

# 導入前の準備ガイド [社内調整 編]

---

1日でも早く、システム稼働させるために

# スマレジEC・B2B導入中に出てくる3つの社内調整



## ①運用業務の見直し

今の業務フローが複雑で、どこから手をつければいいのか分からない……。新システムがどこにどう組み込まれるかも見えていないし、イレギュラー対応ばかりしていて、全体像がないまま進めるのが怖い。まずは全体の流れを整理して、関係者の認識を揃えたい。

## ②リソースの確保

正直、導入に人も時間も割けない。  
今あるリソースで、最短で進めるよう調整したい。  
でも、これを後回しにするともっと面倒なことになるのも分かってる。  
どこまで自分たちで準備すればよくて、どこをサポートに頼れるのかも曖昧……。



## ③他部門との連携・上申

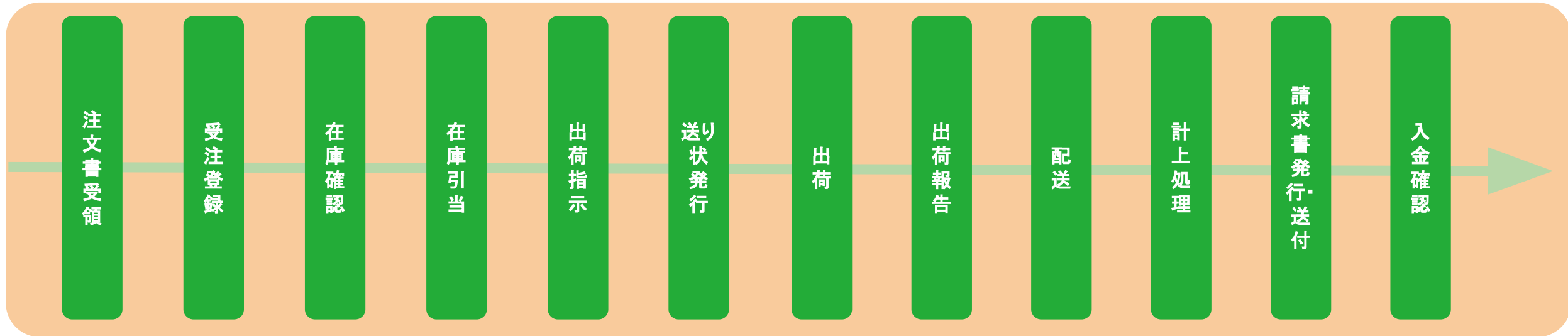
「本当に必要？」「なぜ必要？」って、他部門や上司に説明するたびに毎回言われて心が折れそう……。でも、導入が進めば確実に業務がラクになるのに……。どう伝えたらメリットが伝わるのか、稟議を通すための「説得材料」が欲しい。



# ①運用業務の見直し

# STEP1: まずは全体の流れを可視化する

注文受領からの入金確認までの流れを文字に起こしてみましょう。  
まずは点ではなく、**線で業務の流れを抑える**のがポイント！

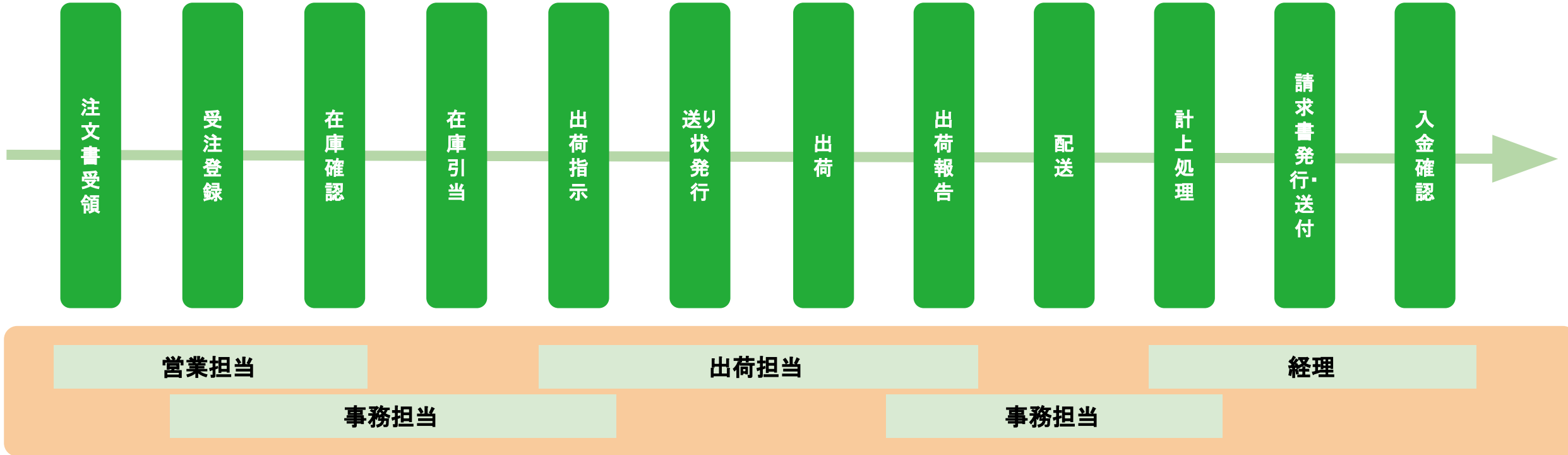


この段階では、まだイレギュラー対応を考えるのは NGです。  
せっかくのシステム導入なのに、運用が煩雑になってしまいます！  
全体最適を目指すためのフレームワークなので、  
まずは大枠を捉えていきましょう。



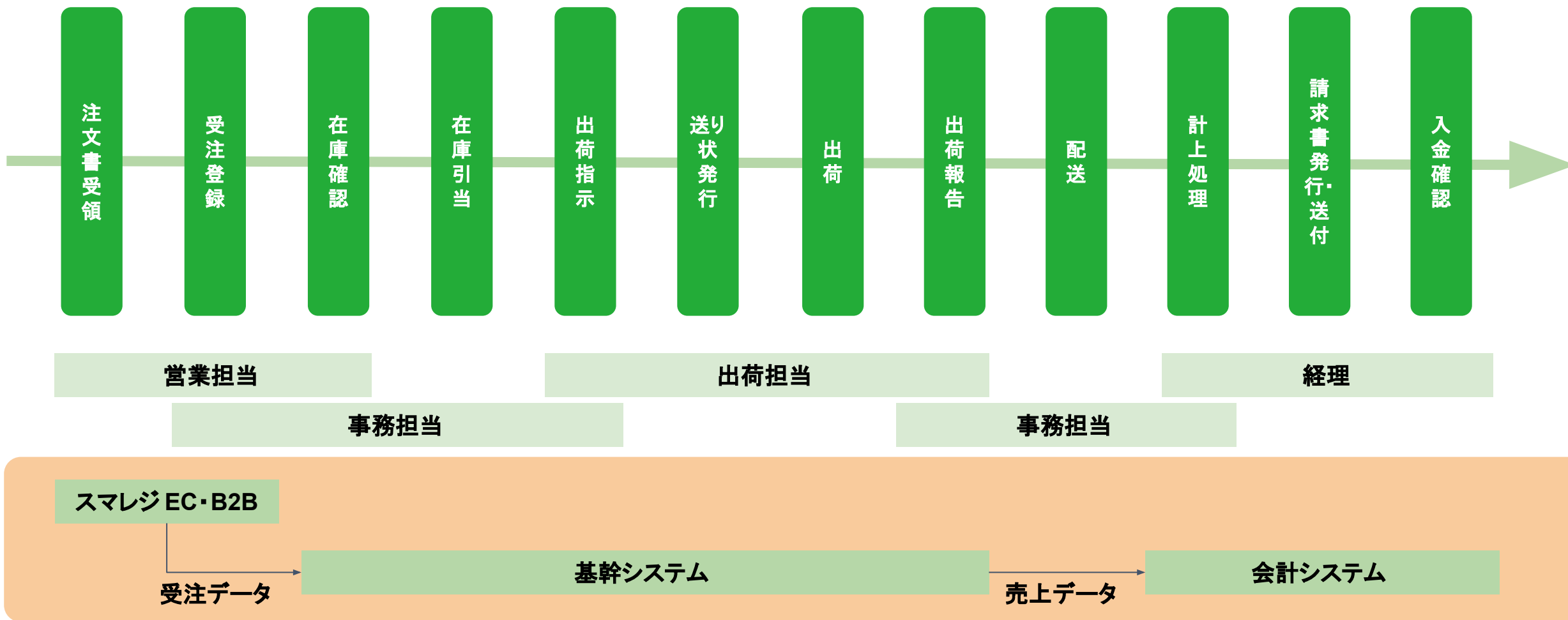
## STEP2: どの部門がどの工程に関わっているのかを明確化

全体最適をはかるために、**どの部門が何の業務をやっているか共通認識を持つ**ことがポイント。  
どのような社内調整が事前に必要か見えてきます！



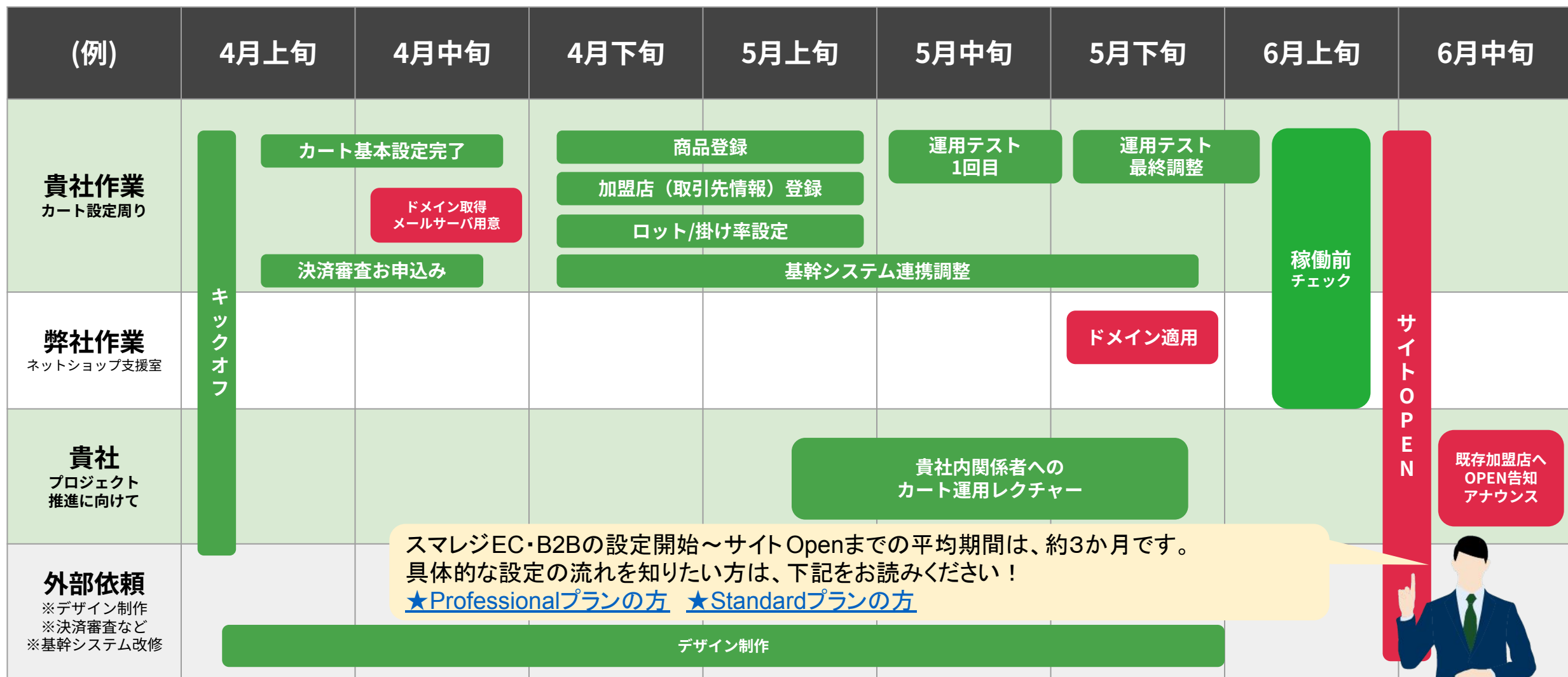
## STEP3: 何のシステムがどの工程に関わっているのかを明確化

各工程で何のシステムを利用しているかを可視化し、次の工程に移るために、どのシステムの何のデータをどのシステムに連携すべきかを明確化する！



## ②リソースの確保

# 導入全体の流れを知る



# スマレジEC・B2B導入中によくぶつかる5つの壁

壁を乗り越えるためには、設定を始める前の準備が大事！

※【設定編】にて具体的なヒアリングシートを用意しております。

1

業務フローが  
決まっていない...



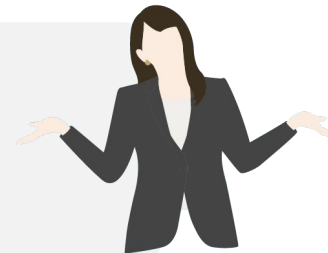
2

送料・配送・支払などの  
基本ルールが  
決まっていない...



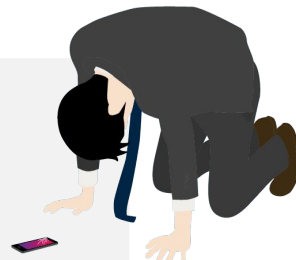
3

商品マスタが  
整っていない...



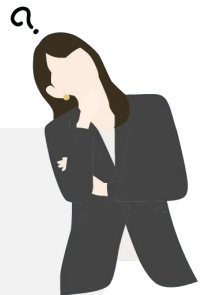
4

加盟店マスタが  
整っていない...



5

他システムとの連携に  
手こずる...



# 作業一覧シートのスケジュールに沿って設定する

ご契約後にカスタマーサクセス部より、作業一覧シートを送付します。  
完了目標日に合わせて、各項目の設定を進めていきましょう！

| 項目                                | 項目説明                                                                                                                                                | 状況    | 完了日        | 開始日        | 曜日 | 完了目標       | 曜日 | 実工数<br>(分) | 備考                            |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------|------------|----|------------|----|------------|-------------------------------|
| 基本設定                              |                                                                                                                                                     |       |            |            |    |            |    |            |                               |
| <a href="#">基本設定＞店舗設定＞店舗情報</a>    | 貴社のECサイト情報を入力してください。                                                                                                                                | 完了    | 2025/01/10 | 2025/01/10 | 金  | 2025/01/15 | 水  | 30分        | 登録する情報を事前にご用意いただければ簡便に終わる箇所です |
| <a href="#">基本設定＞支払方法設定</a>       | お使いになる支払方法を設定してください。                                                                                                                                | 完了    | 2025/01/13 | 2025/01/10 | 金  | 2025/01/15 | 水  |            |                               |
| <a href="#">基本設定＞税率設定</a>         | 商品、送料、手数料の消費税についての設定です。                                                                                                                             | 不明点あり | 2025/01/13 | 2025/01/10 | 金  | 2025/01/15 | 水  |            |                               |
| <a href="#">インボイス制度についての対応</a>    | インボイス制度に関わる設定が複数あるため、まずは事前に一通りご確認ください。<br>※ご利用開始直後はすべての設定が難しいかと存じますので、確認後に「完了」としてください                                                               | 完了    | 2025/01/13 | 2025/01/10 | 金  | 2025/01/13 | 月  |            |                               |
| <a href="#">基本設定＞店舗設定＞SEO情報</a>   | サイト全体のSEO情報を設定してください。                                                                                                                               | 対応中   | 2025/01/14 | 2025/01/10 | 金  | 2025/01/15 | 水  |            |                               |
| <a href="#">基本設定＞カレンダー設定</a>      | <a href="#">出荷予定日の計算</a> や、フロントに表示されるお届け希望日に反映されます。<br><small>※サービスご利用開始後は毎年10月のバージョンアップで祝日の自動更新を実施します。自動更新を希望されない場合はサイトOPEN前に担当へお申し付けください。</small> | 未着手   |            | 2025/01/10 | 金  | 2025/01/15 | 水  |            |                               |
| <a href="#">運営＞定休日管理</a>          | フロントページに表示されるカレンダーについての設定です。<br><small>※貴社にて手動更新が必要となります。カレンダー設定と連動しておらず自動更新されませんのでご注意ください。</small>                                                 | 未着手   |            | 2025/01/10 | 金  | 2025/01/15 | 水  |            |                               |
| 配送業者設定                            |                                                                                                                                                     |       |            |            |    |            |    |            |                               |
| <a href="#">基本設定＞配送業者設定</a>       | ご利用になる配送業者を設定してください。                                                                                                                                | 未着手   |            | 2025/01/20 | 月  | 2025/01/27 | 月  | 15分        | 登録する情報を事前にご用意いただければ簡便に終わる箇所です |
| <a href="#">基本設定＞配送方法設定</a>       | ご利用になる配送方法を設定してください。                                                                                                                                | 未着手   |            | 2025/01/20 | 月  | 2025/01/27 | 月  |            |                               |
| <a href="#">基本設定＞店舗設定＞送り状出力設定</a> | ヤマト運輸（B2クラウド）など、送り状発行システムを使用するときに設定してください。                                                                                                          | 未着手   |            | 2025/01/20 | 月  | 2025/01/27 | 月  | 15分～30分    | 前に送り状システム側で入力情報をご確認ください。      |
| <a href="#">システム設定＞郵便番号DB登録</a>   | 最新の郵便番号マスタを取得してください                                                                                                                                 | 未着手   |            | 2025/01/20 | 月  | 2025/01/27 | 月  | 5分         | 単なる操作です。OPEN後も随時更新をお願いします。    |

1設定ごとの所要時間は、  
そこまでかかりません。  
少しずつ進めるのが、  
短期でシステム稼働させるための  
ポイントです！



## 設定業務に向いている担当の選び方

適切なメンバー配置が、システム稼働までの短縮化に起因します。  
然るべき人をアサインして、すぐ費用対効果を得られるようにしましょう！

|          |               |                                                                                  |
|----------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 業務適合性    | 現場業務を理解している人  | 商品の分類、取引先の取引条件、受注処理の流れを把握している人が設定の整合性を保てる。<br>(例: 営業事務・受注担当・販売管理担当などが適任 )        |
| IT適応性    | 基本的なPCスキルがある人 | CSV作業や、管理画面の操作に抵抗がない人。<br>社内に複数人いる場合は、1名は「作業担当」、もう1名は「確認担当」として役割分担が理想。           |
| 推進力      | 社内調整ができる人     | 社内稟議や確認が必要な場合、関係部門と連携できる人がリーダーシップを持つと進みやすい。<br>「設定担当」と「社内連絡係」を分けるのも OK。          |
| EC運営ナレッジ | EC運営をしたことがある人 | 過去にECモールや自社ECの運営に携わったことがある人。<br>サイトOpen後の施策等もイメージしながら設定を進めることができるので、ナレッジが活かしやすい。 |

# どうしても忙しい人は伴走型サポートが一番の早道

中には、どうしても忙しくて 1人で設定できない時期もあると思います。  
そんな時は、弊社カスタマーサクセス担当とのミーティング中に、  
設定してしまうことが一番の近道です！

## ★弊社サポートに対する評価をピックアップ

「このような運用をしたいけど、どう設定して良いのかわからない」  
という事は良くあるかと思うのですが、弊社の要望に対して迅速丁寧に  
設定方法や運用方法の提案をしていただき、とてもスムーズにサイトオープンする事ができました。

技術的にわからない事があっても、オープン前から担当のサポートさんがついて細かく教えてくれる。  
サポート体制がスマレジ EC・B2Bの大きな魅力のひとつで、何か実現不可能な事があっても、  
ただ「できない」と回答するのではなく、こちらの要望を詳しく聞いて代替案を提示してくれる。

トライアルから利用をし導入をしています。どんなことをしたいのか最初にヒアリングをしてくれて、  
それに対してどの機能を使用すれば良いかを提案してくれます。  
トライアル中であっても、オンラインで自身の画面をリモートしながら操作を教えてくれます。  
いくつか製品導入を行いました。ここまで手厚くフォローしてくれるのはここが初めてでした。



## ③他部門との連携・上申

## やりすぎるくらい導入背景を抑えておく

他部門との調整や稟議に時間がかかる多くの原因は、  
「現状の課題の共通認識がされていない」からです。  
現状の課題を言語化・定量化することで、同じ視座を持ってもらいましょう！

### •例

顧客からの注文がアナログ注文が多く受注登録を手動で行っているので、  
WEB注文に移行することで効率化させたい



### 課題

- ①手動で基幹システムに  
受注登録を行っている
- ②出荷後、各発注元に ReFAXで  
出荷回答を行っている。
- ③受注担当者が来月末に 1人退職予定で、  
受注担当メンバー 1人の業務負担が増える。

### 具体

- ①150件/日を受注担当 4人で、  
4～5時間/人かかっている
- ②受注担当 4人で、  
1.5時間/人かかっている
- ③受注登録: 5～6時間/日、  
出荷回答: 2時間/日かかる予定。

現状の各業務の所要時間と  
必要としている人数を  
明記することがポイント！



# やりすぎるくらい導入背景を抑えておく

## 前スライドの導入背景を基に、想定される費用対効果を算出し、スマレジEC・B2B導入の必要性を訴求する

### •例

顧客からの注文がアナログ注文が多く受注登録を手動で行っているので、WEB注文に移行することで効率化させたい



### 課題

- ①手動で基幹システムに受注登録を行っている
- ②出荷後、各発注元に ReFAXで出荷回答を行っている。
- ③受注担当者が来月末に 1人退職予定で、受注担当メンバー 1人の業務負担が増える。

### 具体

- ①150件/日を受注担当 4人で、4～5時間/日かかっている
- ②受注担当 4人で、1.5時間/日かかっている
- ③受注登録: 5～6時間/日、出荷回答: 2時間/日かかる予定。

### 費用対効果

- ①受注担当 3人で、1日2時間を 想定 **14時間/日の業務時間を削減 !**
- ②メール一斉通知機能で **5.5時間/日の業務時間を削減 !**
- ③属人的な業務をシステム化することで、**今あるリソースで対応できる** 状態に !

# 関連部門にもメリットがあることを伝える

## ★部門別:スマレジ EC・B2Bのメリット訴求例

### 営業担当

- 在庫・納期確認の問い合わせが削減できます！
- 顧客側で見積作成できるので、作成見積件数が減ります！
- 人為的ミスが減るので、クレーム対応が減ります！
- メルマガ等の施策で、普段対応できていない顧客にアプローチが出来ます！



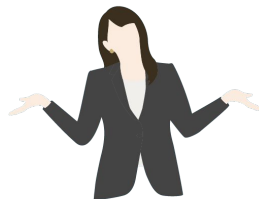
### 受注担当

- 基幹・販売管理システムに手動で登録している受注データ入力の工数が削減できます！
- 取引先からの発注データをそのままシステム連携できるので、ミス防止に繋がります！
- 出荷通知を自動的にメール送信できるので、ReFAXや注文請書の送付が要らなくなります！



### 商品開発・マーケティング担当

- 商品ページに、詳細説明を記載することが出来るので、より商品を利用してもらえよう促進が出来ます！
- toCサイトのように、商品レビュー欄を設けることが出来るので、顧客の生の声を拾うことが出来ます！
- 商品ごとの売上集計が出来るので、施策を立てるための情報を集めることが出来ます！



### 出荷担当

- 送り状発行ソフトと連携が出来るので、紙での伝票発行が不要になります！
- 管理画面からピッキングリストや納品書を発行できます！
- ステータス管理機能を使うことで、出荷処理に必要な受注データだけを抽出できます！

