

## インフォシス、最新のモジュラー式モバイルファースト EC プラットフォーム Skava

### Commerce を発表

*Skava Commerce のプラットフォームはリテール・チャネル全体におけるデジタル・コマース・プログラムを推進するにあたって先例のないアジリティを実現します。*

**2016 年 9 月 28 日 (ダラス)** : 本日コンサルティング、テクノロジーおよび次世代サービスのグローバルリーダーである [Infosys](#) (NYSE:INFY) はオムニチャネル体験を提供する最新のモジュラー方式モバイルファースト EC プラットフォームである Skava Commerce の発売を発表しました。[Skava](#) はインフォシスが買収したシリコン・バレーに拠点を置く e コマースの新興企業であり、同プラットフォームを開発しました。これにより企業は柔軟性のあるクラウド・ベースのマイクロサービスやホワイト・レーベル・アプリケーションを活用し、迅速に新商品を立ち上げ、デジタル・チャネルのコンバージョン率を改善し、応答性の高いデジタル属性を生み出すことが可能になります。また、容易に既存のテクノロジーに統合できる一方、未来志向型アーキテクチャを提供し、人工知能や機械学習、自然言語処理やバーチャル・リアリティーを活用する次世代のショッピング体験を可能にします。

Skava Commerce は単独でも、他との併用でも使用でき、ダウンタイムなしで実現できる包括的な e コマース・マイクロサービスを提供します。その最新のアーキテクチャはトラフィックの増加に応じて拡張し、チャネル全体で一貫したエクスペリエンスを提供します。またこのプラットフォームには、SkavaSTUDIO という直感的なウェブ・エクスペリエンスのマネージメント・ツールを用いて技術に詳しくないビジネス・ユーザーが楽々と使いこなせる革新的なモバイルファースト応答型ウェブ・ストアやモバイル仕様のショッピング・アプリケーションが含まれます。

Skava Commerce の最新企業向けのアーキテクチャは、大量の先行投資をせずコスト・エフェクティブな E コマースの展開を容易に促進するのに役立ちます。

インフォシスは Aimia や Darden、Vodafone といった企業とのパートナーシップを通じて得たそのグローバルなコンサルティングやインテグレーションの手腕を振るい、デジタル・カスタマー・エンゲージメントの価値を最大化するため、柔軟なモジュール方式アプローチを必要としている世界中の小売・消費財企業およびその他の顧客基盤に Skava Commerce を提供します。

### Skava Commerce ハイライト:

- **ソースコード・ライセンス** – Skava はまた業界で初めて完全なプラットフォームまたは特定のマイクロサービスのソースコード・ライセンスを提供し、既に独自のプラットフォームを築こうとしている小売業界の大手企業のお手伝いもしています。このような小売企業は Skava の最新のモジュラー式テクノロジー

ー・コンポーネントを取り込み、そのプロセスを促進し、時間と費用を大幅に節減することができ、さらにソースコード・ライセンスにより完全な所有権を持ち、自由に扱うことができます。

- **柔軟なモジュール式マイクロサービス・アーキテクチャ**によりお客様が e コマースを実現するまでの各ステージのニーズに合わせた展開方法を選択いただけます。マイクロサービスには商品情報管理、ユーザー管理、オーダ管理、検索、価格設定およびオファー、ショッピング・カートおよびレジ、顧客サービス、おすすめ商品、ロイヤリティ、パーソナライゼーション、ウィッシュリスト、レジストリ、マーケティング、レポートニングならびにアナリティクスが含まれます。
- プラットフォームにクラウドやモバイルといった**モダン・テクノロジー**が活用され、すべてのお客様との接点で、それぞれのお客様に合わせた洗練されたデジタル・コマース・エクスペリエンスを立ち上げました。このアーキテクチャは実装コストを節減し、新しい商品の迅速な市場への投入を可能にします。
- **未来志向型アーキテクチャ**が NLP アプリケーション、IoT およびカンパセーショナル・コマースといったソーシャル・コマース・ツール等の新興テクノロジーの統合を可能にします。
- **使いやすく実現しやすい機能**により、小売企業は完全な e コマース・ウェブサイトやネイティブ・アプリケーションを迅速に構築、展開できます。大勢の開発者による変更を必要とせず、ビジネス・ユーザーは簡単に e コマース・エクスペリエンスを管理することが可能です。

インフォシスの最高経営責任者ビシャル・シッカは次のように述べています。

「今日多くの企業がチャネル全体におけるカスタマー・エクスペリエンスを細分化し、小売企業の迅速な新商品プロトタイプの実成、テスト実施および販売する機能を抑制する複雑なレガシー IT システムを抱えています。プラットフォームセントリック・アプローチを採用し、Skava Commerce を活用することにより、小売業界のお客様は継続的かつ迅速に新商品を開発、展開することができ、さらにチャネル全体で一貫したブランド・エクスペリエンスを実現することができます。そして各チャネルでユニークなすばらしいエクスペリエンスを提供することができます。Skava Commerce はこれをすべて頑強で安定したプラットフォームで提供し、大手小売企業をサポートします。また、同プラットフォームは人工知能のような新しい技術やバーチャル・リアリティーの新しいエクスペリエンスを取り入れながら、進化するように設計されています。さらに、新しいタイプのデジタルコマース・プラットフォームに対するニーズは明らかに小売または消費財業界の域を超え、保険、バンキング、公共事業といった、ビジネスを推進する上でチャネル全体のお客様との深いエンゲージメントが要となる業界でも適用されます。」

Skava の最高経営責任者のアリシュ・アリ氏は次のように述べています。

「Skava は長い革新の歴史を持ち、何年も業界に先立って e コマースへのモバイルファースト・アプローチを推進してきました。当社の大手小売企業数社との取り組みがそれを物語っています。Skava Commerce を導入することにより、当社のユーザーファースト・アプローチを拡大し、企業および顧客ニーズと共に進化する、最新のモジュール式モバイルファースト・プラットフォームを提供しています。」

フォレスター・リサーチの主席アナリスト、ピーター・シールドン氏は最近のレポートで次のように述べています。

「今後 5 年間で見込まれる成長の多くはアクティビティを再プラットフォームングすることにより推進されます。これは有力なオンライン・リテラーがテクノロジーの拡張性の強化に関心を向け、大手製造会社が直販デジタル・チャンネルにますます集中することになるからです。さらにこの市場区分の成長には、オンライン・リテラーの PIM、OMS、エクスペリエンス・マネージメント、アドバンスト・パーソナライゼーション、おススメエンジン、およびその他のアプリケーションへの投資が影響しています。これらはオンライン・ショッピング・エクスペリエンスを向上させ、コンバージョンを推進します。」(The Forrester Wave™: B2C Commerce Suites, Q1 2015)

## その他リソース

- インフォシスの子会社である Skava は [The Forrester Wave™: Mobile Commerce And Engagement Platforms, Q1 2016 report](#) でリーダーとして評価されました。
- Skava についての詳細は [here](#) をご覧ください。

## セーフハーバー条項省略

### 問い合わせ先

インフォシス 日本支店 マーケティングマネージャー  
安藤 穰 jo\_ando@infosys.com / 03-5545-3257