

Industry Commerce OS

BtoB EC ソリューション

サービス紹介資料

2025.6-

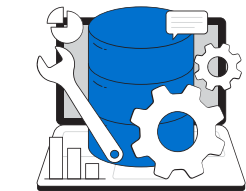
Company

当社について

会社名	株式会社ウキヨ
代表者名	吉岡 大輝
設立	2016年7月
所在地	東京都港区六本木3-4-7 KY六本木ビル2F
事業内容	・ BtoB ECサイト構築 ・ BtoBマーケティング支援 ・ 事業開発支援 ・ 運用BPO ・ システム開発 ・ Web制作



事業目標に向かって伴走し、 ITソリューションを幅広く展開



2016年

2019年

2022年

2024年

BtoB取引のデジタル化を一気通貫で対応

自治体・企業間連携など、地方企業～大企業まで幅広く支援。

カートシステム数

12

豊富なパートナー提携

国内で選択肢に挙がるほとんど全てのBtoB ECカートシステムと提携しており、お客様のご要望に合わせて最適なシステムの提案が可能

 shopifyplus

 Aladdin EC

 ecBeing BtoB

 ebisumart

 cart

 楽天B2B
by NETSHOP SUPPORTERS

※上記はあくまで例として一部掲載してます。その他にも提携先はあります。

DXパートナー
コンソーシアム参画

13

地方経済団体と多数提携

地場の企業へDX支援を手掛ける自治体・第三セクター様など複数の経済団体様より「DXパートナー」として採択され、自治体と連携やコラボレーションを実施



Purpose / Mission

パーパス / ミッション

事業成長に向けて伴走し、 企業が成長する未来を創る

納品はゴールではなく、スタート地点です。

事業成長に向けた伴走をモットーに、
納品以後も事業成長を一気通貫でサポート。

Web制作やシステム開発といった技術支援にとどまらず、
戦略設計・業務改善・マーケティング支援まで、
包括的に支援しています。

良いモノを、もっと流通させる

父が経営する製造メーカーでは、
FAXでの受発注・紙の在庫管理・属人的な営業活動など、
製品の品質や想いとは裏腹に、非効率の中に埋もれてしまっていました。

かつて事業責任者として携わったIT業界での経験を活かし、
BtoB取引の効率化と発展に挑むことにしました。

ツールや仕組みを導入するだけでなく、その企業ならではの強みや
文化を活かしながら、持続的に売上や業務効率を高めていく
伴走支援を行いたいです。

代表取締役 吉岡大輝



About BtoB-EC

BtoB ECとは

BtoB EC導入済み*
約 50,000

*BtoB ECカートシステムを
導入している企業の合計データ
(自社調べ)



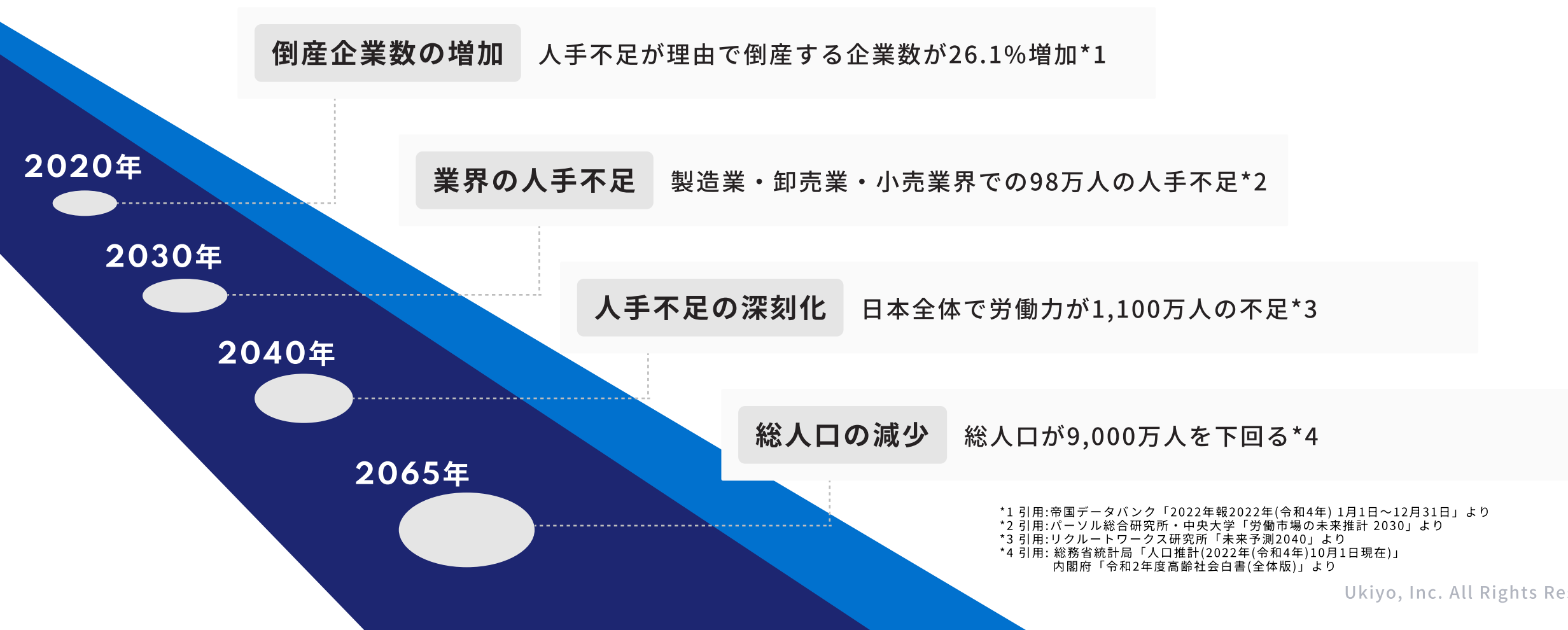
BtoB取引の新しいスタンダード

コスト削減 × 売上UP

BtoB ECサイト

採用拡大ではなく、 デジタル投資が重要に

2030年には製造・卸・小売業において、98万人もの労働人口が不足すると予測されています。BtoB取引に関わる全ての事業者と言える人手不足は、デジタル化の重要性を再認識させています。



*1 引用:帝国データバンク「2022年報2022年(令和4年) 1月1日～12月31日」より

*2 引用:パーソル総合研究所・中央大学「労働市場の未来推計 2030」より

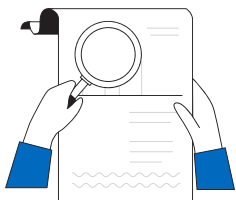
*3 引用:リクルートワークス研究所「未来予測2040」より

*4 引用:総務省統計局「人口推計(2022年(令和4年)10月1日現在)」
内閣府「令和2年度高齢社会白書(全体版)」より

BtoB取引の現場の課題を解決し、 限られた労働力×デジタルで事業を成長させる必要性

受注業務

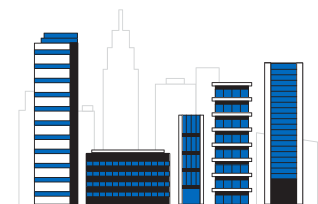
アナログな受注処理で
業務が逼迫している



- FAX, 電話, メールなど受注経路が多数あり処理工数が増大
- 属人化による離職リスク
- トラブルによる信頼毀損
- クレーム処理の対応工数増加

営業業務

属人的な営業活動で
商圏が限定的



- ルート営業など従来の営業手段では取引機会が限定的
- 小口取引など優先順位の低い営業活動ができていない
- 顧客管理ができておらずリピート機会を損失

事業経営

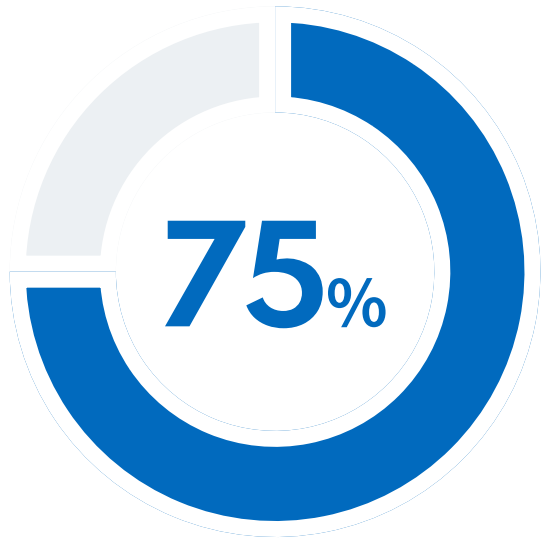
正しいアプローチが
不明瞭



- 事業成長に向けた取り組みが不明瞭
- データを有効に活かした再現性ある事業運営が未着手
- 差別化戦略やマーケティング戦略が取れず競合に劣後

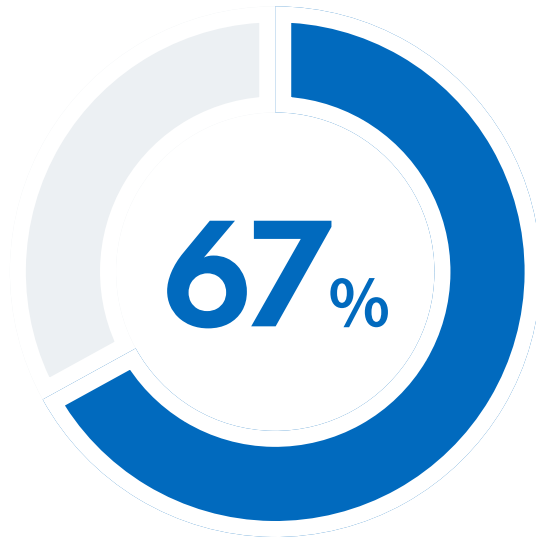
BtoB購買担当者は、すでにデジタルを活用している

すでにデジタル上で情報を収集し、注文や問い合わせを行うケースも増えています。
業務負荷を軽減しながら、いかにデジタル上で見込み顧客と接点を持つかが重要になっています。



購買プロセスの75%を
デジタルチャネルが占める

※Gartner「B2B Buying Report」より



ホワイトペーパーや調査レポートを
活用する購買担当者

※Intershop「The infinite B2B buying journey」より

BtoB取引の効率化と新規販路開拓を叶える

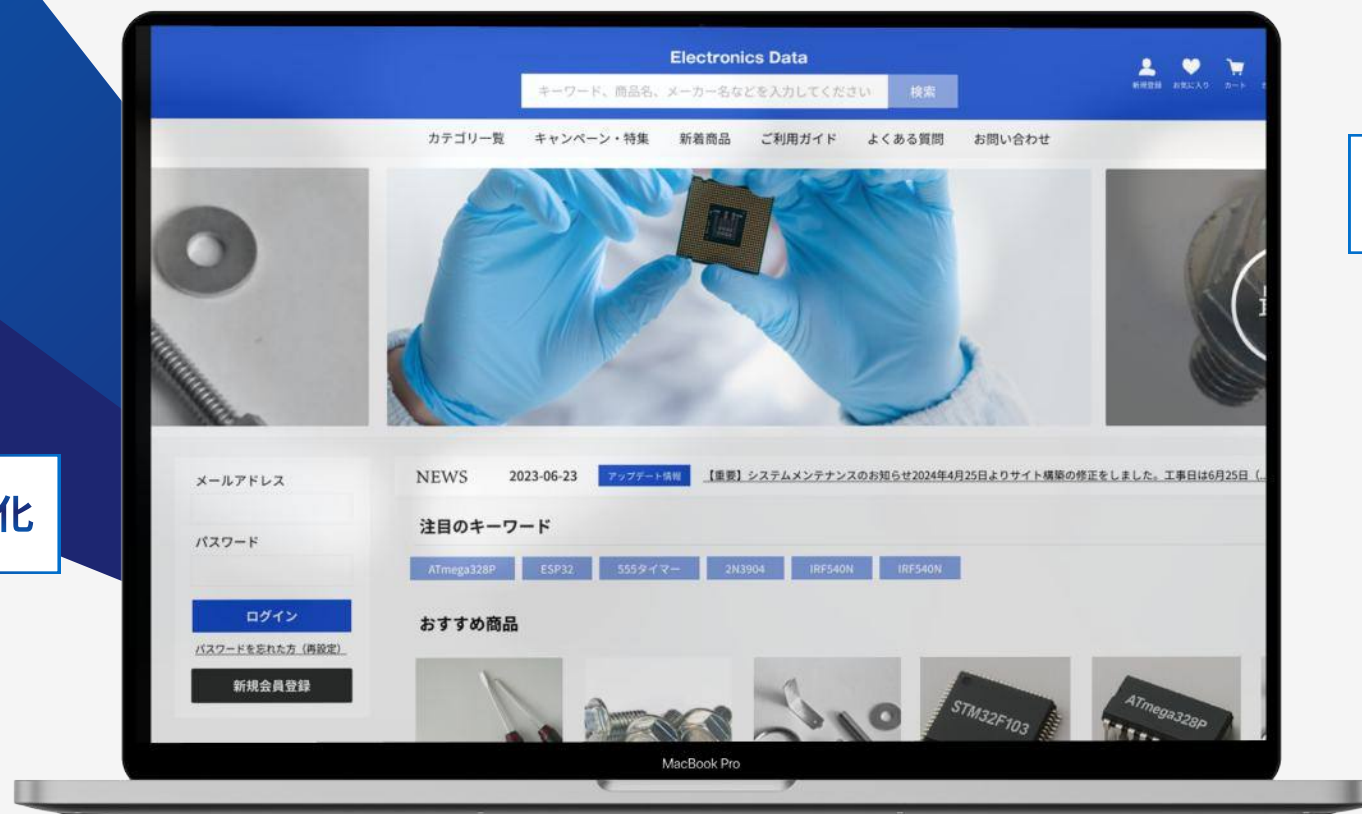
BtoB ECサイト

行動データの蓄積

FAX電話対応の削減

商品情報のリッチ化

リピート発注の増加



受注受付の電子化

取引条件の自動化

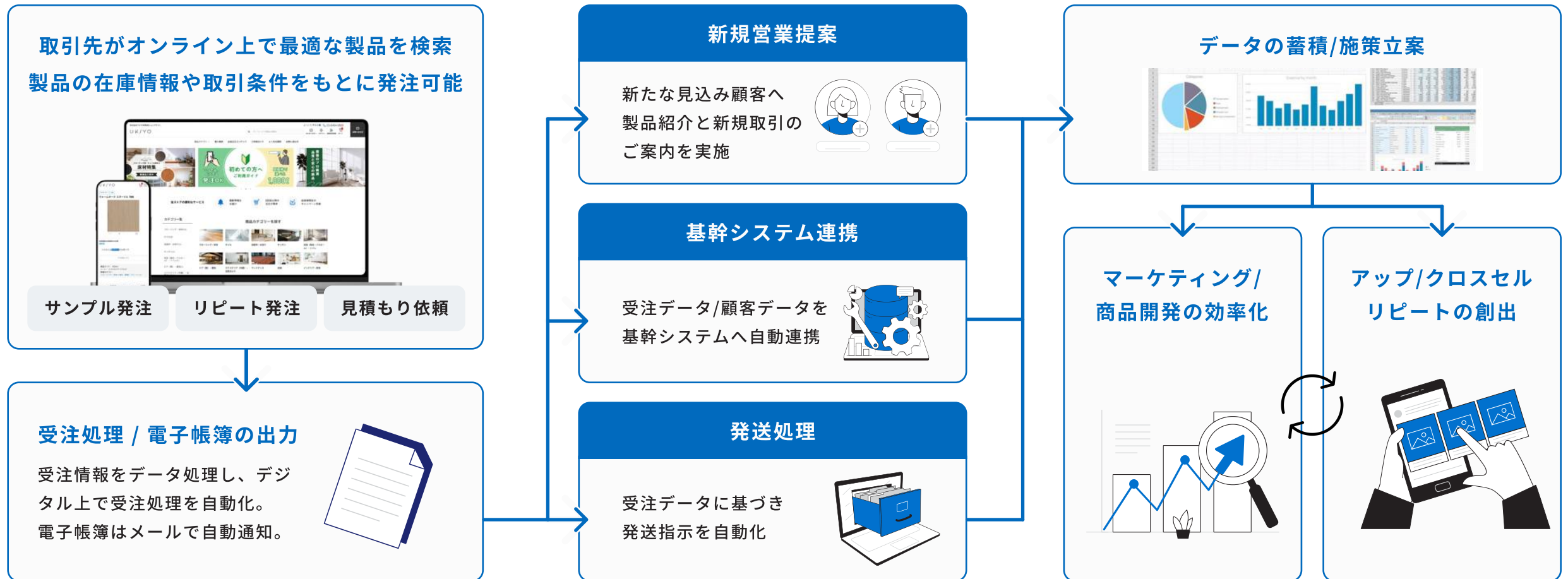
在庫確認の自動化

基幹システム連携

与信管理の自動化

帳票出力の自動化

受発注システムと通販サイト双方の利点を活かして、 事業拡大に注力することが可能に



BtoB取引の業務を自動化・効率化しながら、 Webマーケティングによって**事業のポテンシャル**を最大化

新たな販路の拡大

Webマーケティングによる認知拡大

商圏外

小口事業者

海外法人

Google YAHOO! JAPAN Instagram

facebook SEO HubSpot

Web上で検索している購買企業へ認知機会を促進
ECサイト上で初回/サンプル発注を誘発
展示会などのオフライン施策と連携可能

受注業務の効率化

最大80%の従来業務を自動化

従来業務

可処分時間

従来取引の
所要時間やミス
を削減

可処分時間を
営業活動や
コア業務へ集中

営業効率の最大化

取引条件に基づき最適なフォローが可能



メールマーケティング

購入条件に基づくフォローメールの配信



クロスセル/アップセル

購入商品に基づく商品サジェスト



データドリブンな施策設計

蓄積データの解析と最適な施策立案



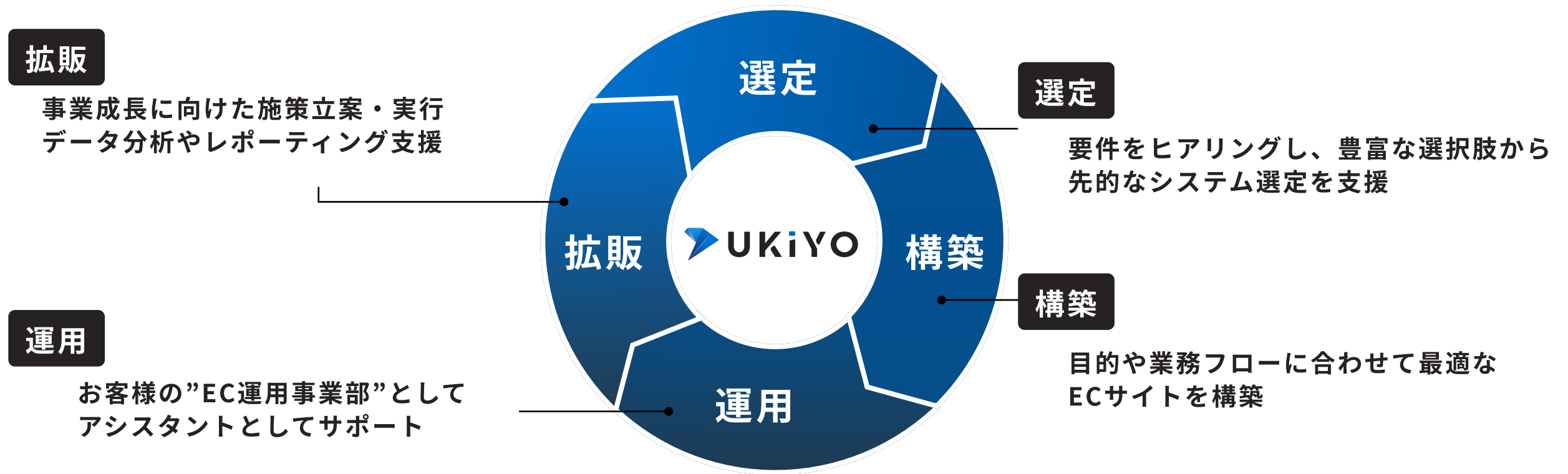
取引条件の自動適用

顧客グループ設定および自動参照

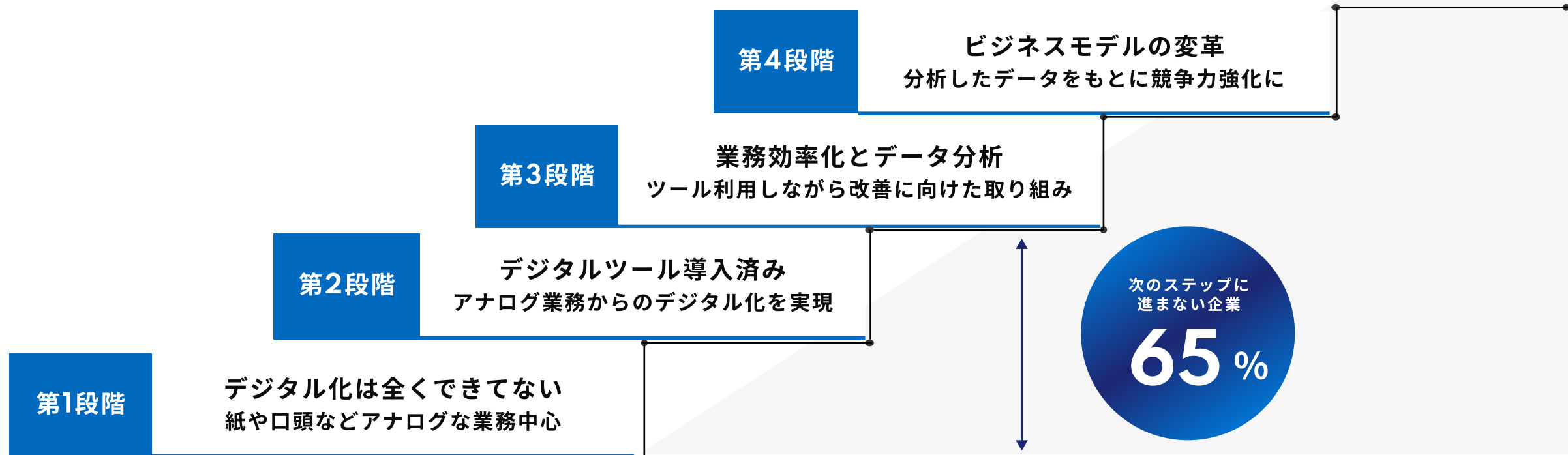
Services

サービス紹介

BtoB ECを事業開発と位置づけて、 立ち上げから事業成長まで一気通貫でサポート



多くの企業が”導入 = ゴール”と考える中で、 事業成果と向き合うDX・事業運営の支援が必要と考えています



資料：（株）帝国データバンク「令和6年中小企業の経営課題と事業活動に関する調査」「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

- ・ 第1段：紙や口頭による業務が中心で、デジタル化が図れていない場外
- ・ 第2段：アナログな状態からデジタルツールを利用した業務環境に以降している状態
- ・ 第3段：デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態
- ・ 第4段：デジタル化によるビジネスモデルの変革や競争力強化に取り組んでいる状態

BtoB ECサイトの導入成否は**カートシステム選び**で決まるから、 **丁寧なヒアリング**をもとに最適なシステムを選定

従来のカート選定

カートシステムの調査・選定を
自力ですべて実施

- システムの調査 / 検索から全て自力で対応
- 自社の業務フローや要件を整理し、必要な機能を整理する必要性
- 様々なシステムの担当者とMTGが長期化
- 判断軸が曖昧でシステム選定が長期化

国内で当社のみ | 無償選定サービス

BtoB ECカートシステムを
無償で選定サポート

丁寧なヒアリングをもとに最適なシステムをご提案

Aladdin EC

cart

CO-NECT

ebisumart

ecBeing BtoB

ecWorks

makeshop
by GMO

TS-BASE
受発注

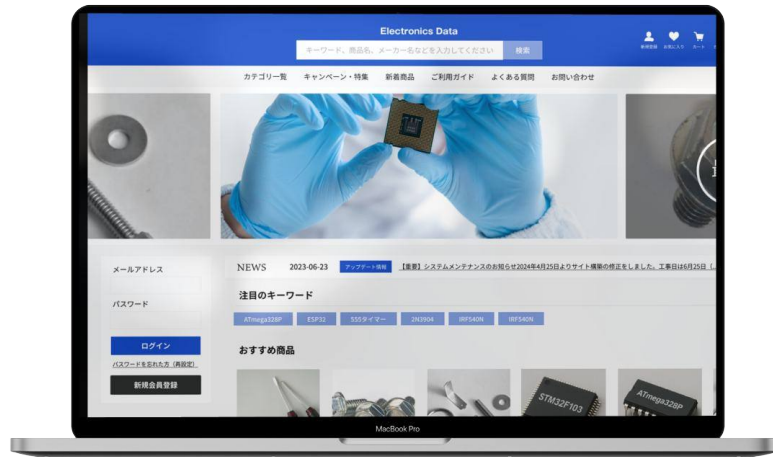
サブスクストア B2B

shopifyplus

楽天B2B
by NETSHOP SUPPORTERS

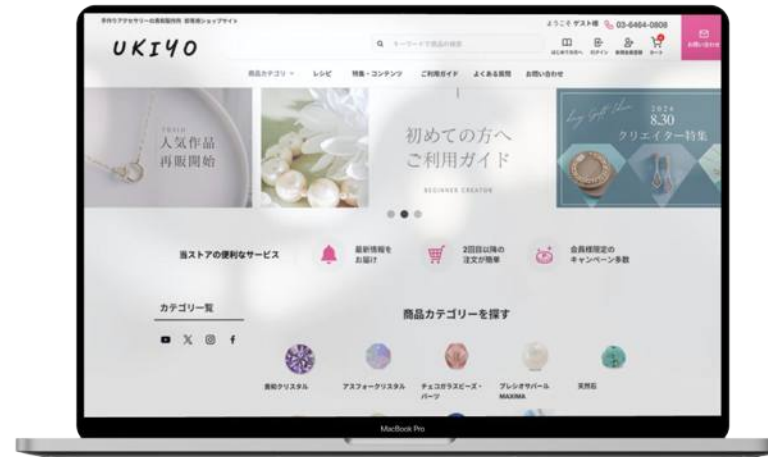
メルカート

業界の商慣習や商材の特性に合わせた BtoB ECサイトの構築が可能



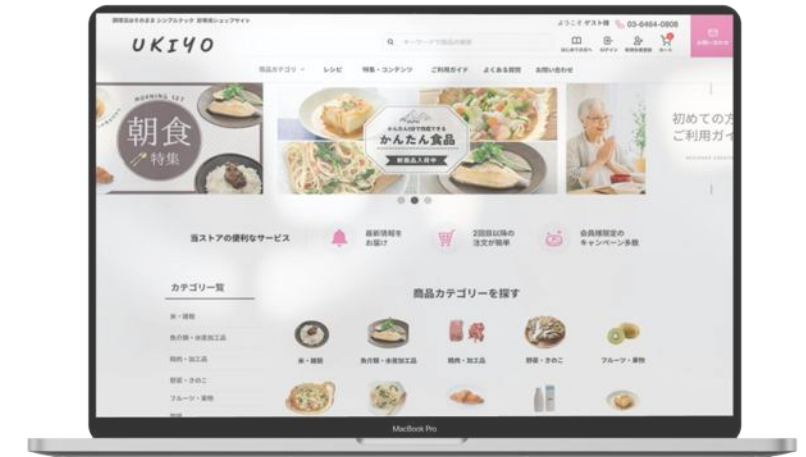
半導体・医療機器の製造・卸企業

- ・ クローズドログイン+承認フロー機能の実装（技術・購買の多段階承認）
- ・ 型番・仕様・証明書・技術資料などのダウンロード機能



生活用品・雑貨・物販の卸企業

- ・ スマホ対応UI/UX設計により、FAX層からのスムーズな移行を支援
- ・ 画像アップロード機能によるOEM受注、サンプル依頼・商品レビュー機能の追加



介護・健康食品の卸企業

- ・ 施設・法人単位のユーザー権限設定、注文履歴に基づくリピート発注機能
- ・ 商品詳細ページに栄養価情報やアレルギー表示など記載

業界・商慣習・商材特性・顧客属性などに応じて、 自社業務フローにフィットしたBtoB ECサイトを実装

UI/UX設計・制作

注文履歴の活用、帳票出力といった
BtoB特有のニーズに対応し、発注者の業
務フローに即したUI/UXを設計・実装

カテゴリ設計

商流や業務フローに基づいたカテゴリ設計や
発注頻度や用途別の分類により、多品種・多
規格であっても迷わず購入できるように設計

コンテンツ制作

見込み顧客の意思決定を後押しする情報
設計をもとに、活用事例、技術資料など
のBtoB特化型コンテンツを企画・制作

基幹システム連携

システム間の情報交換を最適化し、基幹シス
テムとのデータ連携や業務プロセスの自動化
を推進

デザイン制作

商材や取引先の特性を踏まえ、視認性・導線
設計に配慮した設計と企業ブランドの世界観
を両立したデザインを制作

付帯システム開発

検索利便性の強化やAI機能など、競合優位性
をもたらす企画とともに強化機能を独自シス
テムとして開発

専業担当が不在な場合でもBtoB ECに必要なことを 運用アシスタントが伴走支援

運用方針の策定

- 運用における課題のヒアリング
 - お客様の運用リソースの確認
 - 運用計画/方針の策定
 - ミーティング実施
- など

サイト運用

- 商品画像の修正 / 追加 / 削除
 - 新規出品作業
 - キャンペーンバナーの制作
 - データに基づく改修案の提示
- など

内製化支援

- 操作手順の共有
- 運用マニュアルの作成
- その他 保守対応

新規見込み顧客の創出からリピート創出に至るまで 事業拡大に必要なマーケティングを支援

SEO設計・運用

検索経由の顧客獲得を目指すための設計
およびコンテンツ支援

コンテンツマーケティング

発注を生み出すための情報やコンテンツの制
作およびダウンロード創出支援

データ基盤構築・分析

データに基づく最適な意思決定を実現す
るための購買データ分析および基盤構築

PM業務

事業担当者様と一緒に円滑なプロジェクト
進行の管理を実施

コンサルティング業務

事業内容や商材の性質に応じて、目標に合わ
せた事業伴走を実施

広告運用支援

ターゲットに合わせた戦略立案と広告配信の
サポート/運用をご支援

ウキヨはBtoBマーケティング/システム開発/DX/事業開発など
BtoB ECに必要な全ての知見を備えています

	要件整理	カート選定	ECサイト構築	ECサイト運用	マーケティング支援	コンサルティング
▶ UKiYO	○	○	○	○	○	○
EC制作会社	×	×	○	×	×	×
運用代行会社	×	×	×	○	×	×
マーケティング会社	×	×	×	×	○	×
コンサル会社	×	×	×	×	×	○

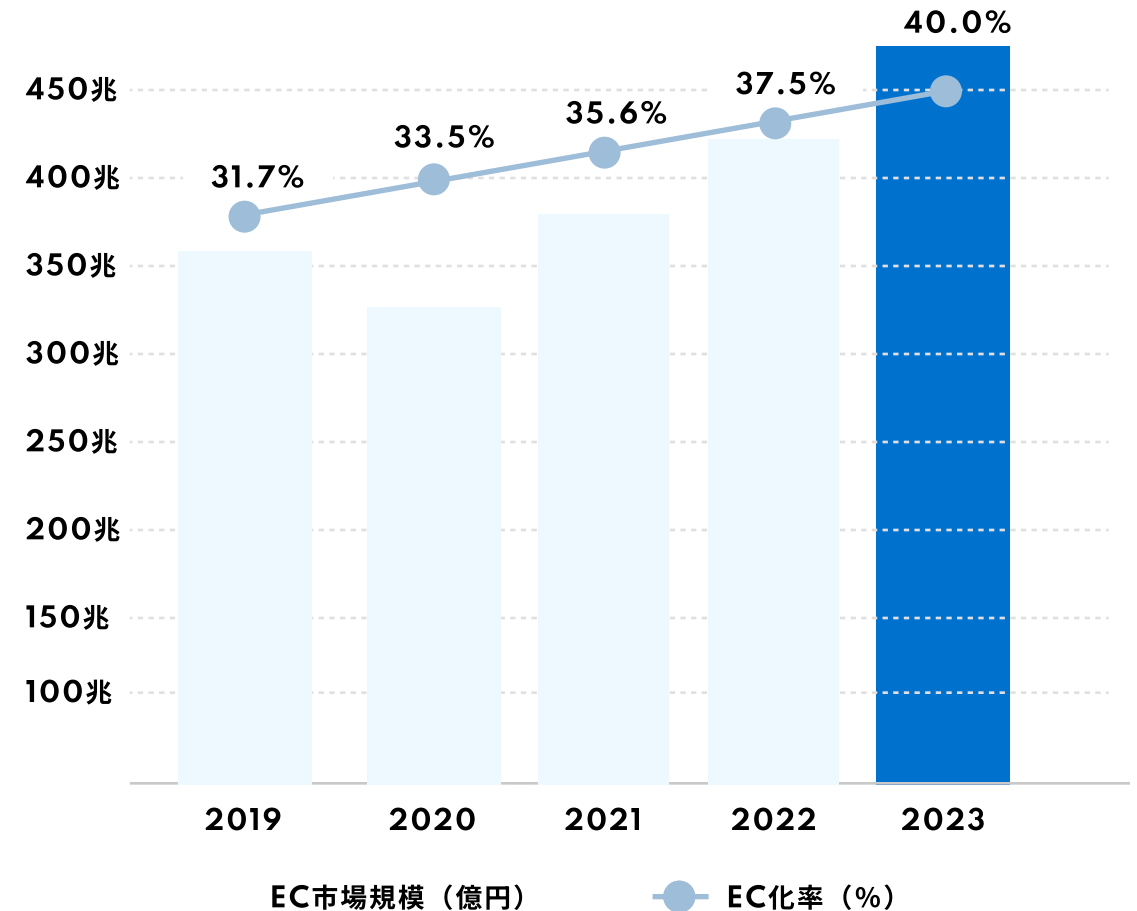
Appendix

補足・附録

EC化率40%を超え、 BtoB EC市場は拡大傾向

経済産業省が公表した「令和5年度電子商取引に関する市場調査」によれば、2023年の日本国内のBtoB EC（企業間電子商取引）市場規模は、465兆2,372億円に達しました。
EC化率は40.0%となり、前年から2.5ポイントの上昇となっています。

一方で、電子的な受発注だけでなく「ECサイト」として事業成長に繋げているケースはまだまだ少ないのが実態です。



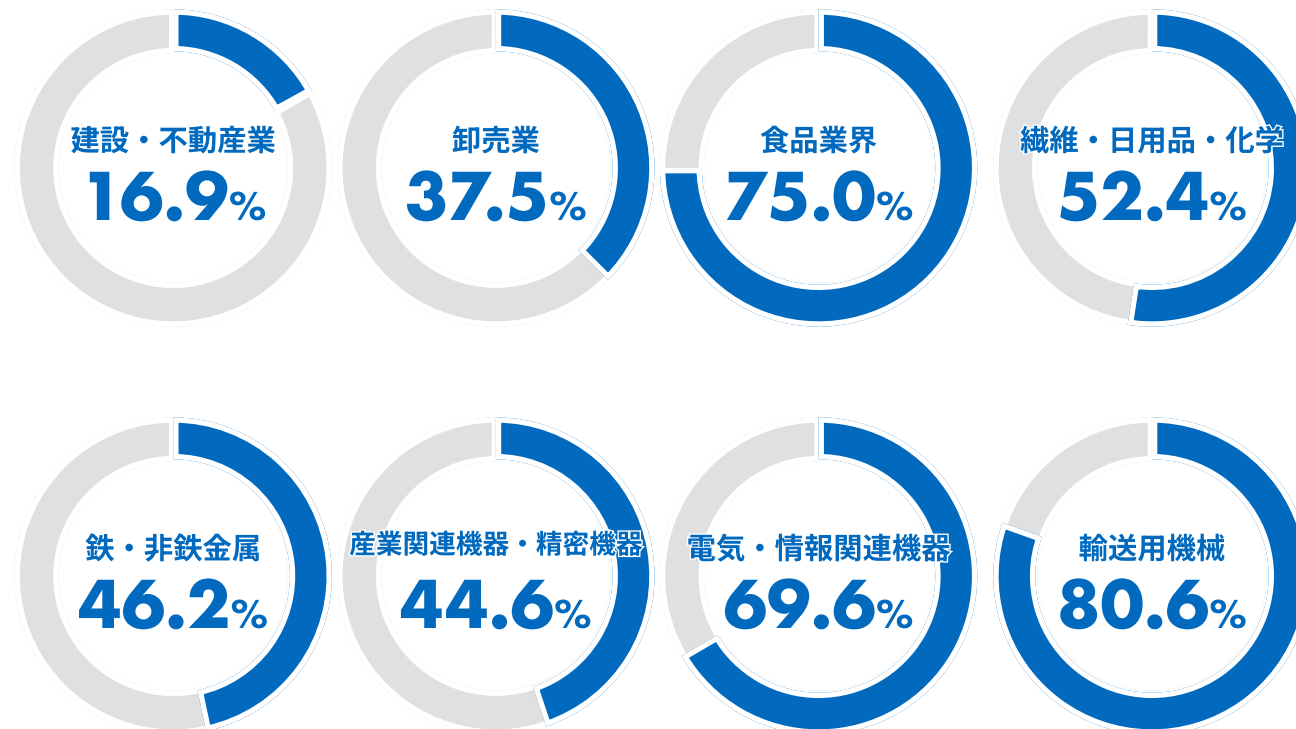
※経済産業省 図表 6-3：BtoB-EC市場規模の推移

業界別 EC化動向

デジタル上での受発注が根付いているか否かは、業界の商慣習に依存するテーマです。

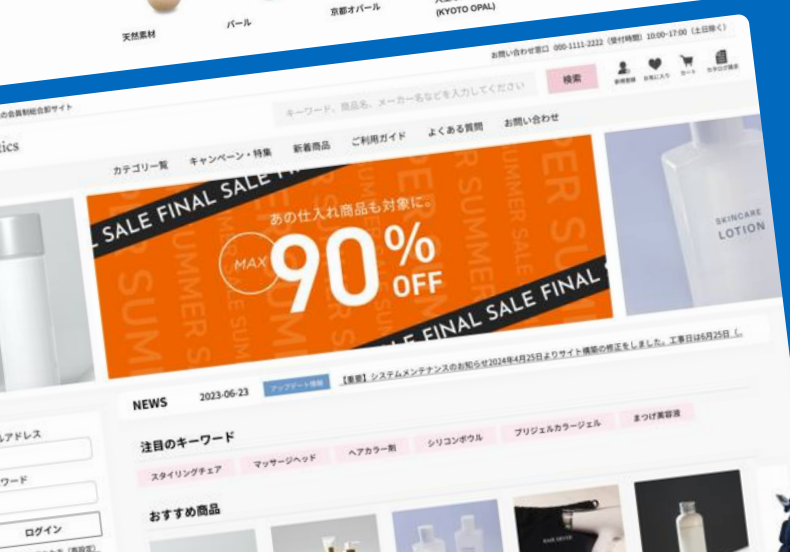
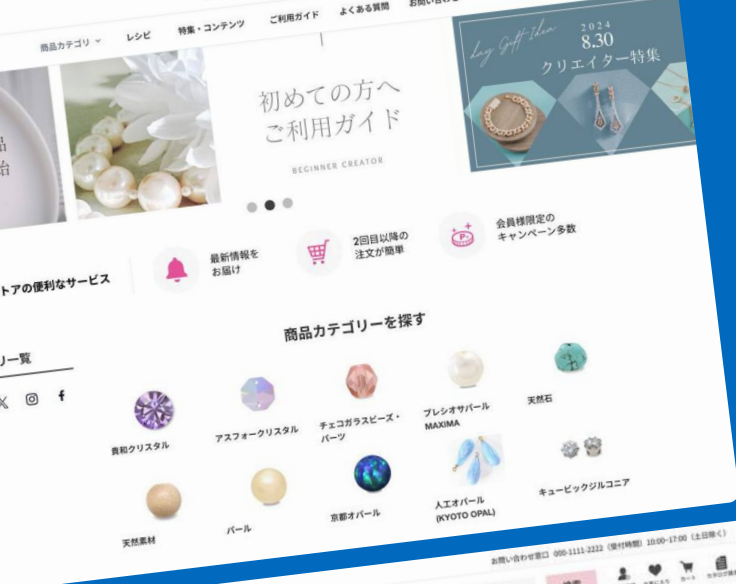
例えば建設・不動産業や卸売業では、BtoB ECの浸透率は50%未満にとどまっています。

デジタル化のイメージが持ちづらい商材ほど、導入の遅れが課題となっている一方で、先行者権益を取りやすい市場でもあります。

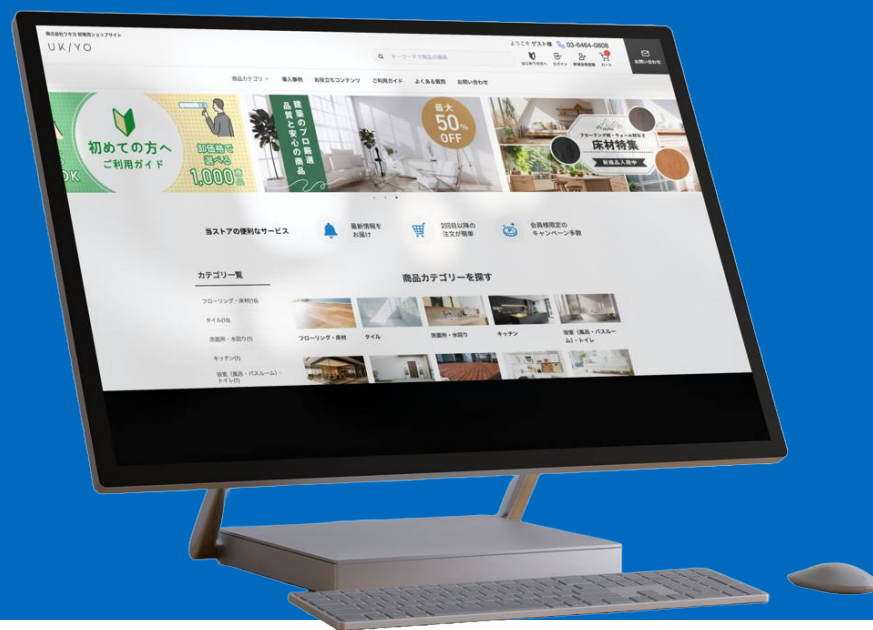


※経済産業省 図表 6-4：BtoB-EC 市場規模の業種別内訳

※業界は一部抜粋。2023年のデータのみ記載



BtoB ECでもっと効率的な時間を



打ち合わせのお申し込み

DXやBtoB向けECサイトについて、もう少し話を聞いてみたい方に、カジュアルな打ち合わせをご用意しています。

<https://ukiyo.co.jp/media/contact/>



当社サイトのご案内

BtoB ECや私たちの取り組みについて、詳細知りたい方は下記より詳細をご確認いただけます。

<https://ukiyo.co.jp/>

