在庫受け取りに対する在庫受領
- 予定在庫の受領が完了したかどうかのチェック

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
- 在庫調整コード。「WebSphere Commerce ストア開発者ガイド」を参照してください。
- 返品理由コード
- 取引先
- 商品

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 アクセラレーターにおいて、「セラー」、

B2C

「オペレーション・マネージャー」または

B2B

「物流管理マネージャー」、「バイヤー」、「返品管理者」、「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 アクセラレーターの上左にあるアイコンをクリックすれば、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。

B2C

オペレーション・マネージャーまたは

B2B

物流管理マネージャーは、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。

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。

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。

予定在庫レコードは、取引先、外部 ID (通常は購入注文番号)、および「予定在庫」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 アクセラレーターを使用して、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、67 ページの『第 9 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、予定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用して受け取ることができます。

- 予定在庫。関連した予定在庫のレコードがある在庫
- 特別在庫。予定在庫として記録されていない在庫

予定在庫レコード

予定在庫レコードは、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。予定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 つの予定在庫レコードに、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、予定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、それに対応する予定在庫レコードは削除できません。また、予定在庫の詳細情報も、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定在庫があれば、在庫は予定在庫レコードに対して割り振られます。

特別在庫受け取り

対応する予定在庫レコードがない在庫が配送センターに届くと、特別在庫受け取りが作成されます。これは、予定外の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定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。

段階的手順

実行できる内容		参照項目...
アプリケーション開発者	セットアップ在庫システム の理解とセットアップ	WebSphere Commerce ストア開発者ガイドの中の『在庫資産』
	ストアで在庫システムがどのようにインプリメントされているかの理解	WebSphere Commerce サンプル・ストア・ガイド
	在庫および配送業務との関連におけるデータ・モデルの理解	WebSphere Commerce Studio のオンライン・ヘルプの中の『データ・モデル』

実行できる内容		参照項目...
<p>▶ B2C</p> <p>オペレーション・マネージャーまたは</p> <p>▶ B2B</p> <p>物流管理マネージャー</p>	<p>WebSphere Commerce アクセラレーター在庫および配送業務フィーチャーを使う作業</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 配送センター • 配送および出荷 • 在庫調整 • 特別在庫受け取り <p>上記については、WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプを参照してください。</p>

第 9 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

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 WebSphere Commerce アクセラレーターの商品管理ツールです。このローダーを使用してカタログを作成する方法の詳細は、45 ページの『第 6 章 オンライン・カタログの作成』を参照してください。このツールは、サイト管理者が実行します。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 アクセラレーターに付属するツールを使用して、商品を更新することができます。また WebSphere Commerce アクセラレーターには、CSV (コンマ区切り値) ファイルからカタログをアップロードするツールも用意されています。

カテゴリー管理

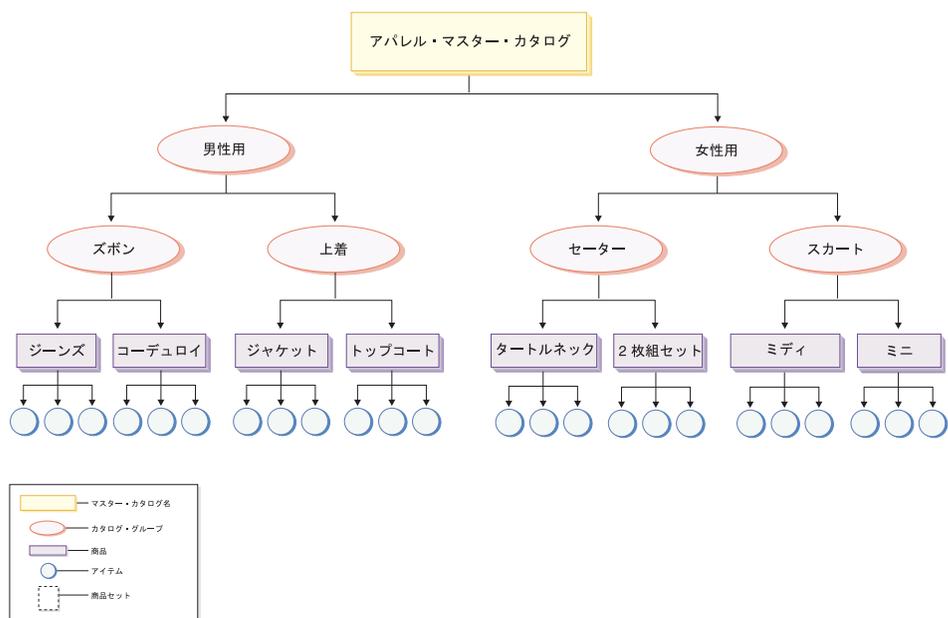
カテゴリー・マネージャーは、カテゴリーを作成、変更、および削除することによってカテゴリー階層を管理します。

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入っていて、すべてのカタログ・エントリーを収めた 1 つのカタログです。WebSphere Commerce ではカタログはマルチリンガルですが、それは、説明、属性、およびイメージが言語によって異なる可能性があります。

ストアで使用するカタログ構造は、そのストアのビジネス・モデルによって異なります。

消費者向けストアにおけるマスター・カタログ

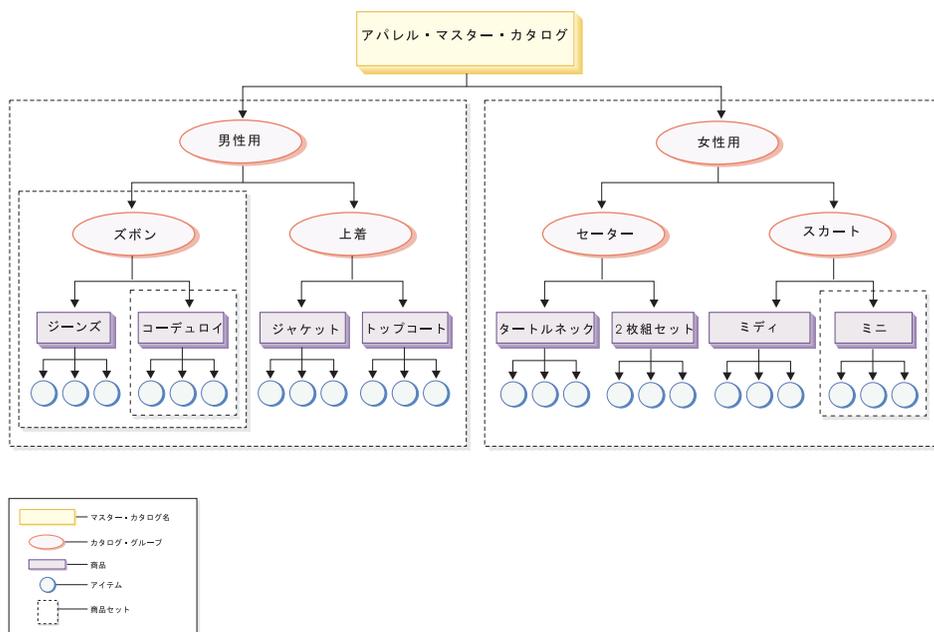
カタログを表示する商品管理ツールを使用すると、マスター・カタログを表示することができます。



マスター・カタログ中のこの部分は、男性用および女性用の衣服を取り扱うストアの基本ナビゲーションをなぞっています。2つの上位つまり親のカタログ・グループをたどっていくと、さらに別のカタログ・グループ（ズボン、上着、セーター、およびスカート）と、その他の商品（ジーンズ、コーデュロイ、ジャケット、トップコート、タートルネック、2枚組セット、ミディ、およびミニ）およびその関連SKUがあります。

企業向けストアにおけるマスター・カタログ

カタログを表示する商品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。



マスター・カタログ中のこの部分は、男性用および女性用の衣服を取り扱うストアの基本ナビゲーションをなぞっています。2つの上位つまり親のカタログ・グループをたどっていくと、さらに別のカタログ・グループ（ズボン、上着、セーター、およびスカート）と、その他の商品（ジーンズ、コーデュロイ、ジャケット、トップコート、タートルネック、2枚組セット、ミディ、およびミニ）およびその関連SKUがあります。

マスター・カタログのこのセクションには複数の商品セットが示されていますが、それらによってカタログはいくつかの論理サブセットに区分されるので、契約の締結相手が異なるごとにカタログの異なる部分を表示できるようになっています。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・カタログの一部を組み込んだり除外したりする。これは**権利設定**または**商品選択制約**と呼ばれます。

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。

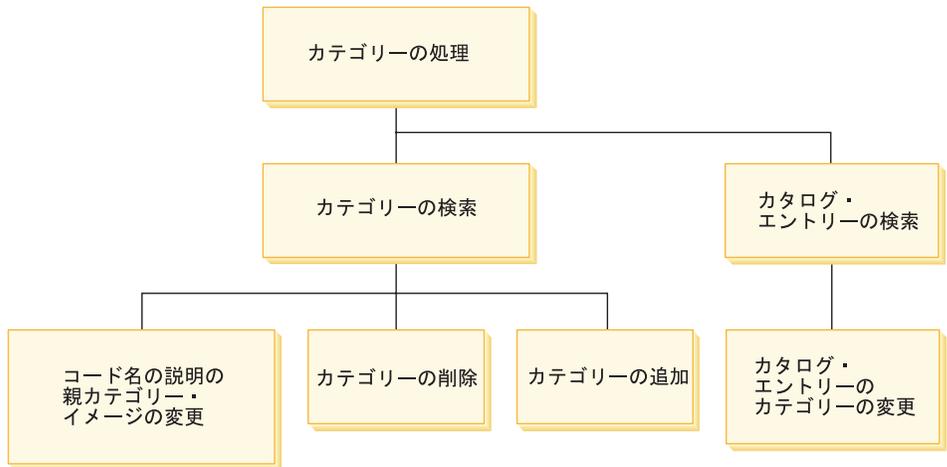
WebSphere Commerce は、ストアのマスター・カタログ内に、すべての商品に対して1個の価格リストを作成します。価格リスト・ポリシーは、マスター・カタログ内のすべての商品の基本価格設定です。契約では、価格リスト・ポリシーが参照されます。契約では、基本価格から何パーセント調整するかをオファーできます。契約を締結することで、顧客組織はストアやストア・グループから規定条件で、規定期間、規定価格で商品

を購入することができます。どの商品セットも、1 つ以上の契約から参照することができます。すなわち、ある種のユーザーにはズボンを中心とした商品を見せるけれども、別のユーザーにはコーデュロイを中心とした商品を見せる、ということが可能です。ユーザーは、複数の契約を締結することができます。

カテゴリの管理

カタログのカテゴリとカテゴリ階層を表示することができます。カテゴリ相互の親と子の関係をよく調べれば、どこに追加のカテゴリが必要か、また既存のカテゴリの中でどれを変更または削除する必要があるかを判断することができます。たとえば、音楽関連のビデオテープのカテゴリを追加したい場合、カテゴリ・リストを検討し直せば、新規のカテゴリが親カテゴリになるべきものか、あるいは既存のカテゴリに関連付けるべきものかを判断することができます。 WebSphere Commerce では、いくつでも階層レベルを設けることができます。

カテゴリとは、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・マネージャーは、カテゴリを作成、検索、リスト、変更、および削除することができます。異なる親カテゴリの下に商品や SKU を分類することができます。



段階的手順

実行できる内容		参照項目...
カテゴリ・マネージャー	<ul style="list-style-type: none">• カテゴリの作成• カテゴリの変更• 子カテゴリの親カテゴリにあたるものの変更• カテゴリの削除	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の『カタログの処理 (Working with the catalog)』
カテゴリ・マネージャー プロダクト・マネージャー	表示されたカタログを配下にもつカテゴリの変更	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の『カタログの処理 (Working with the catalog)』
カテゴリ・マネージャー	商品セットの作成	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の『契約で使用するカテゴリの選択』

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。

商品の管理

商品管理とは、カタログ・エントリーを管理する処理をいいます。 WebSphere Commerce のカタログ・エントリーには次のようないくつかの種類があります。

商品 商品は、最終的に顧客に販売される個々の商品である SKU のテンプレートとして機能します。商品ウィザードを使用すれば、カタログ用の新商品を作成することができます。名前、説明、およびイメージなどの商品詳細情報を表示または変更したり、カタログから商品を削除したりするには、商品ノートブックを使用します。各商品ごとに、税金、割引、および配送料金カテゴリの更新や、配送時の寸法の追加を行うことができます。また、在庫の調査や、オーダーに関連した商品のバックオーダーといった、商品の配送業務オプションをカスタマイズすることもできます。

SKU 商品の作成が終了したらすぐに、販売用商品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 はすべて一連の同じ属性をもっていますが、それぞれの属性値によって区別されます。SKU を作成するには、SKU ウィザードを使用します。あるいは、必要な商品属性をすべて作成した後で、商品の SKU を自動的に生成することもできます。SKU ノートブックを使用して、名前、説明、およびイメー

ジなどの SKU の詳細情報を表示または変更したり、カタログから SKU を削除したりすることができます。各 SKU ごとに、消費税、割引、および配送料金カテゴリーの更新や、配送時の寸法の追加を行うことができます。

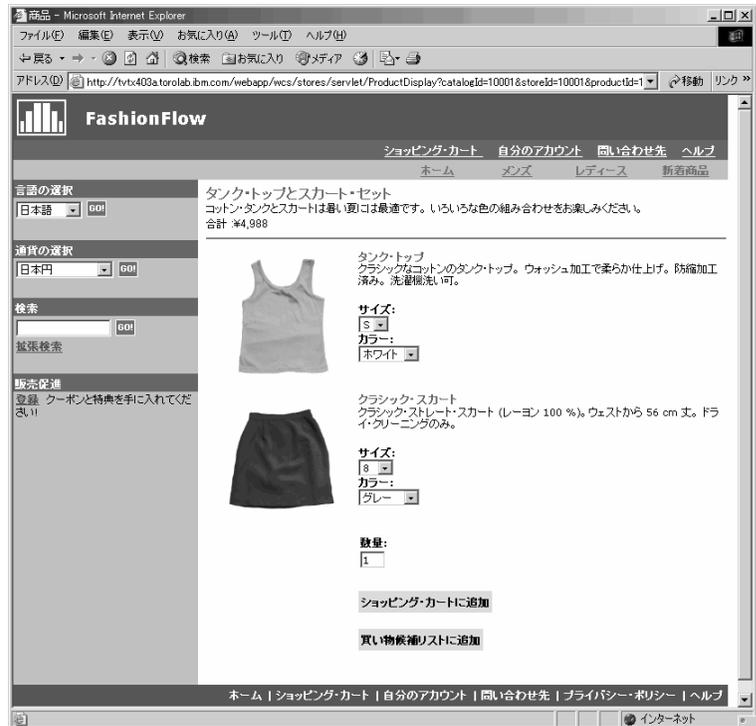
バンドルとパッケージ

バンドルおよびパッケージは、カタログ・エントリーをグループ化したものです。販促目的で使用されるバンドルとパッケージ内のカタログ・エントリーは、顧客の注目を集めるようにグループ化されます。

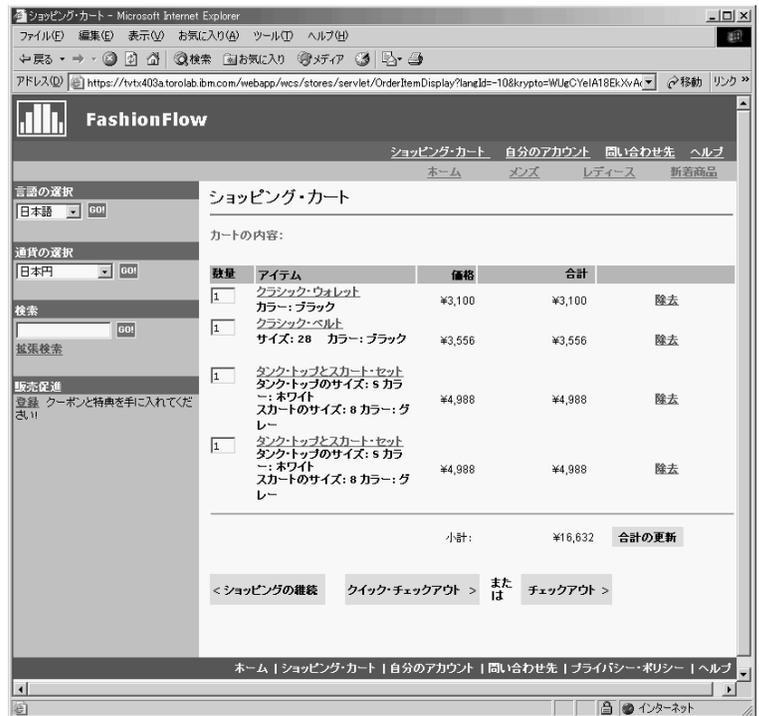
パッケージ

別々に販売できないカタログ・エントリーの集まり。たとえばコンピュータのパッケージは、特定の中央演算処理装置、モニター、およびハード・ディスクなどから成り立っています。パッケージには独自の価格が設定されているので、ショッピング・カートに入れることができます。ショッピング・カートに入れた後でそのパッケージの内容を変更することはできません。パッケージは、商品の場合に似たり方で表示されるので、定義のための属性をもっています。

下図は、FashionFlow サンプル・ストアのパッケージを示しています。



顧客はキットから SKU を除去できないことに注意してください。



バンドル

顧客が 1 回クリックするだけで複数の商品を購入するためのカタログ・エントリーの集まり。たとえば、中央演算処理装置、モニター、ハード・ディスク、および CD-ROM ドライブがコンピューターのバンドルを成している場合、これらのコンポーネントを別々に販売することができます。バンドルの価格は、さまざまなカタログ・エントリーで構成されます。バンドルを直接購入することはできません。

下図は、FashionFlow サンプル・ストアのバンドルを示しています。

FashionFlow

[ショッピング・カート](#)
[自分のアカウント](#)
[問い合わせ先](#)
[ヘルプ](#)

言語の選択

日本語

通貨の選択

日本円

検索

[拡張検索](#)

販売促進

[登録](#) [クーポンと特典](#)を手に入れてください!

カジュアル・アンサンブル

このシャツ、パンツ、ベルトのコンビネーションはオフィスのカジュアル・デーにぴったり。セットにはおしゃれな革製の財布も付いています。

ドレス・シャツ

¥4,899

100% コットンドレス・シャツ。ポイント・カラーとシングル・ステッチがさりげなさを演出。ノー・キタイの日にもすっきりと着こなせます。洗濯機洗い可。

数量:

サイズ:

カラー:

プレーン・フロント・コットン・パンツ

¥4,279

はきやすく、スタイリッシュなコットン 100% のパンツ。プレーン・フロント、ボタン・ポケット (後ろに2つ)、フロント・ジップ、ベルト・ループ。ウォッシュ加工、防縮加工済み。洗濯機洗い可。

数量:

カラー:

サイズ:

クラシック・ウォレット

¥3,100

クラシックな本革 2 つ折りウォレット。ID カード・ウインドウ、札入れ、カード収納部 (6か所)。

数量:

カラー:

クラシック・ベルト

¥3,556

クラシック・ベルトはお手持ちのジーンズにも合わせやすく、通勤着にもぴったり。38 mm 幅のニッケル・バックルのついたフルグレイン・レザーを採用。

数量:

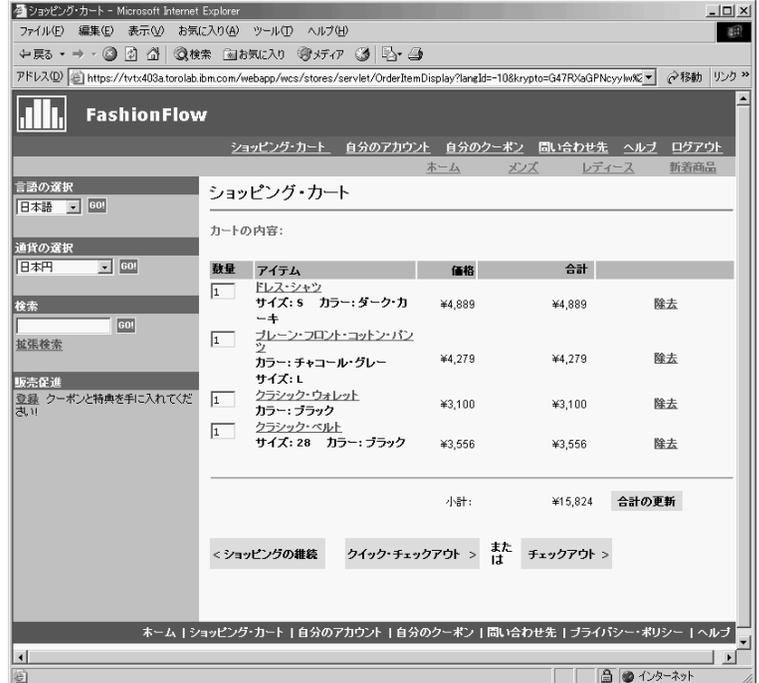
サイズ:

カラー:

[ショッピング・カートに追加](#)

[買い物候補リストに追加](#)

顧客は、バンドルから 1 つ以上の SKU を除去できることに注意してください。



スタティック・パッケージ

スタティック・パッケージは、まとめてオーダーできる商品のグループのことです。スタティック・パッケージに入っている商品についての情報は、事前に定義されていて、WebSphere Commerce 内で制御されます。オーダー内の個々のコンポーネントを変更することはできず、また、まとめて配送する必要があります。コンポーネントのいずれかが利用不可の場合は、スタティック・パッケージはバックオーダーされます。

ダイナミック・パッケージ

ダイナミック・パッケージは、1 つ以上の SKU またはコンポーネントで構成されるオーダー可能な SKU のことです。このパッケージを構成するコンポーネントの定義は、パッケージがオーダーされて構成されない限り分かりません。よって、ダイナミック・パッケージと名づけられています。

カタログ・エントリーの中には、属性をもつものもあります。そのような属性には、次の 2 種類があります。

定義属性

定義属性とは、色やサイズなどの、オンライン・ストアの SKU のプロパティのことです。属性値は、具体的な色 (ブルーや黄色) やサイズ (ミディアム) などの属性のプロパティになります。属性を SKU に割り当てる前に、属性値を事前定義する必要があります。属性値は、それぞれの属性に暗黙で関連付けられています。属性と属性値が結び付くと、それぞれが新規 SKU になります。属性とその値を作成した後で、名前、説明、およびタイプ (テキスト、整数、または小数) などの情報を更新することができます。定義属性は、SKU の解決にも使用されます。

記述属性

記述属性は、単なる説明の補足です。たとえば、衣服によっては、水洗いではなくドライ・クリーニングする必要があります。記述属性を使用して、ドライ・クリーニングのみという条件を指定することができます。あるいは、AA または AAA バッテリーを電子機器に使用することも指定できます。記述属性は、SKU の解決には使用されません。

商品、SKU、バンドル、および、パッケージの特性

WebSphere Commerce アクセラレーターのカatalog・エントリーには、次のような特性を入れることができます。

注: ダイナミック・パッケージは、商品管理ツールで表示することはできませんが、作成はできないことに注意してください。スタティック・パッケージは、最初はパッケージとして作成されます (したがって、商品管理ツールでしか見ることができません) が、その後でサイト管理者は、次のような SQL コマンドを実行してそのパッケージをスタティック・パッケージに変更することができます。

	商品	SKU	バンドル	パッケージ	
				パッケージ	ダイナミック
一般情報 コード 名前 発表日付 撤回日付 最終更新 顧客に表示 購入用 オークション中	X	X	X	X	X

	商品	SKU	バンドル	パッケージ	
				パッケージ	ダイナミック
説明 簡略説明 詳細説明 1 詳細説明 2 詳細説明 2	X	X	X	X	X
ストア・ページに表示する イメージ フルサイズ・イメージ サムネール・イメージ	X	X	X	X	X
割引コード	X	X		X	X
メーカー情報 メーカー部品番号 メーカー名	X	X	X	X	X
消費税	X	X	X	X	X
配送税	X	X	X	X	X
URL	X	X	X	X	X
配送での計測単位 重量 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)	X	X	X	X	X

	商品	SKU	バンドル	パッケージ	
				パッケージ	ダイナミック
商品の配送業務 Track inventory (在庫調査) バックオーダー可能 強制的バックオーダー Release separately (個別リリース) Returnable (返品可能) Creditable (信用販売可能) 在庫調査量 在庫調査の計測単位	X			X	X
カテゴリ カテゴリ下の商品とそれに関連したすべての SKU をグループにまとめます。	X		X	X	X
属性 SKU の定義属性値を追加または保守します。		X		X	X

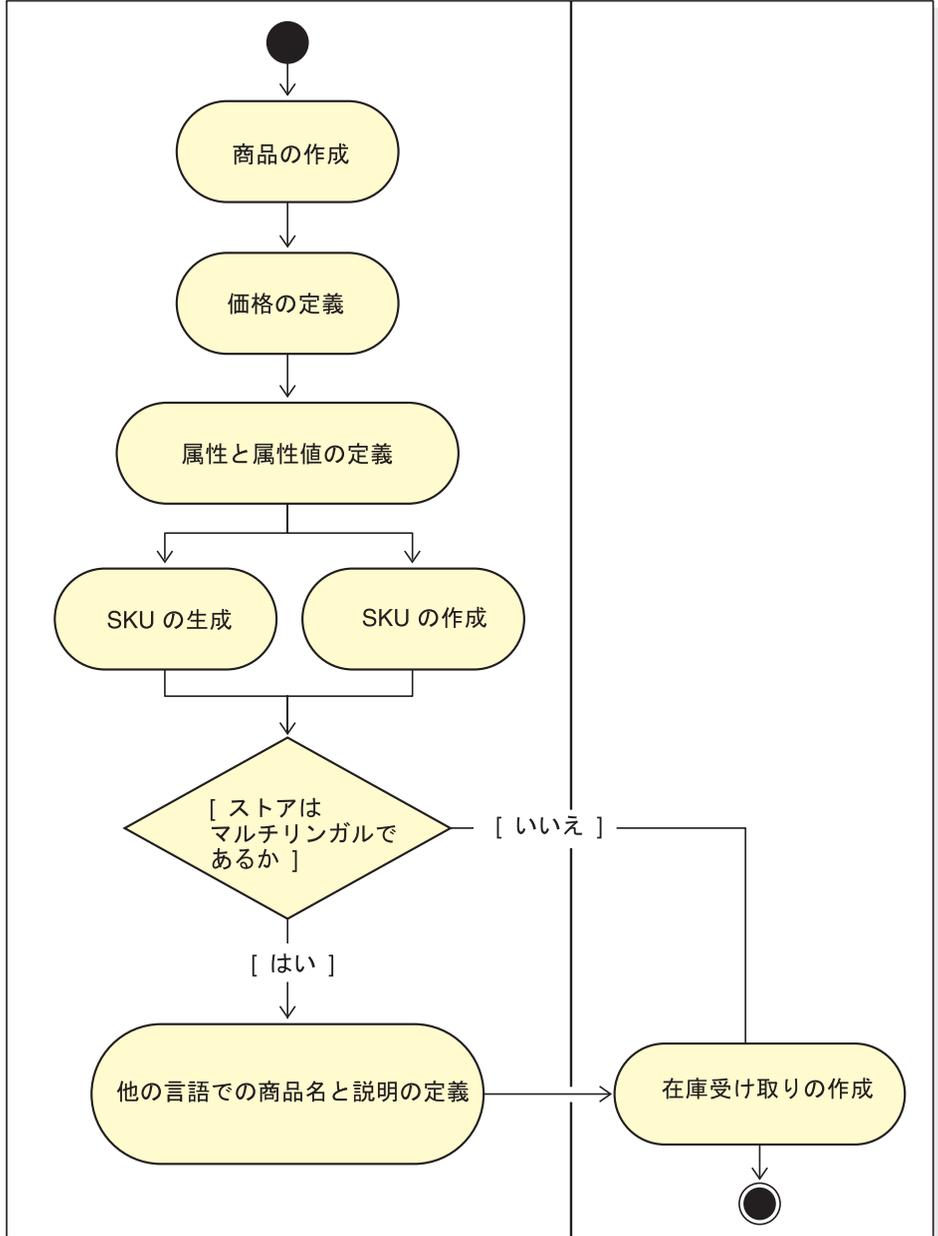
商品、属性、および SKU の作成

カテゴリ・マネージャーがカタログにカテゴリを作成したら、プロダクト・マネージャーはカタログ・エントリーを作成できます。

下図は、WebSphere Commerce アクセラレーターで使用する新規の商品を作成するのに必要なステップを示しています。以下のステップをすべて完了した後で、顧客はストアのページの商品を見て購入できるようになります。

プロダクト・マネージャー

バイヤー



段階的手順

ストアでのカタログの管理に関する順を追った説明は、WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプに記載されています。

実行できる内容		参照項目...
プロダクト・マネージャー	商品の発表	商品の追加
	商品の販売停止	商品の変更
	商品の撤回	商品の変更
	商品を顧客向けに表示するかどうかを指定します。	商品の非表示
	ある商品を指定の期間中に購入可能または購入不能のどちらにするかを指定します。	商品の変更
	多数の商品の情報を同時に変更します (たとえば、ある指定のカテゴリ内のすべての商品のメーカー名を変更します)。	動的テーブル内のテキストの検索と置換
	特定の属性値をもつすべての商品の一覧を示します。	カタログ・エントリーの検出
	価格設定 商品の価格範囲を設定します。 SKU の価格範囲を設定します。 パッケージの価格範囲を設定します。	商品に対する価格の追加、商品の価格の変更
	たとえば、シャツの場合のドライ・クリーニング専用といった、商品に対して補足の説明を追加します。	記述属性の追加
	顧客が一度に複数の商品を簡単に購入できるようにする一方で、顧客が1つ以上のアイテムをグループから除去できるようにするための商品グループを作成します。	バンドルの作成
	個別に販売できない商品コレクションを作成します。顧客は、アイテムをグループから除去することはできません。	パッケージの作成
	色やサイズなどの補足の属性を商品に追加します。	定義属性の追加
青色や小などの、補足の属性値を商品に追加します。	属性値の追加	
カタログ・エントリーの削除	商品の削除 SKU の削除 バンドルまたはパッケージの削除	
サイト管理者	スタティック・パッケージの作成	スタティック・パッケージの作成
アプリケーション開発者	カタログの作成	WebSphere Commerce ストア開発者ガイド

第 10 章 顧客情報の管理

この章では、顧客サービス担当者（CSR）またはアカウント担当者を変更できる顧客登録情報について説明します。CSR は、顧客登録情報の変更以外に、ストアに対する顧客の登録、顧客のパスワードのリセット、および顧客アカウントのロックまたはアンロックを行うことができます。

顧客登録情報

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。

未登録顧客

ストアで買い物をするための顧客ログオン ID とパスワードを持っていない顧客。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。未登録顧客は、ゲストと見なされます。

登録された顧客

顧客プロフィールを作成するための情報をすでに供出した顧客。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オン 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。

顧客登録情報の変更

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ために顧客サービス担当者またはアカウント担当者は、顧客を検索して必要に応じて情報を更新することができます。顧客が入力する登録情報は、ストアの登録ページで収集される情報によって異なります。登録情報によっては、オプションである場合もあります。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 正式住所

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、ストアからの販売促進資料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、常連客かどうか、職業、勤務先、趣味など。

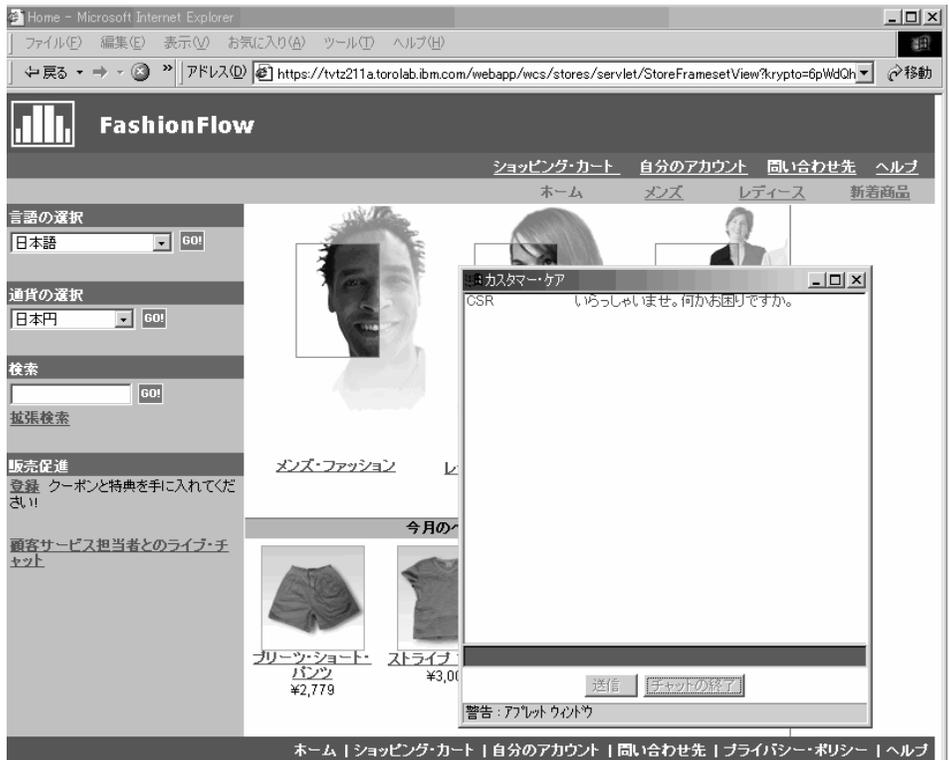
段階的手順

アカウントまたは顧客サービス担当者は以下のタスクを実行することができます。

実行できる内容		参照項目...
顧客サービス担当者 アカウント担当者	顧客の検索 企業消費者間取引のストアへの顧客の登録 顧客要約の表示 顧客アカウントのロックまたはアンロック 顧客のパスワードのリセット 顧客の住所の変更 顧客の個人情報の変更 顧客の連絡先情報の変更 ストアからの販促用 Eメールを顧客は受信したくないことの指定	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の『顧客情報』のトピックを参照してください。
<div style="background-color: #c00000; color: white; padding: 2px;">Business</div> サイト管理者	ユーザーの作成 ユーザーの変更	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の『顧客情報』のトピックを参照してください。

第 11 章 カスタマー・ケア

カスタマー・ケア・フィーチャーは、顧客サービス担当者とストアの顧客またはバイヤーを結び付けるために、Lotus Sametime を使用する同期テキスト・インターフェース (インスタント・メッセージング (IM)) を介したりアルタイムの顧客サービス・サポートとして機能します。顧客はサイトにアクセスして、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) に接続すれば、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。



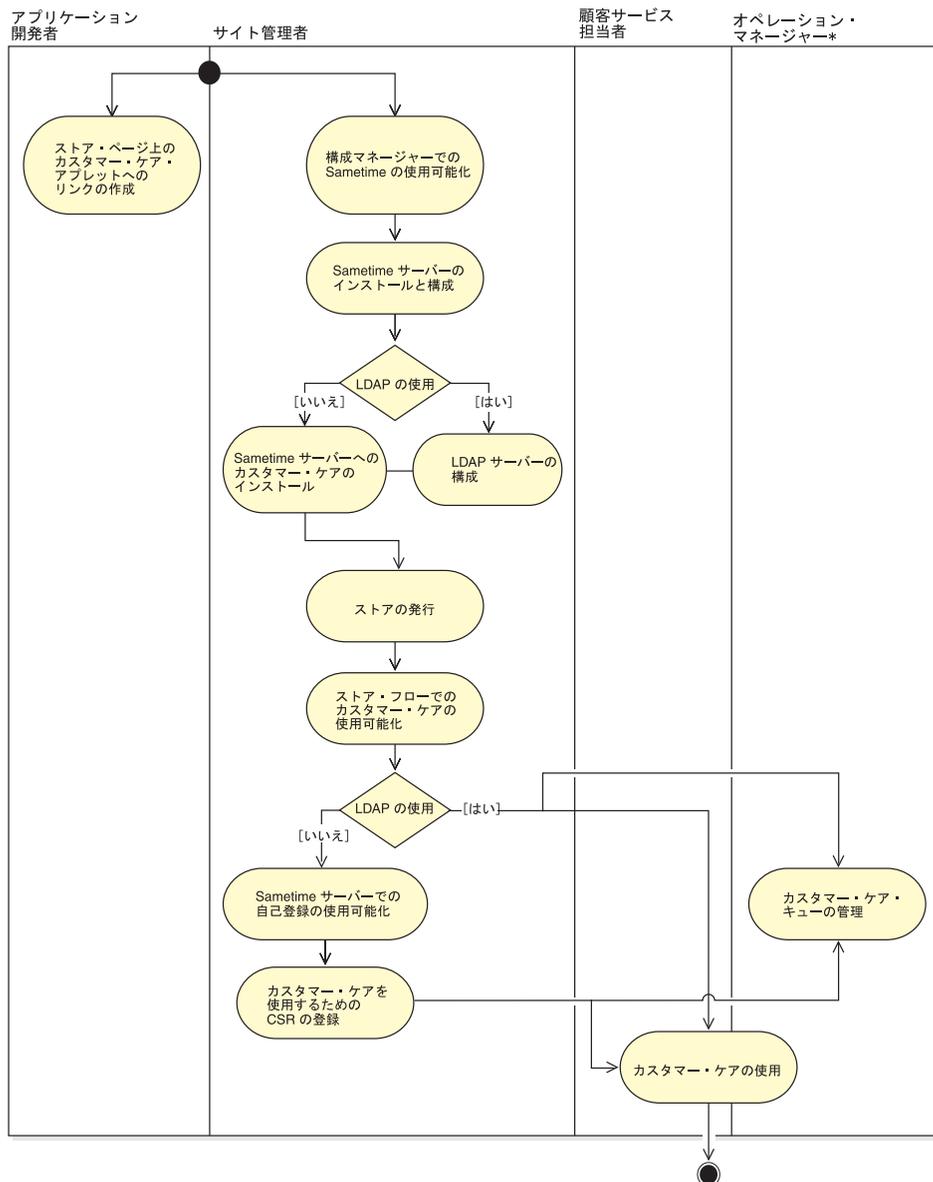
CSR は、WebSphere Commerce アクセラレーターを介してカスタマー・ケア・インターフェースにアクセスします。さらに CSR は、顧客が助言を必要としているストア・ページを見て、ショッピング・カートおよびプロフィール情報を検索することができます。このインターフェースを使用して CSR は、他の CSR とチャットすることもできます。

WebSphere Commerce アクセラレーターこのリリースの WebSphere Commerce から、カスタマー・ケア・フィーチャーがキューをサポートするようになりました。カスタマー・ケア・キューの主なフィーチャーは、次のとおりです。

- 複数のキューをサポートしています。CSR が、援助を待っている顧客のルーティングまたは優先順位付けをする機能もあります。オペレーション・マネージャーは、WebSphere Commerce アクセラレーターを使用して、CSR の作成、変更、削除、キューへの割り当てを実行できます。顧客サービス担当者は、自分のキューに割り当てられている顧客に対して選択的にサービスを提供できます。
- 顧客サービス担当者は、ストア内の顧客のカスタマイズ属性をモニターできます。

カスタマー・ケアのセットアップと使用

以下の図は、ストア内でカスタマー・ケアをセットアップして使用するプロセスをまとめたものです。それぞれのタスクの実行方法に関する詳しい説明は、86 ページの『段階的手順』のリストを参照してください。



段階的手順

実行できる内容		参照項目...
サイト管理者	Lotus Sametime サーバーとカスタマー・ケア・フィーチャーのインストールと構成	「 <i>WebSphere Commerce 追加ソフトウェア・ガイド</i> 」の中の『カスタマー・ケアのインストール (Installing customer care) 』
	カスタマー・ケアを使用するためのストアの構成	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の『 <i>WebSphere Commerce アクセラレーターを使用したストアの構成</i> 』
	顧客管理の設定 (モニター・タイプ、セッション限度、ショッピング・カート、 Sametime サーバー) の変更。	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の『 <i>管理者が行うことができる変更</i> 』また、「 <i>WebSphere Commerce 追加ソフトウェア・ガイド</i> 」も参照してください。
オペレーション・マネージャー	カスタマー・ケア・キューの操作	<ul style="list-style-type: none"> • カスタマー・ケア・キューの割り当て • カスタマー・ケア・キューの削除 • カスタマー・ケア・キューの新規作成 • カスタマー・ケア・キューの変更
顧客サービス担当者	サイト上の顧客を補助するためのカスタマー・ケアの使用	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の『 <i>カスタマー・ケアの使用</i> 』
アプリケーション開発者	ストア・ページ上でカスタマー・ケアを使用可能にします。	「 <i>WebSphere Commerce ストア開発者ガイド</i> 」および「 <i>WebSphere Commerce サンプル・ストア・ガイド</i> 」の中のカスタマー・ケアの項を参照してください。

第 12 章 オーダーの管理

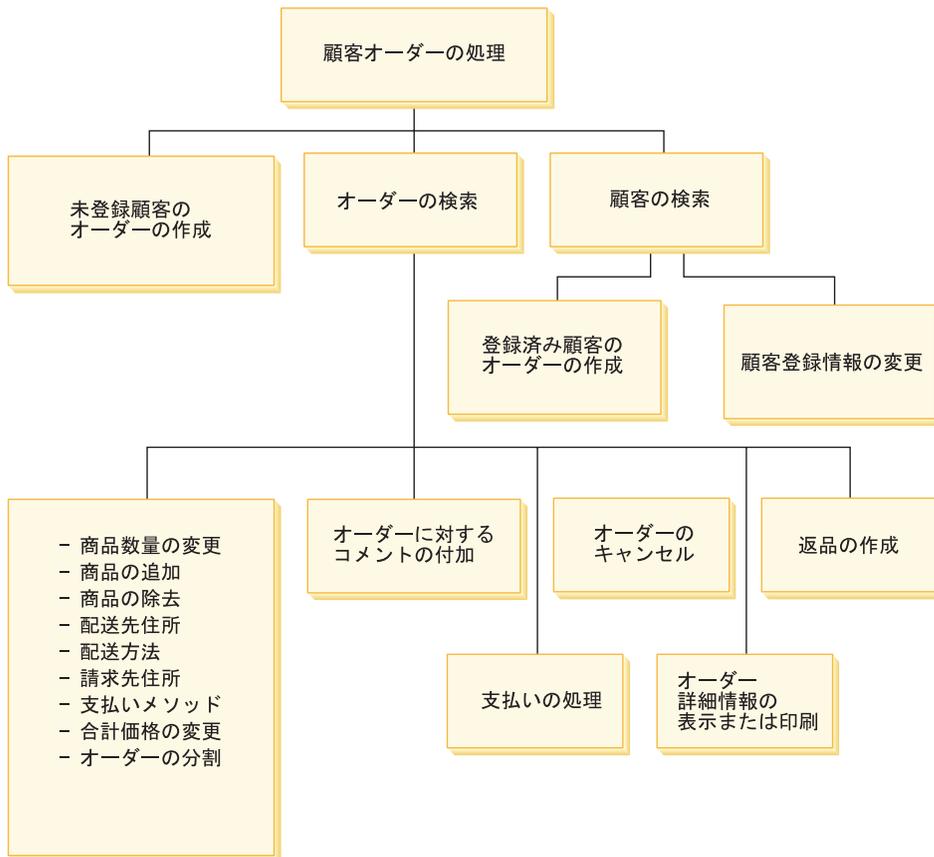
顧客サービス担当者 (企業間取引 (B2B) サイトの場合はアカウント担当者) は、オーダーの詳細情報を追跡したり管理したりすることができます。オーダーの詳細情報には、顧客、受け取り先、商品と数量、合計価格 (税と配送料を含む)、配送指定、支払いメソッド、および任意のコメントが示されます。

WebSphere Commerce ではオーダーとは、顧客が購入時に選択したかまたは実際に購入した 1 つ以上の商品、価格、および指定した数量のことです。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ができます。顧客オーダーには、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、支払い情報、税額と配送料、オーダー発行者によるコメントと価格調整が伴います。

この章では、以下のようなオーダー関連の通常のタスクを紹介します。

顧客オーダーの処理

下図は、一般的なオーダー関連のタスクを示しています。



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。また、オーダーをソートして、見つけ出したい情報をより明確に表示することもできます。たとえば、オーダー状況別またはユーザーの姓別にオーダーをソートすることができます。

オーダー状況のコードは、ユーザーが発注したオーダーを追跡するのに役立ちます。またオーダー状況コードを使用して、オーダーの進行状況を追跡することもできます。よく使用されるオーダー状況コードをいくつか以下の表に示してあります。

コード	名前	説明
I	送信済み	顧客は送信を完了したけれども、まだ支払いを行っていません。

コード	名前	説明
S	配送済み	オーダー・アイテムはすべて目録に記載されました。
X	キャンセル	オーダーはキャンセルされました。
R	リリース済み	すべてのオーダー・アイテムは、配送処理のためにリリースされました。
D	入金済み	支払いは資金化されました。

WebSphere Commerce データベース内のどのオーダーでも検索することができます。

顧客オーダーの変更

送信済みであってもまだ配送のためにリリースされていないオーダーに対しては、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。

オーダーのキャンセル

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。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入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記載した E メールを送るかどうかを選択できます。**オーダーをキャンセルした後で、リカバリーすることはできません。**

オーダーに対するコメントの追加

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、在庫不足のために配送を完了できない場合は、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。そのようにして、配送が遅れることを顧客に知らせます。

オーダーの支払い処理

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、WebSphere Commerce Payments が使用されます。顧客サービス担当者とアカウント担当者は、顧客オーダーの支払い状況を変更するために WebSphere Commerce アクセラレーターから WebSphere Commerce Payments にリンクできます。

未登録顧客のオーダーの作成

「ゲスト・オーダーの発行」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、支払いオプション、および任意入力の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。

登録済み顧客のオーダーの作成

「オーダーの発行」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、支払いオプション、および任意入力の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。

段階的手順

実行できる内容		参照項目...
顧客サービス担当者	オーダーの作成	<ul style="list-style-type: none">登録済み顧客のオーダーの作成未登録顧客のオーダーの作成ビジネス・ユーザーのオーダーの作成
	オーダーの変更 (商品の数量、商品の追加、商品の除去、配送先住所、配送方法、合計価格、支払いオプション、請求先住所、コメントの追加、分割、支払い処理)	<ul style="list-style-type: none">オーダーの変更
	オーダー情報の表示 (コメント、オーダー要約、要約、支払い状況、送り状、個人情報属性)	<ul style="list-style-type: none">オーダー情報の表示
	支払いの処理	<ul style="list-style-type: none">オーダーの支払いの処理オーダーの支払い処理の変更オーダーの支払い状況の表示
アプリケーション開発者	オーダー管理サブシステムのカスタマイズ	WebSphere Studio に統合されている WebSphere Commerce Studio のオンライン・ヘルプには、オーダー管理サブシステムに関する幅広い情報と拡張方法の説明があります。概念のナビゲーションからオーダー管理サブシステムを選択してください。

実行できる内容		参照項目...
サイト管理者	データベースからの失効オーダーの削除	「 <i>WebSphere Commerce 管理ガイド</i> 」の <i>Database Cleanup</i> ユーティリティーについての項を参照してください。

第 13 章 返品

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。

- 返品の処理

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。顧客サービス・スーパーバイザーは、システムで拒否されたすべての返品の承認を担当します。

返品理由

返品理由とは、商品が戻される可能性に関してストアであらかじめ定義された理由のことです。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、商品が正常に動かないという理由で顧客が商品を返品する場合でも、返品管理者は、実際には顧客が商品の使用指示に従わなかっただけで、商品の機能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を根拠とします。

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。返品管理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。

返品の処理

顧客は、購入商品に満足できなければ、自分のクレジット・カードまたは信用限度額に対するリファンドの形式で、元の購入代金のリファンドを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は返金されますが、配送料は必ずしも返金されるとは限りません。顧客が負担した配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のリファンドを要求した場合、店側はその食品の店への返送は要求しないと思われれます。

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、FashionFlow 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。FashionFlow ストアは、返品の手数料を請求することはありません。

返品商品取引許可 (RMA) が開始されるのは、商品が配送センターに返送されたときです。ストアによっては、顧客がストアに連絡して顧客サービス担当者に RMA の実行を求める必要がある場合と、返品された商品が配送センターに到着した時点で RMA が開

始される場合があります。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。

返品に関するビジネス・ポリシー

返品に関するビジネス・ポリシーでは、返品が受諾されるかどうか、返品が受諾される期間、および返品にかかる再入庫手数料が定義されます。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。

返品の金額

返品の金額は、返品された商品に対してリファンドされる額を指定します。手数料と、価格に対するリファンド額のパーセンテージもここに示します。

返品の承認

返品承認ポリシーには、商品が出荷された後の返品を受け付ける期間が規定されます。

返品支払いメソッド

リファンド支払いメソッド・ポリシーは、返品された商品に対する払い戻しをどのようにバイヤーが受けるかを定義します。

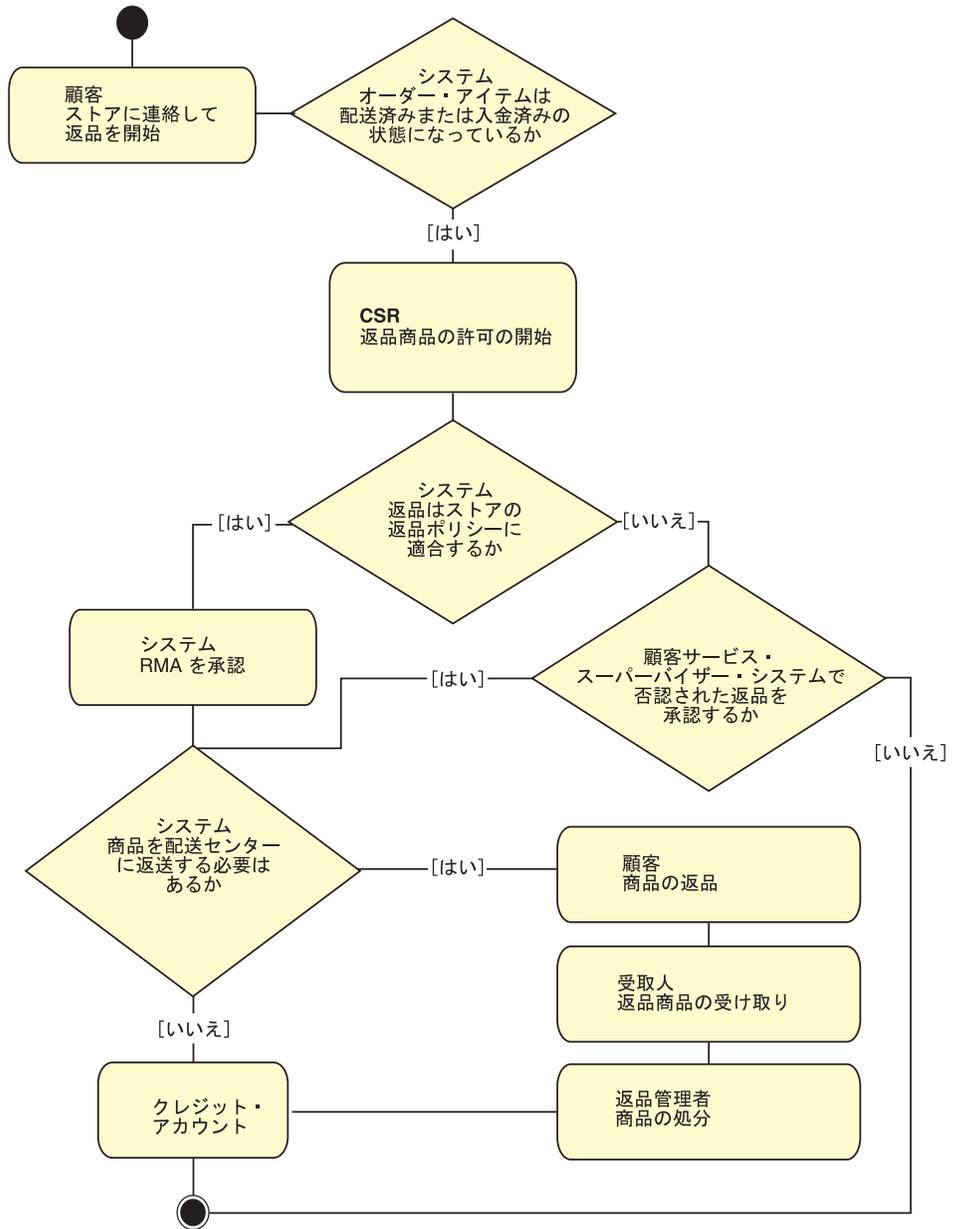
システムで拒否された返品

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。顧客サービス・スーパーバイザーの役割を割り当てられたユーザーは、システムで拒否された返品をすべて承認することができます。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。

- 商品管理ノートブックには商品は返品可能と指定されているが、顧客サービス担当者がその設定を指定変更した場合。たとえば、カスタマー・ケア・ノートブックでは返品可能と指定されている CD の場合に、配送中にその CD が損傷を受けたと顧客がストアに連絡してきたとします。これに対してストアは、顧客に商品をストアに返送させるのではなく、顧客に不良品の返送を要求しないで別の CD を配送することもできます。この場合に顧客サービス担当者は、CD を配送センターに返送する必要はないことを返品商品ノートブックに指示することができます。
- 返品された数量のほうが、配送済みの数量より多い場合。たとえば、顧客は 3 冊しか本をオーダーしていないのに、4 冊返送する場合などです。
- 実際の購入で支払った金額よりも、返金の要求金額の方が高い場合。たとえば、マーチャントは、顧客のクレジット・カードを許可する前にオーダーをその顧客宛てに出荷してしまったとします。その後、そのクレジット・カードが盗難にあった場合、マーチャントはそのクレジット・カードに対するデポジットを試みても、そのデポジットは失敗します。次に、顧客は商品をストアに返品したとします。しかし、マーチャントはクレジット・カードに対してデポジットを行っていないので、その返品はシステムによって否定されます。

- 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。
- 商品管理ノートブックに商品は返金不能と指定されている場合。たとえば、企業のアウトレットである Web サイトを通して販売されたコンピューター装置の一部の刷新部品には、返金不能のマークが付けられていることがあります。
- ストアは自動承認ポリシーを備えていないので、すべての返品を手動で承認する必要がある場合。

以下の図は、 WebSphere Commerce アクセラレーターを使用して返品を処理する方法をまとめたものです。



段階的手順

実行できる内容		参照項目...
顧客サービス担当者	返品を検索、返品のカンセル、返品の変更、返品の詳細情報の表示	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプ 中の『返品およびリファンド』
顧客サービス・スーパーバイザー	システムで拒否された返品 の承認	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプ中の『システムが拒否した返品 の承認』
物流管理マネージャー、オペレーション・マネージャー	返品のリasonコードのセット アップ	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプ中の『返品理由』
プロダクト・マネージャー	ストアで販売される商品の 返品基準の指定	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプ中の『商品の追加』
アプリケーション開発者	ストアの返品ポリシーの変 更	WebSphere Commerce スト ア開発者ガイド

第 14 章 マーケティング

WebSphere Commerce では、必要な変更を加えるように情報技術部門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、簡単にマーケティングと個人情報設定を行えるようになっていきます。マーケティング・マネージャーは、様々な顧客プロファイ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。

- 割引
- e-マーケティング・スポット
- 顧客プロファイ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

割引

割引を実施することで、顧客の購買意欲を高めることができます。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 アクセラレーターの「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・マネージャー、およびセールス・マネージャー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 (サイト管理者が) 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できます。これらの割引は正しく機能しますが、WebSphere Commerce アクセラレーターでは正しく表示されない可能性があります。

割引は、アクティブまたは非アクティブのどちらにでもすることができます。作成時のデフォルトでは割引はアクティブに設定されますが、WebSphere Commerce アクセラレーター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。

WebSphere Commerce で割引をインプリメントする方法には、次の 2 通りがあります。

スキーマ・ベース・システム

WebSphere Commerce データベース内のテーブルを使用する定義済みの割引。旧バージョンからアップグレードされるサイトでは、スキーマ・ベース割引システムが保持されます。

ルール・ベース・システム

割引は、WebSphere Commerce Server のルール・サーバーにおける規則です。新規のサイトを作成する場合、ルール・ベース割引システムをインプリメントしなければなりません。割引のタイプによっては、スキーマ・ベースの割引システムでは使用できないものもあります。

割引を利用できるのは、消費者向け、B2B 向け、ホストされるストア、サプライヤー用のホストされるストア、販売店用のホストされるストアの各ビジネス・モデルにおいてです。

割引タイプ

以下のリストは、WebSphere Commerce で利用できるさまざまな割引タイプを示しています。

以下の割引は常に使用することができます。

- 購入合計に対するパーセンテージ割引
- 購入合計に対する固定額割引
- 商品ごとの割引のパーセンテージ
- 商品ごとの固定額割引
- 限定商品の固定額割引

以下の割引を使用できるのは、ルール・ベースの割引を使用している場合だけです。

- オーダー・レベルの配送料金割引
- アイテム A を X 個購入すると、もう 1 つ A が無料で与えられる。
- 商品またはアイテム A、B、または C を購入すると、景品として D が与えられる。

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。

広告割引

WebSphere Commerce アクセラレーターのマーケティング・ツールを使用して、割引を宣伝することができます。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リングするときに、それを選択します。

一連の顧客に対する割引のターゲット設定

ある特定の顧客グループを割引のターゲットとするには、顧客プロフィールを作成する必要があります。以下の表は、使用する計算メソッドごとの相違（商品レベルの割引）と計算結果を示しています。

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。

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	シンプル	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
	複数範囲	0~39.99 ドル	割引なし	$[(4 \times \$10) + (3 \times \$20)] \times (1 - 10\%)$	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	シンプル	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
	複数範囲	0~99.99 ドル	割引なし	$[(4 \times \$10) + (3 \times \$20)] - \$10$	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		
商品ごとの割引のパーセンテージ	シンプル	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
	複数範囲	本 1 ~ 5 冊	1 冊につき 10% の割引	$[4 \times (\$10 \times \{1 - 10\%\})] + (3 \times \$20)$	96 ドル
		本 6 冊以上	1 冊につき 20% の割引		

割引タイプ		ルール		計算	結果
商品ごとの 固定額割引	シンプル	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	本 1 ~ 5 冊	本の小計から 10 ドルの値引き	$[(4 \times \$10) - \$10] + (3 \times \$20)$	90 ドル
		本 6 冊以上	本の小計から 20 ドルの値引き		
限定商品ごとの固定額割引	複数範囲	本 1 ~ 5 冊	1 冊につき 3 ドルの値引き	$[4 \times (\$10 - \$3)] + (3 \times \$20)$	88 ドル
		本 6 冊以上	1 冊につき 6 ドルの値引き		

段階的手順

実行できる内容	参照項目...	
サイト管理者	ルール・ベースのマーケティング・コンテンツの割引の使用可能化	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の『 <i>WebSphere Commerce</i> の個別化された販売促進コンテンツの使用可能化』
	ルール・ベースの割引の自動化	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の『ルール・サービスの状況の確認』
	ルール・ベース・データの管理	<ul style="list-style-type: none"> • ステージング・サーバーから実動サーバーへのルール・ベース割引の伝搬 • ルール・ベース割引を設定されたステージング・サーバーの保守 <p>上記については、WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプを参照してください。</p>

実行できる内容		参照項目...
セラー、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	カタログ・エントリー (商品、SKU、パッケージ、またはバンドル) に対する割引コードの割り当て	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプ
	割引コードの作成、アクティブ化、非アクティブ化、または削除	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプ
	オーダー・レベルの割引の作成	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプ
	商品レベルの割引の作成	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプ
アプリケーション開発者	割引データ・モデルの理解	計算ルール - WebSphere Commerce Studio のオンライン・ヘルプの中の割引データ・モデル
	サンプル・ストアでの割引のインプリメンテーションの理解	「WebSphere Commerce サンプル・ストア・ガイド」の中の『事前定義割引の構成およびアクティブ化』

e-マーケティング・スポット

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。

アプリケーション開発者は、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している間に、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・スポットを配備することができます。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せん。



e-マーケティング・スポットに広告を挿入する場合、その e-マーケティング・スポットに配置する広告コピーを定義しなければなりません。

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ス、および販売促進テキストが示されます。

顧客プロフィール

顧客プロフィールは、共通特性を持つ顧客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、購入ヒストリー情報、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、このプロフィールにさらに手を加えて、年齢の要件に加えて中高年の女性を指定すれば、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」ページは、現在のストアの定義済みの顧客プロフィール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表示されます。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。取引管理マネージャーとマーケティング・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。登録ページを的確に設計して、顧客に情報の入力方法を指示すれば、後で問題が起きないようにすることができます。以下の点に注意してください。

- スtringが正確に一致して、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。すべての見込み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、居住市町村、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。

- スtring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。電話番号に 905 の 3 桁が使われているすべての顧客がプロフィールに組み込まれます。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) と指定されているのに、顧客が 905 と入力した場合、その顧客はプロフィールから除外されます。このような問題が起きないようにするには、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。アプリケーション開発者は、「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、顧客への上位商品販売または関連商品販売を試みます。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・カートの中身に基いて決まります。

協カフィルター・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、顧客への上位商品販売または関連商品販売を試みます。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、設定しておく必要があります。

顧客キャッチ広告

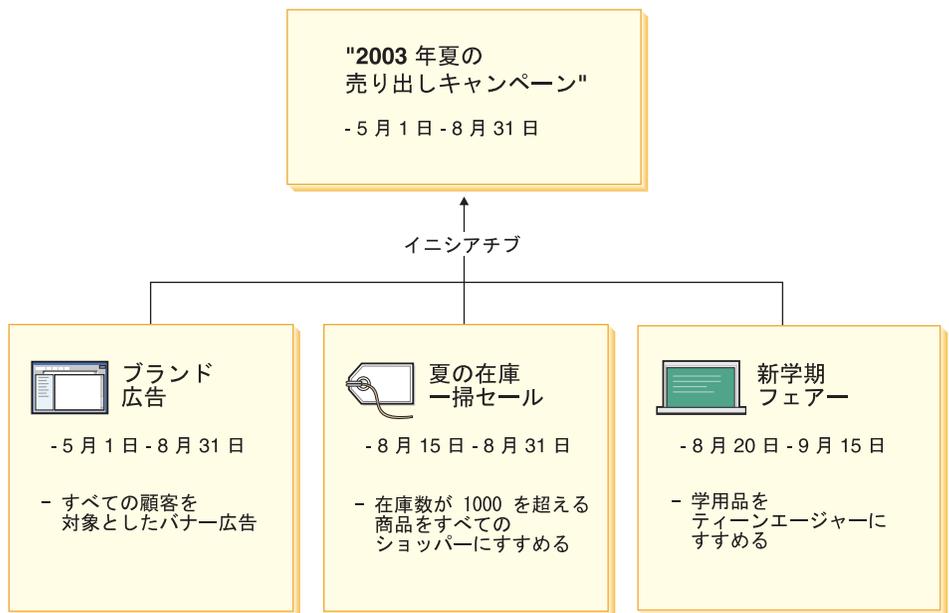
これを使用して、顧客の意識を高めるために設計された広告を表示します。たとえば、顧客キャッチ広告によって、今後のイベントについて顧客に知らせたり、ブランドに対する意識を高めたりします。

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。

お勧め商品提示販売

下図は、キャンペーンとそれに付随したイニシアチブの関係を示すものです。

WebSphere Commerce キャンペーン



この図は、「2003 年夏の売り出しキャンペーン」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付いています。

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

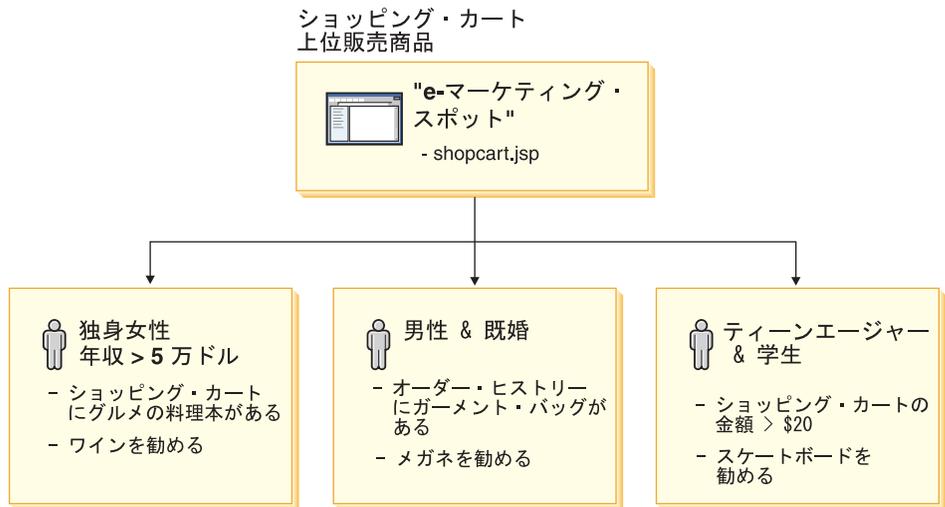
これは、お勧め商品提示商法のイニシアチブです。すべての顧客プロフィールをターゲットにしており、在庫数が 1000 を超えるすべての商品をお勧めします。夏の在庫一掃セール・イニシアチブの開催期間は 8 月 15 日から 8 月 31 日までです。

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販売イニシアチブ

次の図は、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か上がります。



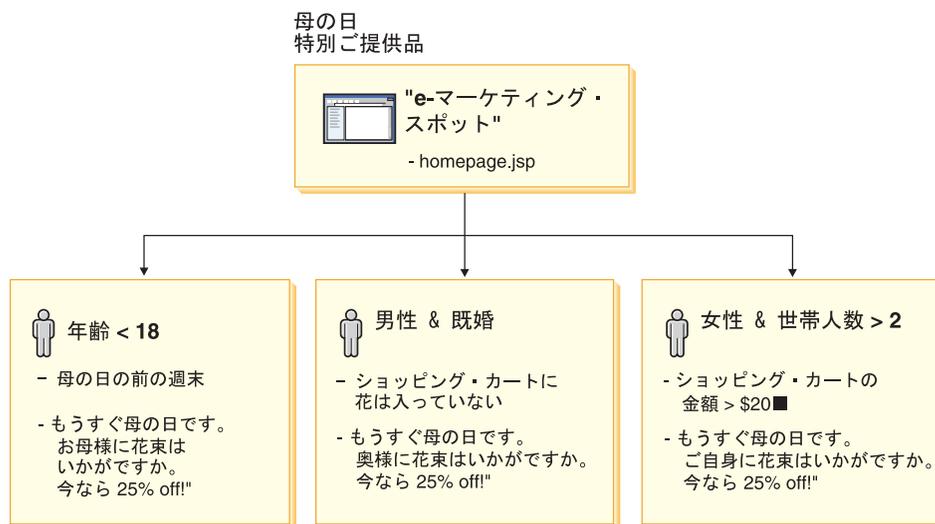
このページには、定義された e-マーケティング・スポットがあります。この e-マーケティング・スポットは、お勧め商品提示商法イニシアチブに対応しています。e-マーケティング・スポットが関連付けられたイニシアチブには、図の各行で示している 3 つの条件があります。条件は、ターゲットとする顧客プロフィール、条件が当てはまる状況、条件が当てはまる場合に表示するお勧め商品を指定します。このページが表示されると、以下の 4 項目のいずれか 1 つが生じます。

- 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、オーダー履歴にガーメント・バッグがあれば、サ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・カートの現在の金額が 20 ドルを超えていれば、スケート・ボードをお勧めします。
- 顧客がいずれのプロフィー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。条件はその回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。

下図は、e-マーケティング・スポット、顧客プロフィール、および顧客キャッチ広告のイニシアチブの間に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。



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、図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、母親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、妻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認知広告を含め、マーケティングの技法が集大成されます。キャンペーンとは、マーケティングへの積極的な取り組みを表し、通常は新学期キャンペーンやクリスマス・キャンペーンのように、特定の行事または目的に関係付けられています。顧客ごとに個別設定されたコンテンツを生成するためのルール・ベース処理は、イニシアチブとその条件によって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 data bean に入れます。アプリケーション開発者は、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。

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。このリストでは、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などのその他のアクションを実行することもできます。

販売促進

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高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(商品タイプ条件と呼ぶ)、カテゴリー、あるいは購入合計(オーダー・タイプ条件と呼ぶ)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した人にはすべて、野球キャップの購入時に 3 ドルの値引きを提供することができます。

ストアフロントで Web を介するか、または E メールを通して、顧客に対してクーポンを提供することができます。クーポンの入手法がどれであっても、顧客はチェックアウトのときにクーポンを償還することができます。

クーポン販売促進を利用できるのは、消費者向け、B2B 向け、および販売店用のホストされるストアの各ビジネス・モデルにおいてです。

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。顧客は E クーポンによって、オーダーの一部または全部のアイテムに対する割引を受けられます。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。

クーポンのタイプ

- 商品価格に対する値引きのパーセンテージまたは金額
- 個々のカテゴリーの商品のパーセンテージまたは金額
- オーダー合計価格に対する値引きのパーセンテージまたは金額

クーポンに関連した計測値

- クーポンでの償還を伴って販売された商品またはカテゴリーの数
- クーポンでの償還を伴った商品またはカテゴリーで生じた売上
- クーポンでの償還を伴ったオーダーで生じた売上

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、システム内で固有識別できるクーポン販売促進のインスタンスです。

クーポン・ウォレット

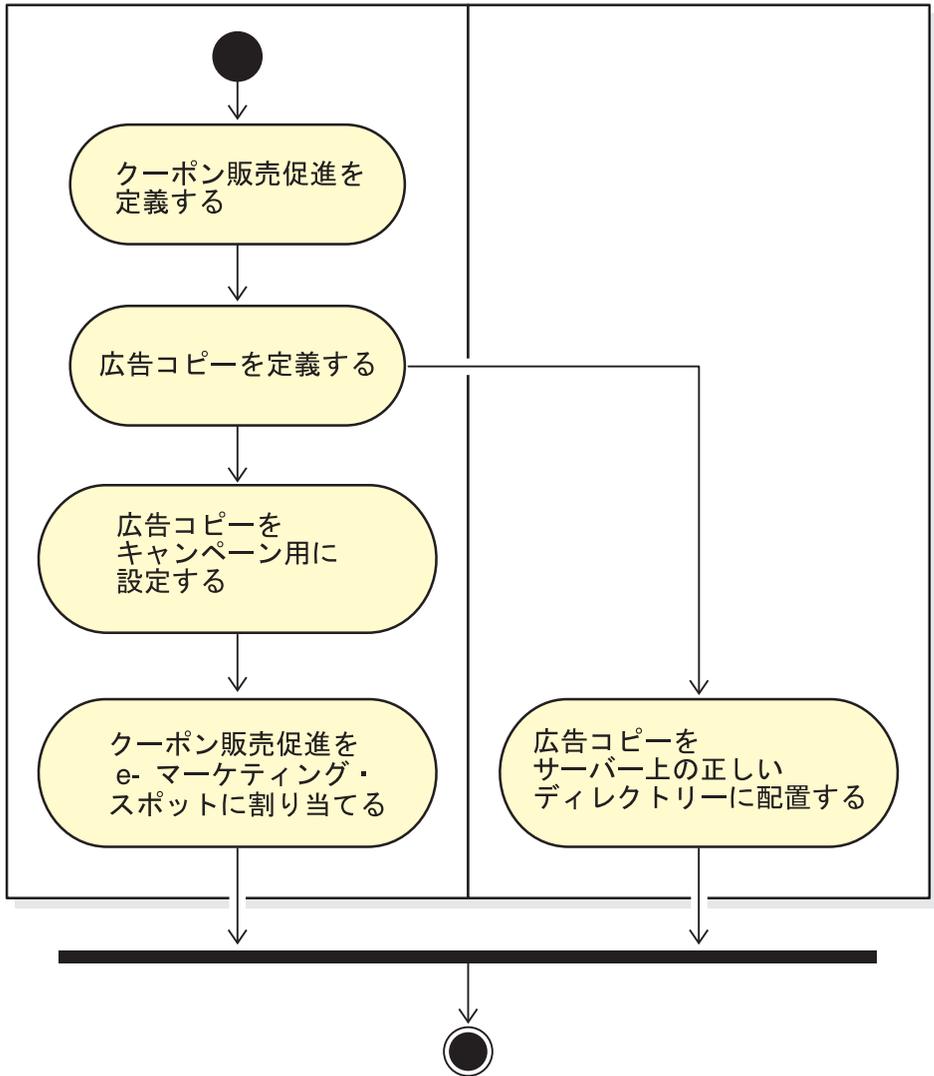
登録済み顧客またはゲスト顧客の E クーポンのコレクション。

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。

マーケティング・マネージャー

サイト管理者



クーポン販売促進の定義

1. 名前、説明、通貨などの、クーポン販売促進の一般特性を定義します。
2. クーポン販売促進が有効である期間を定義します。クーポン販売促進は、開始と終了の時期を定義されることも、ずっと有効のままであることもあります。

3. クーポン数を定義します。数を限定してクーポンを定義することも、数を限定しないで定義することもできます。
4. 次のような、顧客がクーポンを受けるための条件を定義します。

商品タイプ

顧客は特定の商品または SKU を購入する必要があります。

カテゴリ・タイプ

顧客は、最低購入額または最高購入額の条件を満たす必要があります。

最低額の条件

クーポン割引を受けるための条件を満たすのに必要なカテゴリ別の最低購入額。

最高額の条件

(オプション) クーポン割引を受けるための条件を満たすのに必要なカテゴリ別の最高購入額。

オーダー・タイプ

顧客は、最低または最高のオーダー額の条件を満たす必要があります。

最低額の条件

クーポン割引を受けるための条件を満たすのに必要な最低購入額。

最高額の条件

(オプション) クーポン割引を受けるための条件を満たすのに必要な最高購入額。

5. 次のように、どのように調整が行われるかを指定します。

商品ごとの割引のパーセンテージ

選択対象の各商品ごとに設定された割引のパーセンテージ。

商品ごとの固定値引き額

各商品の購入に対する合計割引額。

オーダーの合計に対する割引のパーセンテージ

オーダーの合計に対して一定のパーセンテージの割引を与えます。

オーダーの合計に対する固定額の割引

オーダーの合計に対して固定額の割引を与えます。

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の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作成します。

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 クーポンに使用されるテキストとグラフィックスをキャンペーン・イニシアチブで使用できるようにし、E クーポン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、104 ページの項に説明されています。
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. 登録顧客またはゲスト顧客は、バナー広告をクリックして E クーポン販売促進の活動を利用します。

WebSphere Commerce は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・ウォレットに追加します。

2. 顧客は、E クーポンのリンクをクリックします。

すべての有効な E クーポンが表示されます。

3. 顧客は、現在のショッピング・カートの内容に対して適用できる E クーポンをチェックします。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 クーポンを適用します。

割引は、「オーダー・チェックアウト」ページに表示されます。

段階的手順

実行できる内容		参照項目...
プロダクト・マネージャー	WebSphere Commerce アクセラレーターを使用して、クーポン販売促進の作成と削除を行います。	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の『クーポン販売促進』
顧客サービス担当者	顧客オーダーの処理時にクーポンを償還するには、WebSphere Commerce アクセラレーターを使用します。	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の『オーダーの合計価格の変更』
アプリケーション開発者	クーポン・データ・モデルの理解	WebSphere Commerce Studio のオンライン・ヘルプの中の『E クーポン・データ・モデル』
	サンプル・ストアでのクーポンのインプリメント方法の理解	「WebSphere Commerce サンプル・ストア・ガイド」の中の『クーポンの作成と使用』

第 15 章 取引管理

この章では、WebSphere Commerce の取引管理機能について説明します。取引管理構成は、顧客に対する商品とカテゴリのプロモーションを企業が改善するための手段となります。

WebSphere Commerce で利用できる取引管理には次の 2 種類があります。

- 取引管理アソシエーション
- ショッピング・メタフォー

取引管理アソシエーション

取引管理アソシエーションとは、販促目的でさまざまなカタログ・エントリーを組み合わせることを意味します。このアソシエーションでは、商品どうしの望ましい関係がモデル化されています。商品の拡販活動ではストアの販売額の増大が図られるのと同様に、取引管理アソシエーションでは、選択されたカタログ・エントリーの相互の関係が定義されます。関連商品販売、上位商品販売、およびお勧め付属品などの販売促進アソシエーションに加えて、必要とする、一時的な、なし、および付属 といったキーワードによって取引管理関係の補足的な具体情報が強調されます。

取引管理アソシエーションは、ソースのカタログ・エントリーとターゲットのカタログ・エントリーで構成されます。ソースのカタログ・エントリーが、取引管理アソシエーションの起点になります。ソースと定義されたカタログ・エントリーを選択すると、定義済みの関係を表示することができます。ターゲットのカタログ・エントリーとは、取引管理アソシエーションの末尾にある販売促進カタログ・エントリーのことです。

取引管理アソシエーションは、e-マーケティング・スポットに表示されます。

以下のタイプの取引管理アソシエーションのうちの 1 つを作成することができます。

関連商品販売

すでに選択済みのカタログ・エントリーに基づいて、別のカタログ・エントリーを推薦します。たとえば、マーチャントは、デジタル・カメラが購入されたときは高解像度のカラー・プリンターを推奨し、フラッシュライトが購入されたら特定のタイプのバッテリーを推奨することができます。

上位商品販売

すでに選択済みのものに基づいて、それより上位のカタログ・エントリーを推薦します。たとえば、ローエンド・モデルのテレビが選択されたら、マーチャントは、それより品質の高いテレビを推奨することができます。

付属品 選択されたカタログ・エントリーに対する補足として、付属品を推薦します。

たとえば、ビデオ・ゲーム・システムが選択されたら、マーチャントはさらに別のゲーム・コントローラーを推奨することができます。

代替商品

ある 1 つの商品と、機能的にはそれと同等の別の商品 (つまり、Duracell -> Energizer バッテリー) との関係。

交換商品

既存の商品とそれに置き換わる予定の商品との関係。新規に導入された商品によって、製造中止になった商品が置き換えられます。(つまり、Panasonic DVD A100 は A101 に置き換えられます)。

アプリケーション開発者は必要に応じて、下位商品販売などの他のタイプのアソシエーションに合うように取引管理アソシエーションをカスタマイズすることができます。

段階的手順

実行できる内容		参照項目...
アプリケーション開発者	取引管理アソシエーションの表示のためのストア・ページの修正	WebSphere Commerce Studio のオンライン・ヘルプの中の『JSP ファイルへの EMarketingSpot bean の追加』
	取引管理アソシエーションのインプリメンテーションの理解	WebSphere Commerce Studio のオンライン・ヘルプの中の『取引管理アソシエーション・データ・モデル』
セラー、バイヤー (購買サイド)、カテゴリー・マネージャー、またはプロダクト・マネージャー	取引管理アソシエーションの検索、作成、変更、または削除	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の『取引管理アソシエーション』
販売店	販売店の取引管理アソシエーションの作成または変更	<ul style="list-style-type: none"> 販売店の取引管理アソシエーションの作成 販売店の取引管理アソシエーションの変更 上記については、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

商品アドバイザーは、インタラクティブなオンライン商品カタログを作成するのに使用するツールです。このカタログには、いわゆるショッピング・メタフォーという、顧客が目的のものを見つけ出すさまざまな方法が備わっています。商品カテゴリーに関する知識のほとんどない顧客は、ガイド付き販売メタフォーを使用することができます。これは、一連の質疑応答を経て顧客を目的の商品へと導いていきます。十分な知識を持っている顧客は、商品探査メタフォーを使用して、希望する商品のフィーチャーをリストから選択することができます。顧客は、上記の方法のいずれかを使用して選択範囲を絞り込んだら、商品比較メタフォーを使用して、似通った商品を並べて比較することができます。商品アドバイザーによってすべての顧客の権利設定が検査されるので、顧客が見る権利を設定されている検索結果だけが表示されます。

商品アドバイザーでは、2通りの検索方法を使うことができます。

分離検索スペース

別種のテーブルがデータベースに追加されて、既存の商品データが再フォーマットされることで、個々のカテゴリーに重点を置く最適化パラメトリック検索が使用可能になります。カテゴリーと属性に関する情報は、基本データベース表から分離されます。

基本検索スペース

インスタンスの構成時に作成された WebSphere Commerce データベースを検索します。

どちらの検索スペースの場合も、データベースの商品アドバイザー：テーブル内にさらに別の属性メタデータを移植する必要があります。WebSphere Commerce アクセラレーターを使用するか、またはスケジューラー・コマンドを使用して、検索スペースを作成します。商品アドバイザーには、いずれの検索スペースの作成プロセスの自動化にも役立つスケジューラー・コマンドが組み込まれています。各自の要件を満たすためのスケジューラー・コマンドへの入力として使用する XML ファイルを作成する必要があります。

顧客は、ショッピング・メタフォーを使用し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、次のようにそれぞれ独自の方法でカタログ・データを表示します。

商品比較

「商品比較」メタフォーは関連しあった商品を並べて表示するので、顧客はそれぞれ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」メタフォーを利用して、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。任意の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。どの質問に対しても、いくつの応答を作成してもかまいません。応答を行うたびに、次の質問が現れます。

顧客が質問に次々に答えていくと、各応答によって提供された情報が収集されます。応答と一致する商品のリストが徐々に絞り込まれて決定されます。顧客は選択しただけで、いつでもこのリストを表示できますが、質疑応答を続けることもできます。デフォルトでは、有効な最後の質問に対する応答が、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。

メタフォーを作成するには、WebSphere Commerce アクセラレーターのツールを使用しますが、管理コンソールからスケジュール・コマンドを実行することもできます。スケジュール・コマンドを使用してメタフォーを作成する場合、そのスケジュール・コマンドへの入力として使用される XML ファイルを作成する必要があります。

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ときの参考として、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削除したりする際に、商品のフィーチャー値をベースにします。複数の商品をそれぞれ区別するには、多様なフィーチャーが商品になければなりません。

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。メタフォーはこの種のフィーチャーに基づいて、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 128 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と表明したとします。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。このため、ショッピング・メタフォーを作成するときは、まず顧客が行う商品の区別を想定したフィーチャーを推定して定義します。

カタログ階層

カタログ階層では、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なければなりません。

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てください。

「セールス・アシスタンス」メタフォアの質疑応答フローの設計

このメタフォアには、営業担当者の知識を取り込む必要があります。このため、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仰いでください。

段階的手順

実行できる内容		参照項目...
アプリケーション開発者	商品アドバイザーのインプリメンテーションの理解	<ul style="list-style-type: none">商品アドバイザー商品アドバイザー・データ・モデルサンプル JSP ファイル 上記については、 WebSphere Commerce Studio のオンライン・ヘルプを参照してください。
セラー、バイヤー (購買サイド)、カテゴリ・マネージャー、またはプロダクト・マネージャー	ストアでのショッピング・メタフォアの使用	<ul style="list-style-type: none">商品アドバイザー商品比較メタフォアの作成商品探査メタフォアの作成カテゴリ別のガイド付き販売の作成商品アドバイザーの検索スペースの作成 上記については、 WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプを参照してください。

第 16 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導入するのに理想的な環境を提供します。

WebSphere Commerce オークションの作成と管理は、簡単です。プロダクト・マネージャーは、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を使用して、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、オークション ID、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。

オークションを利用できるのは、消費者向け、企業向け、企業向け間接販売店マーケットプレイス、ホストされるストアをホスティングする企業向け間接販売店、および企業向け間接サプライヤーのホストされるストア、の各ビジネス・モデルにおいてです。

オークション参加者のためのフィーチャー

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。

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、デポジット額の権利を失います。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、WebSphere Commerce Payments はそのデポジットを処理しません。デポジットを処理したい場合には、デポジット処理をインプリメントする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
- 終了予定日時などの、オークションの終了について定めた条件
- 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のルール。入札ルールは、オープン・クライ・オークションとシールド入札オークションに適用されます。
- 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、様々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、自分の落札額ごとの価格を支払います。

一律価格設定

オークションの落札者は、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入札オークションでは、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・ルール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・ルール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。

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れば、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削除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表示されます。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を行うことができます。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で、同じ記載内容の 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、誰でもすべての入札を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、最終の入札の送信から、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延長できます。その場合、応答と入札の送信のために顧客に与えられる時間が長くなります。

シールド入札

単一ラウンドのシールド入札オークションは、プライベート入札処理を使用します。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。シールド入札オークションは、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。シールド入札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
- 送信の締切が長い場合、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

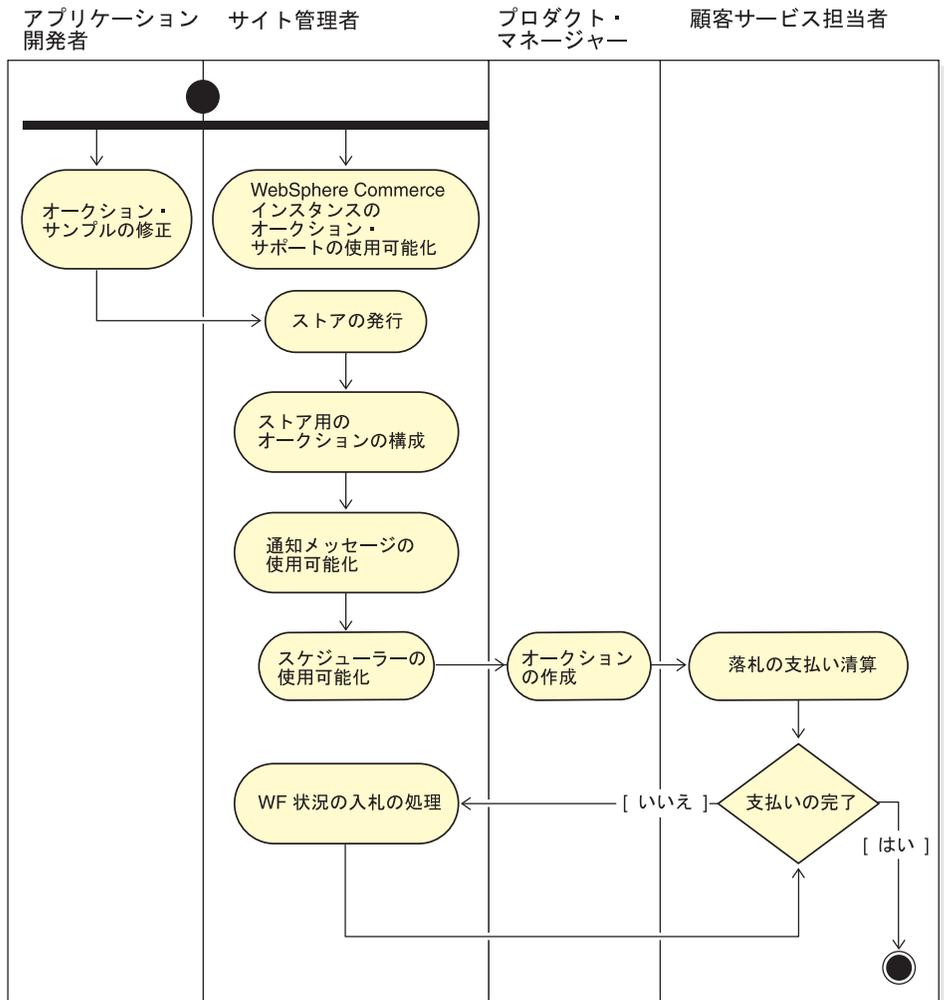
ダッチ・オークションでは、管理者が価格を公表して、その価格で取引に応じる参加者があるかどうかを問い合わせます。オープン・クライ・オークションとシールド入札オークションでは、参加者が入札価格を提示します。オークションは高い入札価格で開始され、入札者の人数が在庫を一掃するのに十分の数になるまで価格が下げられます。

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を同時に実行できます。

WebSphere Commerce オークションのセットアップ

下図は、ストアでのオークションのインプリメントと保守に携わる人たちを示しています。



ストア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・フォーラム機能も関与します。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。

プロダクト・マネージャーまたはバイヤー（販売サイド）の役割を担うユーザーは、以下のタスク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

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。

CSR は、以下の情報をはじめとするオークションの詳細情報を表示することができます。

- オークション ID (オークションを固有識別する)
- 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、シールド入札オークション)
- オークションの商品を固有識別する商品の SKU
- オークション状況
- オークションでの商品の数量

CSR は以下のタスクも実行できます。

- 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

段階的手順

実行できる内容	参照項目...
アプリケーション開発者 オークション・サンプル・ページの修正	WebSphere Commerce のサンプル・ストアには、サンプル・オークション・ページが用意されています。各モデルについては、BusinessIndirectReseller.sar などの SAR ファイルを調べてください。 サンプル・ストアについては、「WebSphere Commerce サンプル・ストア・ガイド」を参照してください。
サイト管理者 サイトでオークションを利用するためのインフラストラクチャーのセットアップ	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプ WF の状況をもつ入札の処理 オークションの通知メッセージの使用可能化 WebSphere Commerce アクセラレーターを使用したストア・フローの構成
サイト管理者 データベースの保守	「WebSphere Commerce 管理ガイド」の『Database Cleanup ユーティリティ』を参照してください。
サイト管理者 トラブルシューティング	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプ WF の状況をもつ入札の処理
プロダクト・マネージャー、バイヤー（販売サイド）	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプ 既存オークションの変更 入札の管理 参加者の入札の撤回 ディスカッションの管理 オークションの撤回 オークションでの入札の終了
顧客サービス担当者	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプ ディスカッションの管理 参加者の入札の撤回

第 17 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 の運用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 には次の 2 種類のレポートがあります。

ビジネス・インテリジェンス・レポート

WebSphere Commerce のオプション・コンポーネントである WebSphere Commerce Analyzer は、ビジネス・インテリジェンス・レポート作成機能を増強するコンポーネントです。

運用レポート

在庫、商品、返品、契約管理、および商品アドバイザーの使用法に関するレポートを提供します。これらのレポートを運用レポートと呼びます。

分析とビジネス・インテリジェンス

WebSphere Commerce Analyzer は、e-commerce の結果を分析するための一連の包括的なツールです。特に、WebSphere Commerce Analyzer のデータマートには、WebSphere Commerce のオペレーショナル・データから抽出した情報が入っているため、ビジネスに関する幅広い情報を入手できるようになっています。ビジネス・ユーザーは、送られてくる分析用レポートを活用して、経済情勢や顧客特性の把握、業務に関するよりよい決定、戦略の策定、業務改善方法の習得などに努めることができます。

旧リリースの WebSphere Commerce では分析レポートは、WebSphere Commerce Analyzer Entry Edition を使用して実行されていました。しかし、データに関するより深い洞察や、経済情勢に関するより正確な理解が必要になってきています。データ・マイニングとビジネス・インテリジェンスは WebSphere Commerce の不可欠なコンポーネントであるため、WebSphere Commerce Analyzer は旧リリースから大幅に機能を強化して、データ分析用の多彩なツール群とレポート・テクノロジーの両方を備えるようになりました。拡張されたフィーチャーは次のとおりです。

- データマート。これは、別個のサーバーにインストールされますが、ここでは、WebSphere Commerce 操作可能システムのパフォーマンスに影響を与えないで、詳細なデータ分析とレポート作成を実行できます。データマートは、拡張可能な事前定義済みレポート・テーブルを使用して設計されており、比較目的の履歴データを示します。
- WebSphere Commerce の操作可能データベースからデータマートへのデータの抽出、変換、およびロードのための一連のツール。この抽出ツールには、カスタム・データの要件に合わせて簡単に拡張できる事前定義の抽出機能が付属しています。

- データマートに照らし合わせたビジネス・インテリジェンスの分析のための一連のデータ・マイニング・ツール。このデータ・マイニング・テクノロジーでは、他のものであったら見つからなかったかもしれないデータの傾向と特性を見つけ出すことができるので、高い商業価値をもたらす洞察が可能になります。
- Reporting Framework では、分析レポートの広範囲にわたるリストがユーザーに示されます。16 種類のカテゴリーに分かれた 250 を超えるレポートが作成されるので、ユーザーが特に関心を抱く分野に必要なデータを必ず得ることができます。この Reporting Framework は WebSphere Commerce Analyzer に付属しているので、社内で既存のレポートを変更するか、または新規に作成すれば、システムを使用して配信されるレポートを拡張することができます。この Reporting Framework は、旧リリースに備えられていた Brio Broadcast Server に取って代わる製品です。さらに堅実なレポート機能が必要な場合、数社の業務用レポート製品のベンダーから、レポート統合キットが市販されることになっています。
- データマートにはクリック・ストリーム分析機能が組み込まれているので、従来のデータとクリック・ストリーム・データを詳細に分析することができます。それによって、機能とプロセスに関する洞察をよりいっそう深めることができます。
- マーケティング・マネージャーはこの精巧なデータ・マイニング・テクノロジーを使用して、データにおける傾向を特定して、その傾向に当てはまる顧客プロフィールを確認することができます。たとえば、以前の販売促進で 1 つ以上のアイテムをオーダーして、至急配達を利用した顧客セグメントを見つけ出したいとします。データ・マイニングを使用すると、モデル内に指定した特性に合致する結果を動的に探し出すことができます。用意された事前定義モデルは 26 種類あり、それにいくつでもモデルを追加することができます。顧客プロフィールを基にして、WebSphere Commerce アクセラレーターの販売促進またはキャンペーンの機能内にユーザー・リストが作成されて、閉じたループ分析が可能になります。

閉じたループ分析

閉じたループ分析は、迅速な「アクションにあわせた分析」テクノロジーとして機能します。閉じたループ分析では、拡張データ・マイニングの分析結果がそれぞれ統合されるので、マーケティング・マネージャーは、WebSphere Commerce Analyzer のデータ・マイニング機能によって生成されたセグメントに基づいて明示的な顧客プロフィールを作成することができます。

この閉じたループ機能を使用して、明示的に対象と指定された顧客リストの作成を自動化すれば、WebSphere Commerce Analyzer と WebSphere Commerce の間の手動ステップが減少します。さらに正確な顧客プロフィール（明示的なプロフィール）を作成するには、WebSphere Commerce Analyzer によって生成されたセグメント（メンバー・リスト）を使用します。

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、契約上の値の最適化および最大化を行うことができます。顧客についての理解を深めて、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可能性を最大化することができます。また、わずかな動向パターンや重要な購入傾向も見逃さずに、商用アクティビティを最適化することができます。そして、隠れた傾向と情報を処理して実際の数値を明らかにすることで、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迅速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。

アカウントのオーダー

オーダーを見直して、選択された勘定残高を確認します。

アカウント別の限定仕入れオーダーの限度

現在の残高と、選択されたアカウントの限定仕入れオーダーの限度額を確認します。

アカウント別のリファンド

選択されたアカウントに対して発行されたリファンドを確認します。

有効期限日付の近い契約

有効期限切れの近い選択済みアカウントの契約を確認します。

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迅速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。

「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。

予定在庫管理

予定在庫レコードを介した在庫受け取り

予定在庫レコード受け取りを確認します。

予定在庫レコードのオープン

予定の受け取りと未解決の予定在庫レコードを確認します。

在庫レポート

WebSphere Commerce アクセラレーターでは、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。

商品別の在庫受け取り

このレポートは、すべての受け取りの一覧を示します。予定在庫レコードを通して受け取った受け取り、特別在庫の受け取り、および商品の処分の結果として追加された受け取りなどが示されます。このレポートは、在庫の受け取りの見直しに使用します。レポートのオプションには、開始日、終了日、SKU、および配送センターなどがあります。SKU または受信日のいずれかを基準としてソートすることもできます。

在庫調整

このレポートは、商品別の在庫調整を示します。レポートのオプションには、開始日、終了日、SKU、配送センター、および調整の理由などがあります。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には、SKU や配送センターなどがあります。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。

予定在庫レコードを介した在庫受け取り

このレポートは、予定在庫レコードの受け取りを示します。

配送例外

このレポートは、どの発送において目録情報が欠落しているかを示します。

商品のバックオーダー

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の受け取り状況を確認します。レポートのオプションには、SKU や配送センターなどがあります。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。

オーダー要約

このレポートは、ユーザー定義の期間中にストアに発注されたオーダーを要約します。

割引

このレポートは、定義された割引に関連した販売額と販売ターゲットに関する情報を表示します。

期限切れのバックオーダー

このレポートは、期限の切れたバックオーダーにかかわる商品に対するオーダーを示します。

予定在庫レコードのオープン

このレポートは、未決済の予定在庫レコードを示します。このレポートを使用して、予定の受け取りと未解決の予定在庫レコードを確認します。

マーケティング・レポート

マーケティング・レポートを使用する場合、サイト管理者は事前にマーケティング・イベント・モニターを使用可能にしておかなければなりません。

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 アクセラレーター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クリックスルー率を示します。これらの統計は、イニシアチブの効果や、これが表示される様々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。

キャンペーン・イニシアチブの統計

e-マーケティング・スポット、来訪者数、クリック回数、クリック比率に関する各キャンペーン・イニシアチブごとの情報。

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の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の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の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の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。

商品管理レポート

WebSphere Commerce アクセラレーターでは、商品管理のための次のようなレポートを使用できます。

未解決の返品

返品済みの在庫のうち、どれをまだ受け取っていないかを判別します。

商品のバックオーダー

どの商品がいくつバックオーダーに載っているかを判別します。

商品別の在庫受け取り

在庫受け取りを確認します。

在庫状況

現在の在庫割り振りと在庫商品の受け取り状況を確認します。

返品管理レポート

部分受け取りの返品

このレポートは、顧客から少なくとも 1 つの商品を受け取っているが、その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。

未処分の返品受け取り

このレポートは、受け取り済みであってしかも未処分の商品の返品を商品別に表示します。

未解決の返品

このレポートは、記録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を表示します。このレポートは、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。

配送例外

配送例外

どの発送において目録情報が欠落しているかを示します。

第 18 章 ビジネス関係の管理

この章では、WebSphere Commerce Business Edition でビジネス・アカウントを管理するプロセスについて説明します。この章の説明内容は、ToolTech サンプル・ストアから作成されたストアなどの、企業向け販売モデルを使用するストアにだけ当てはまります。

ビジネス・アカウント

ビジネス・アカウントは、顧客組織に対する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。

契約

契約を締結することで、顧客組織はストアやストア・グループから規定の期間、規定の価格で商品を購入することができます。WebSphere Commerce アクセラレーターを使用するか、または XML ファイルを作成してからそれをインポートしてデータベースに移植すれば、契約を作成することができます。

顧客の権利設定

ビジネス・ポリシーは、ストアまたはストア・グループ内でサポートされる活動の範囲を設定します。顧客の権利設定は、さまざまな顧客ごとにストアの振る舞いをカスタマイズする手段になります。顧客の権利設定とは、ストア内で顧客が実行できるさまざまなアクションのことを指します。顧客は、さまざまな面から権利設定されます。そのような面には、購入できる商品、商品価格、および受け入れ可能な支払いメソッドなどがあります。顧客の権利設定は、バイヤーとセラーが締結する契約の中で定義される条項に明記されます。

デフォルト契約

デフォルトの顧客の権利設定は、ストアのデフォルト契約で定義されます。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することができて、しかも基底価格でアイテムを購入できることが指定されています。さらにデフォルト契約には、ストアの受け入れる支払いメソッドやオーダー発送時に利用される配送業者なども指定されます。デフォルトの契約は、ストアと他のどの契約関係によっても権利を設定されていないすべての顧客のショッピングに対して適用されます。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せん。

ストアのデフォルト契約は、以下の顧客権利設定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、商品の基本価格を支払う。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が指定される。顧客は、ストアが受諾するあらゆる支払いメソッドを使用できる。
- 顧客はオーダーの配送に関しては、ストアで利用できる配送業者の中から任意の業者を選択できる。
- オーダーの配送先住所は、オーダーの処理時に顧客が指定する。
- 配送料は、オーダーの取り込み時に、セラーが計算する。
- 返品には手数料はかからない。
- 商品が 30 日以内に返品された場合は、常にリファンドが承認される。
- バイヤーは、購入時と同一の支払い方法でリファンドを受ける。

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、付加的な組織、アカウント、顧客、および契約を ToolTech ストアに追加するのに必要な 7 つのステップについて説明します。契約は、WebSphere Commerce アクセラレーターを使用して作成されます。

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。

ステップ 2. サイト管理者は、バイヤー組織でバイヤーの役割を担うユーザーを作成します。

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。

ステップ 4. アカウント担当者は、契約を作成します。

- a. 契約の名前と説明を定義します。

判断しだいで、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場合は、契約は現在日付から開始し、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。

- b. 契約を適用される顧客 (バイヤー組織) を定義します。

アカウントのバイヤー組織とその中の組織単位が「利用可能顧客」リストに表示されます。

- c. 価格設定と価格設定上の制約事項を定義します。

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、カタログ内のあらゆるものに対して適用されます。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対して調整を適用する

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。

- 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、「契約選択制約 (Contract Selection Constraints)」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で注意してください。異なる契約において価格リストを再利用することはできません。

• 契約商品選択制約

選択制約を使用するのは、契約ではパーセント価格設定が指定されていても、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

きではない場合です。契約のもとの販売にカテゴリやアイテムを除外したり組み込んだりすることができます。

この契約では、以下のカテゴリ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とアイテムを指定します。

この契約では、以下のカテゴリおよびアイテムを販売対象に組み込む マスター・カタログのカタログ・サブカテゴリとアイテムの中から契約に組み込むものを指定します。

d. 「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ときを選択します。

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。配送先住所を指定しないと、契約に基づいたオーダーを出す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。

e. 支払いメソッドを選択する

契約に基づいたオーダーの場合に受諾できる支払いメソッドを指定します。支払いメソッド条件を契約に指定しない場合には、ストアが受諾するすべての支払いメソッドが、契約のもとで発注されるどのオーダーでも受諾されることとなります。たとえば、オフライン・カードによる支払いメソッドを契約に指定できます。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が可能であることを指定できます。

f. 返品処理方法を定義する

ポリシー

返品承認方法と、顧客が支払わなければならない返品手数料を選択します。

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

払い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いメソッドの中から、顧客が選択できます。

g. 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。指定すると、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。

h. 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。

i. 注釈を追加する

契約に関するどのようなコメントでも、注釈にできます。契約の注釈は、「契約の要約」ページに表示されます。

j. 契約を保管します。

新しく作成した契約は「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、まず承認されてからデプロイしなければなりません。

ステップ 5. 承認のために契約を送信する

送信された契約は、完成されてから承認のために送信されたドラフト契約です。契約を送信するには、事前に少なくとも 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。

ステップ 6. 契約を承認する

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、自動的に承認済みの契約のデプロイが試みられます。

適切なアクセス権をもつ承認者および管理者は、契約を承認または拒否することができます。通常、セールス・マネージャーが契約を承認します。契約を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。

ステップ7. 契約のデプロイ

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、パ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 アクセラレーターを使用します。ただし、WebSphere Commerce アクセラレーター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 ファイルを使用して契約を作成する必要があります。

WebSphere Commerce アクセラレーターでは定義できない契約条件

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、契約の実施後一定期間内に契約に基づいて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、ストアはこの契約をキャンセルできます。

配送センター

この条件を使用すると、契約に基づいて発注されたオーダーを処理し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。

段階的手順

実行できる内容		参照項目...
セールス・マネージャー	ビジネス・アカウントのセットアップと管理	ビジネス・アカウントの管理: WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の概要 (Business Edition)
アカウント担当者	契約の処理	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の『WebSphere Commerce アクセラレーターを使用した新規契約の作成 (Business Edition)』

第 19 章 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。バイヤーは、カタログをブラウズするかまたは要求リストを使用して、RFQ に商品を追加することができます。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。バイヤーは RFQ の変更やキャンセルを行うこともできます。

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行います。またセラーは、応答内の商品を置き換えることもできます。

セラーは、クローズ (Closed) 状態にある RFQ 応答を評価して単数または複数の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 つのどちらかのプロセスで完了します。

- RFQ 情報のすでに入ったオーダーをバイヤーが発行する
- すでに RFQ 情報の入った契約を作成する
- RFQ は次の回に進むことができます。

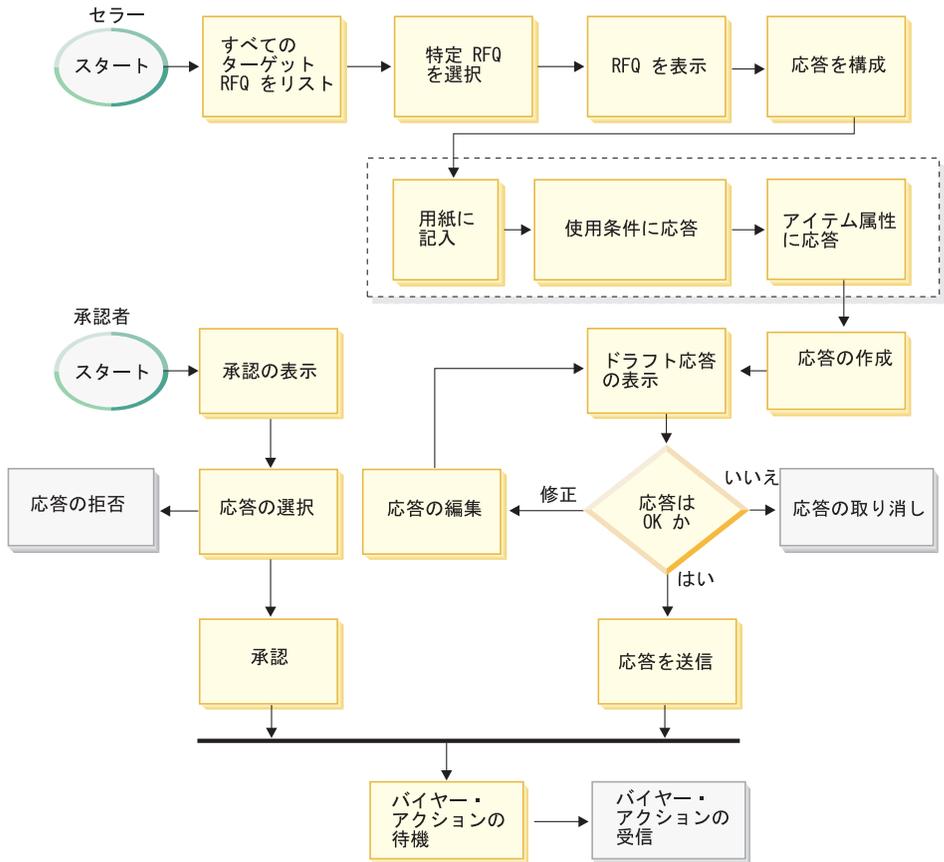
トランザクションが完了した RFQ レコードは、繰り返し使用する RFQ をコピーできるように、前もって定められた期間、RFQ 依頼リストに保管されます。応答についても、同じバイヤーからの似通った要求に対するセラーの応答を容易にするため、同じ期間保管されます。

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 は、企業向けモデルとサプライヤーのホストされるストア・モデルで使用することができます。

RFQ のプロセス

下図は、セラーの視点から見た WebSphere Commerce での RFQ プロセスを示しています。



上記に示されているプロセスの中のいくつかの段階は、それぞれ「状態」を関連付けられています。状態とは、その存続期間中のいずれかの時点における応答プロセスの状況を指します。特定のビジネス・プロセスの追跡記録をとって、システム内のすべてのビジネス・プロセスの管理に使用できるベンチマークを WebSphere Commerce に提供できるという点で、状態はユーザーにとって役に立ちます。

承認者がこのプロセスにおいて役割を果たすのは、販売組織に関連して承認が使用可能になった場合だけです。メンバーシップの登録プロセス中に組織管理者が承認を使用可能にした場合、送信された応答はまず承認者によって検討されます。その応答は、承認されればバイヤーに伝送されます。

セラーは、「RFQ 応答」ページの「状況」列で RFQ 応答の状態を見ることができます。

段階的手順

実行できる内容		参照項目...
アプリケーション開発者	RFQ インプリメンテーションの理解	<ul style="list-style-type: none"> • 見積依頼 (RFQ) • 取引サブシステム・コマンド • 見積依頼 (RFQ) データ・モデル 上記については、 WebSphere Commerce Studio のオンライン・ヘルプを参照してください。
	ストアにおける RFQ の使用可能化	「 <i>WebSphere Commerce</i> サンプル・ストア・ガイド」の中の『 <i>ToolTech</i> 』の項を参照してください。
セールス・マネージャー	個人情報属性ディクショナリー内の属性の追加、変更、または削除	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の『 <i>個人情報設定属性</i> 』
	RFQ 応答の作成	WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプの中の『 <i>RFQ 応答の作成</i> 』
サイト管理者	ストアでの RFQ のセットアップと保守	<ul style="list-style-type: none"> • RFQ 取引メカニズムの使用可能化と使用禁止 • 承認を使用可能にしたい場合の、組織のタイプの承認の選択 • RFQ 応答承認を有効にするかどうかの決定 • RFQ 通知メッセージの使用可能化 WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプ

第 20 章 コラボレーション

WebSphere Commerce Business Edition には、コラボレイティブ・ワークスペースという機能が用意されています。 Lotus QuickPlace は、チーム・コラボレーション用のセルフサービスの Web ツールです。 QuickPlace は、安全かつ一極化のワークスペースを Web 上に即座に作成する手段になります。 チームは、即時参加を目的として構造化された QuickPlace を使用して、以下を行うことができます。

- 人材、タスク、計画、およびリソースの調整
- 共同作業による、着想とディスカッションの共有、問題の解決、文書の共同作成、ファイルの交換、守るべき注意事項の管理
- 措置と決定事項や、重大な判明事項と役に立つ新事実の通達、より広い読者層に対する獲得知識の公開

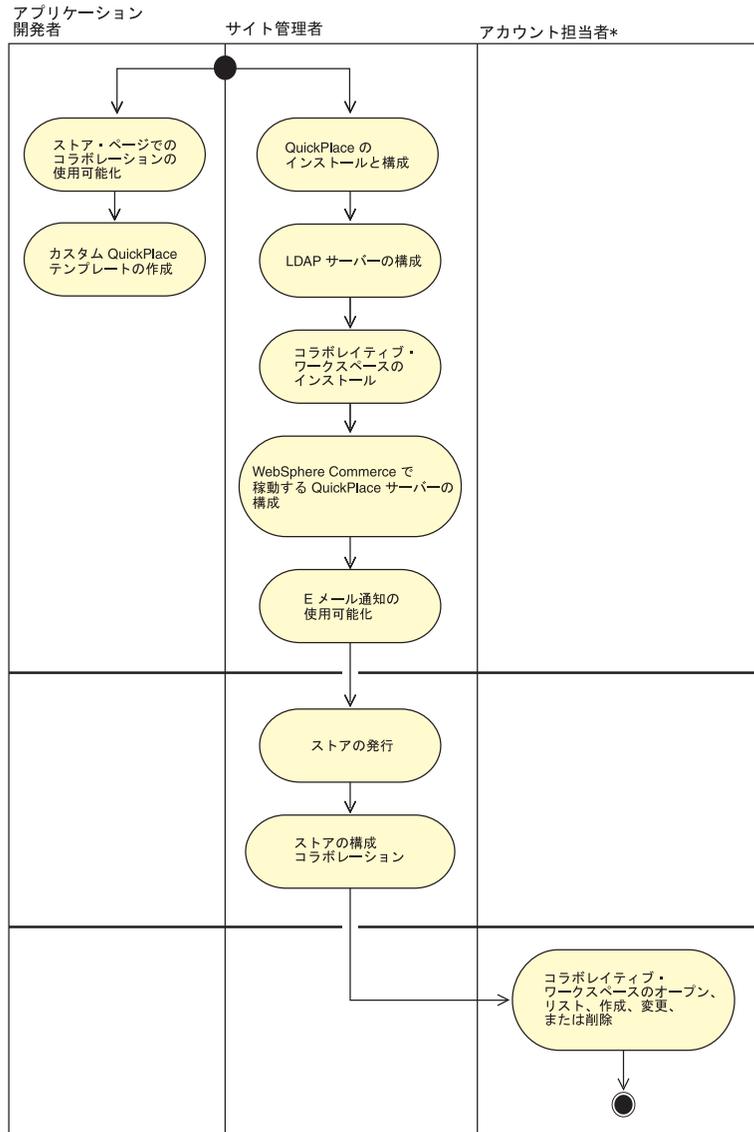
チームは QuickPlace を使用して、プロジェクト管理、特別イニシアチブに対する迅速な応答、チーム Web サイトを実現し、より広い範囲の企業とバリュー・チェーンにまたがって散在している個別ビジネス・プロセスを円滑化します。

このリリースの WebSphere Commerce では、コラボレイティブ・ワークスペース・フィーチャーに次のような機能強化が行われました。

- QuickPlace 3.0 がサポートされるようになりました。
- メンバー以外のデータ・エレメントが、LDAP からデータベースに移されました。これで、LDAP のディレクトリー構造がメンバー・タイプ・データ専用として整理されました。
- さらに多くの LDAP ディレクトリーがサポートされるようになりました。

コラボレイティブ・ワークスペースのセットアップと使用

以下の図は、WebSphere Commerce でコラボレイティブ・ワークスペースをセットアップして使用するために必要なプロセスをまとめたものです。この図で示した各タスクの実行方法を説明した参考文献リストについては、このあとの 145 ページの『段階的手順』を参照してください。



段階的手順

実行できる内容		参照項目...
アプリケーション開発者	ストア・ページでのコラボレーションの使用可能化	各種ストア・モデルに用意されているコラボレーション・フィーチャーが、「 <i>WebSphere Commerce サンプル・ストア・ガイド</i> 」で説明されています。
	カスタム QuickPlace テンプレートの作成	「 <i>Customizing QuickPlace</i> 」レッドブックを参照してください。
サイト管理者	QuickPlace のインストールと構成	<i>WebSphere Commerce 追加ソフトウェア・ガイド</i>
	LDAP サーバーの構成	<i>WebSphere Commerce 追加ソフトウェア・ガイド</i>
	コラボレイティブ・ワークスペースのインストールと構成	「 <i>WebSphere Commerce 追加ソフトウェア・ガイド</i> 」の『 <i>コラボレイティブ・ワークスペースのインストール</i> 』。
	ストアの発行	<i>WebSphere Commerce</i> のオンライン・ヘルプの『 <i>WebSphere Commerce</i> 』でのストア・アーカイブの発行』。
	E メール通知の使用可能化	<i>WebSphere Commerce</i> のオンライン・ヘルプの『 <i>コラボレイティブ・ワークスペースの E メール</i> の使用可能化』。
	コラボレーション・ストア・フローの構成	<i>WebSphere Commerce</i> のオンライン・ヘルプの『 <i>WebSphere Commerce</i> アクセラレーターを使用したストア・フローの変更』。

実行できる内容		参照項目...
アカウント担当者	コラボレイティブ・ワークスペースの処理	<ul style="list-style-type: none"> • コラボレーション • コラボレイティブ・ワークスペースの作成 WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプ

付録. 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 の一部を成しています。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。

WebSphere Commerce のオンライン・ヘルプ

WebSphere Commerce の「オンライン・ヘルプ」は、Web ブラウザーを使用して表示できるオンライン情報で構成されています。

「オンライン・ヘルプ」については、Internet Explorer バージョン 5.5 またはそれ以降で実行する Web ブラウザーを使用して、https://host_name:8000/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)。

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

API やコマンド参照情報などの開発者向けのオンライン・ヘルプは、WebSphere Commerce Studio に全面的に統合されています。WebSphere Commerce Studio に備えられたオンライン・ヘルプ・システムでは、トピックにブックマークを付ける機能や拡張検索機能といったいくつかの機能強化が行われています。選択によっては、このオンライン・ヘルプを InfoCenter として実行することができます。つまり、WebSphere Commerce Studio を実行しなくても WebSphere Commerce Studio ヘルプにサービスを提供できるということです。

WebSphere Commerce ヘルプ・システムは、サイト管理者および業務ユーザーに合わせて調整されています。API およびコマンド参照情報は、WebSphere Commerce Studio に付属しているオンライン・ヘルプに移動されています。

Web 上で提供される情報

この後の項に説明されているとおり、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、

<http://www.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。

WebSphere Commerce の製品資料

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。

<http://www.ibm.com/software/commerce/library/>

インストールおよび構成情報

WebSphere Commerce には、インストール・ガイドが付属しています。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ています。

Commerce Studio にもまた、インストール・ガイドが付属しています。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ています。

プログラミング情報

「*WebSphere Commerce* プログラミング・ガイドとチュートリアル」は、WebSphere Commerce サイトの WebSphere Commerce Technical Library ページに掲載されています。このガイドは、概念とアーキテクチャーについて説明し、プログラマーズ・モデルを示し、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。

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) 内の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 が使用されます。

B2B アクセス制御ポリシー (access control policy). サイト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。通常はパッケージと呼ばれます。

アプリケーション (application). Java プログラミングでは、静的 main メソッドなどから成る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。

アプリケーション開発者 (application 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いシステムを作成する、WebSphere Commerce 内で定義された役割。アプリケーション開発者は、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。

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。オンライン発行者は、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) の要素。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・クラスの下のサブクラス) 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定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、特定のカテゴリーやタイプのメンバーとして扱える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ができます。顧客オーダーには、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、支払い情報、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伴います。▶ **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。

オファー価格 (offer price). ストアがアイテムをオファーする価格。オファー価格は、税、割引、および送料金を加算する前の最終価格です。オファー価格は、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オファー価格です。「**表示価格 (list price)**」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できます。(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化されます。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実行できます。 **B2B** 「セールス・マネージャー (Sales Manager)」も参照。

親カテゴリ (parent category). 階層に他のカテゴリを含むカテゴリ。「子カテゴリ (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・アーカイブに入っています。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。

[カ行]

外部キー (foreign key). リレーショナル・データベースにおいて、別の表内の主キーを参照する、表内のキー。

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・エントリー (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示されます。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). 似通った特性をもつオブジェクトどうしのグループ。WebSphere Commerce では、カテゴリを使用して、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、予定在庫レコード、取引先情報、および返品理由も管理します。

関連商品販売 (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。「**上位商品販売 (up-sell)**」も参照。

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を。希望する言語は、顧客プロフィー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 基本データベース表を使用して、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・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。処理装置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 アクセラレーターでは、キャンペーンを使用して、キャンペーン・イニシアチブのグループを調整してまとめます。

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。

協力フィルター (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。協力フィルター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。

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・コンピューターは、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 広告では、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、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入っています。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、パスワードなどの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。

広告コピー (ad copy). マーケティング・アクティビティー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。

子カテゴリー (child category). 階層内の他のカテゴリーに從属するカテゴリー。「親カテゴリー (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ー・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できます。

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。 

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の承認や顧客に対する支払い例外 (クレジット・カードの与信失敗など) に関する連絡など、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。これは、基本的な個人情報、オーダー履歴、運用上のデータ (ユーザー ID や配送先住所など) などから成ります。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のある、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・ロジックを備えた 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・ベースのパッケージ (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、オーダー配送業務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)**」と比較。

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定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。特別在庫受け取りは、予定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。

「**予定在庫に対する在庫割り振り (inventory allocation against expected inventory)**」と比較。

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。

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を指定する参照制約に関連したルール。

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、主要な機能のコード・サンプルとしてアプリケーション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) 表の 1 つの列から、同じまたは異なる表の別の列への、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調べ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、資金が用意されていて、振り込みが実行されることの保証になります。

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). 配送先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、データベース表の 1 つの行を一意的に識別するキー。

出力キュー (output queue). 配送業務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できます。たとえば、名前入れのサービスには特別な処理が必要です。名前を入れ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。

上位商品販売 (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。**「関連商品販売 (cross-sell)」**も参照。

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) および私用 (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 つのカテゴリーに分類されます。

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の中の、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。

B2B 承認フロー (approval flow). ユーザーが承認可能アクションが関与する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。

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 アクセラレーター 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 アクセラレーター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。「**関連商品販売 (cross-sell)**」および「**上位商品販売 (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、表、各表内のフィールド、およびフィールドと表と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用語。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。

スタティック・パッケージ (static kit). 「**パッケージ (package)**」を参照。

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用語。「**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、および返品編集を実行できます。

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用語。「**動的 (dynamic)**」と対比。

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。

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 アクセラレーター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。

ダイナミック・パッケージ (dynamic kit). まとめてオーダーできる商品のグループ。ダイナミック・パッケージ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。ダイナミック・パッケージ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。

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。

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。

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。

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、data 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伴っていて、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、シリアライズ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用語。「静的 (static)」と対比。

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。

特別在庫受け取り (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、予定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。

取扱範囲、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。

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・アクティビティーの目的による、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。

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、他のノードに転送する機能が、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徴。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、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。

配送カテゴリー (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ーや特大サイズの商品の配送カテゴリーなどがあります。それらの配送カテゴリーに対して、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・カテゴリーが定義されています。これら 2 つのカテゴリーは、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の組み合わせ。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ーとして扱われます。

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、予定在庫レコードと受け取りの追跡、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、返金、資金化取り消しなどの支払い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。

販売可能在庫数量の確認による納期回答 (ATP) (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。

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。

B2B ビジネス・ポリシー (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・オフリングの範囲や特性を定義するもの。

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). カタログ・エントリーの一部である価格。カタログは、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、それはオファー価格と呼ばれます。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。ストアが独自のカタログ・エントリーを作成する場合、カタログに表示するのは表示価格またはオファー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更することができます。

表示ページ (display page). (1) カテゴリーや商品の情報を表示する、カタログ内のページ。(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。

フェイルオーバー (failover). HACMP (High Availability Cluster Multi-Processing) では、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、ワークロード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。

▶ B2B 物流管理マネージャー (Logistics

Manager). 配送業務を管理する、WebSphere Commerce 内で定義された役割。物流管理マネージャーは、梱包担当者、受取人、および返品管理者の責務を含む、すべての操作タスクにアクセスできます。

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す。

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。

文書タイプ定義 (DTD) (document type definition (DTD)). SGML または XML 文書の個々のクラスの構造を指定する規則。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表を作成するこ

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). 互いに具体的な関係をもたない商品の特別なグループ化。多くの場合、分類は、取引管理の目的で商品をグループ化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化があります。

返品 (return). 顧客が商品を最初に購入したストアからのリファンド (返金) を求めることを選択した、1 つ以上の商品、価格、および指定された数量。リファンドは、クレジット、リファンド、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、雑誌の購読予約のリファンドでは、物理的な返品は必要ありません。

返品管理者 (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、リファンド、または代替商品を受け取るに関する、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、リファンド、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の統一ビューが示されます。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備えています。

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ーがあります。

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

カテゴリーに属しています。「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、エンティティー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。

予定在庫 (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、予定在庫レコードに含まれています。

予定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、この情報は予定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。

予定在庫レコード (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 つの予定在庫レコードに、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。

▶ 400 **呼び出しコマンド ID (calling command ID).** API 関数を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、および運送会社と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、広範囲にわたって個人情報設定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 アクセラレーター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で、1 つのコンピュータ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・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、フェイルオーバーおよびバックアップ・サービスと組み合わせられます。

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、以前の継続的狀態に戻ります。

[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 の数値を使用して、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 個の文字を用いる 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れば、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). 「販売可能在庫数量の確認による納期回答 (*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 のコンポーネント。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、推奨を生成します。 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

data bean. JSP ファイル内に置かれる Java bean タイプの 1 つ。 data bean は、アプリケーション開発者がアクセスできるデータを表します。 data bean には、JSP が実行時に data 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。

data bean コマンド (Data bean command). data 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 data bean のデータを検索します。

data 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、 data bean コマンドを起動するモジュール。

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。

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. 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、コンテナ管理パースタンス (CMP) Entity Bean と bean 管理パースタンス (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。

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。

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. 協力フィルター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 製品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、送信で使用す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) プロトコルは、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を確実化します。

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であることを前提とします。

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 アクセラレーター 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 アクセラレーターではその区別がありません。

SKU (在庫管理単位) (stock keeping unit). 商品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 文書を求める要求で利用される Web 上のサーバー。Web サーバーは、WebSphere Commerce を相手にやりとりされるトランザクション・フローを制御します。このサーバーは、顧客トランザクションの機密性を保護し、ユーザーの ID が安全に WebSphere Commerce Server に送られるようにします。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 bean. WebSphere Commerce と Commerce Studio に含まれる Java bean のセットで、データベース表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 コンテナーおよび EJB コンテナーの中の 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 アクセラレーター (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。配送業務作業に関して役割が割り当てられているなら、 WebSphere Commerce アクセラレーター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 アクセラレーターのホーム・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 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イスに入れる、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。

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 以外の製品とプログラムの操作またはサービス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。実施権についてのお問い合わせは、書面にて下記宛先にお送りください。

〒106-0032

東京都港区六本木 3-2-31

IBM World Trade Asia Corporation

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を提供し、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。

この情報には、技術的に不適切な記述や誤植を含む場合があります。本書は定期的に見直され、必要な変更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。

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します。

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存在しているとしても、それは偶然にすぎません。

この文書には、他社のインターネット・サイトへの参照を含む、他社製品の情報が含まれている場合があります。IBM は、そのような情報の正確性、完全性、または使用については何ら責任を負いません。

この製品は、SET プロトコルに基づいています。

著作権使用許諾:

本書には、様々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。従って 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。

(C) (お客様の会社名) (年). このコードの一部は、IBM Corp. のサンプル・プログラムから取られています。 (C) Copyright IBM Corp. 1996, 2003. All rights reserved.

商標

以下は、IBM Corporation の商標です。

- AIX
- DB2[®]
- DB2 Extenders
- DB2 Universal Database
- IBM iSeries
- Intelligent Miner
- Lotus
- MQSeries
- OS/390[®]
- S/390
- SecureWay[®]
- VisualAge[®]
- WebSphere
- z/OS[™]
- zSeries
- 400[®]

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。

Microsoft、Windows 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 および SET ロゴは、SET Secure Electronic Transaction LLC の商標です。

UNIX は、The Open Group の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等はそれぞれ各社の商標です。

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 133
 - レポート 129
- オークション 121
 - 価格設定メカニズム 122
 - 管理される
 - 顧客サービス担当者 125
 - ギャラリー 122
 - タイプ
 - オープン・クライ 123
 - シールド入札 123
 - ダッチ 123
 - ルール 121

[カ行]

- 開発サイクル 27
 - カタログ開発 33
 - ストア開発 31
 - 設計 31
 - テスト 33
 - デプロイメント 33
 - 要件収集 29
- カタログ 45
 - 作成方法 49
 - サンプル商品
 - ローダー・パッケージ 49
 - マスター 52, 67, 133
 - 理解 45
- キャンペーン 106
 - キャンペーン・イニシアチブ
 - お勧め商品提示商法 106, 107
 - 協フィルタ 106
 - 顧客キャッチ広告 107, 109
 - 広告コピー 104

- 契約、デフォルト 134
- 構成マネージャー 57
- 顧客サービス担当者 81
 - オークション 125
 - 顧客のオーダー 87
 - 登録情報 81
- 顧客プロフィール 104
- コラボレーション 143

[サ行]

- 在庫 21
 - 随時受け取り 65
 - 予定可能 (ATP) 62
 - 予定在庫レコード 65
 - レポート
 - 在庫状況 130
 - 在庫調整 130
 - 商品のバックオーダー 130
 - 商品別の在庫受け取り 130
 - 予定在庫レコードのオープン 130
 - 割り振り 62
- サブシステム
 - オーダー 21
 - カタログ 20
 - 在庫 21
 - 取引 21
 - マーケティング 21
 - メンバー 19
- 商品
 - 割引の割り当て 100
- 商品アドバイザー
 - メタフォー 117
 - 商品アドバイザーの統計 131
 - 商品探査の統計 131
 - 商品比較の統計 131
 - セールス・アシスタンスの統計 131
- ストア
 - 作成 35

- ストア (続き)
 - サンプル・ストア 39
 - 多文化的なストア 43

[タ行]

- デフォルト契約 134
- 取引先 64

[ハ行]

- ビジネス・アカウント 133
- ビジネス・ポリシー
 - カタログ 71
 - 顧客の権利設定 133
 - 返品 94
- 返品 93
 - 金額 94
 - 承認 94
 - 返品、システムで拒否された 94
 - 返品の使用 93
 - 返品理由 93
 - レポート 132
 - 部分受け取りの返品 132
 - 未解決の返品 132
 - 未処分の返品受け取り 132
- ポリシー、ビジネス
 - カタログ 71
 - 顧客の権利設定 133
 - 返品 94

[マ行]

- マーケティング
 - キャンペーン 106
 - クーポン販売促進 110
 - 顧客プロフィール 104
 - レポート 131
 - e-マーケティング・スポット 103
- マーケティング・マネージャー 99
 - キャンペーン 110

マーケティング・マネージャー (続
き)

顧客プロフィール 105

商品詳細情報 71

見積依頼 139

プロセス 140

[ヤ行]

役割 27

アプリケーション開発者 29

サイト管理者 28

データベース開発者 29

プロダクト・マネージャー 28

マーケティング・マネージャー
28

Web 設計者 29

[ラ行]

レポート

在庫

在庫状況 130

在庫調整 130

商品のバックオーダー 130

商品別の在庫受け取り 130

予定在庫レコードのオープン
130

ローダー・パッケージ 49

C

Commerce Studio 15

I

IBM WebSphere Catalog Manager 33

Q

QuickPlace 143

W

WebSphere Commerce

コンポーネント 10

管理コンソール 56

データベース 11

バンドル・ソフトウェア 14

Web Application Server 11

Web サーバー 12

WebSphere Commerce

Payments 13

WebSphere Commerce アクセ

ラレーター 19



部品番号: CT20BJA

Printed in Japan

GC88-9691-00



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: CT20BJA



Spine information:



IBM WebSphere
Commerce

基本

バージョン 5.5