

Sterling Selling and Fulfillment Foundation



プライシング 概念ガイド

バージョン 9.1

Sterling Selling and Fulfillment Foundation



プライシング 概念ガイド

バージョン 9.1

お願い

本書および本書で紹介する製品をご使用になる前に、55ページの『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 Sterling Selling and Fulfillment Foundation バージョン 9.1、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。

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： Sterling Selling and Fulfillment Foundation
Pricing Concepts Guide
Release 9.1

発行： 日本アイ・ビー・エム株式会社

担当： トランスレーション・サービス・センター

第1刷 2012.4

© Copyright IBM Corporation 1999, 2011.

目次

第 1 章 価格設定サービスの概要	1	顧客属性への価格リストの割り当て	29
第 2 章 価格リストの概要	3	顧客または顧客属性に基づいて価格リストを割り当 てる	30
第 3 章 価格リスト明細	5	第 15 章 価格設定バンドル	31
第 4 章 価格リスト明細アイテムの有効日	7	第 16 章 オーダーにおける割引分配	33
第 5 章 価格リストのステータス	9	第 17 章 手動調整	35
第 6 章 価格設定の精度	11	第 18 章 プライス・ロック	37
第 7 章 価格リストのバルク更新	13	第 19 章 出荷料の計算	39
第 8 章 価格リストの管理とカスタマイズ	15	第 20 章 価格マッチ	41
第 9 章 価格リストの継承	17	第 21 章 オーダー価格設定の概要	43
第 10 章 価格リストの共有可能化	19	オーダー価格をトリガーするもの	43
第 11 章 価格設定ルールおよびクーポン の概要	21	第 22 章 価格設定オーダーの構成ルール	45
価格設定ルール	21	第 23 章 オーダーの価格設定のためのデ ータ選択基準	47
クーポン	22	第 24 章 見積の推奨明細の価格設定	49
オーダーの価格設定例	24	第 25 章 利益率	51
第 12 章 顧客属性への価格設定ルールま たはクーポンの割り当て	25	第 26 章 バンドル価格設定	53
第 13 章 料金への価格設定ルールまたは クーポン調整のマッピング	27	特記事項	55
第 14 章 価格リストの割り当て	29	索引	59
顧客への価格リストの割り当て	29		

第 1 章 価格設定サービスの概要

価格設定サービスは、IBM® Sterling Selling and Fulfillment Foundation のコンポーネントです。これは、IBM Sterling Selling and Fulfillment Suite™ で発生するすべての価格設定計算のハブ (hub) として機能します。価格設定データがサード・パーティーに渡される場合でも、データは取り込みアプリケーションに渡される前に価格設定サービスを通じて戻されます。

価格設定サービスは、価格設定組織におけるすべての価格設定データを保管し、保守する機能を提供します。組織は、価格設定組織として定義して独自の価格設定データを保守するか、任意の価格設定組織を指定することができます。

価格設定サービスを使用すると、ユーザーは価格リストの定義、各製品の価格の保守、数量割引の定義、および価格リストの顧客への直接割り当てまたは顧客属性への間接的割り当てを行うことができます。価格設定サービスでは、価格リスト、価格設定ルール、および顧客の割り当て (customer assignment) を使用して、製品および適切な価格への顧客のアクセスを管理します。例えば、価格設定組織は、アイテムのオーダー数量、顧客の重要度、アイテムが販売される地域、アイテムが販売される時期などの基準に従って、価格を定義できます。価格リスト、および価格設定ルールは、価格設定組織によって定義と管理が行われます。顧客または顧客属性の価格リストまたは価格設定ルールへの割り当ては、エンタープライズによって定義および管理が行われます。

第 2 章 価格リストの概要

価格リストは特定のアイテムまたは SKU の価格設定を定義するリストです。これは、ヘッダー情報と製品のリストおよびその表示価格で構成されます。ヘッダー情報には、名前、説明、通貨、有効日、および価格リストのステータスが含まれます。価格リストのそれぞれに通貨が割り当てられている必要があります。また、アクティブ、または非アクティブのステータスが設定されます。価格リストの明細では、製品と表示価格が関連付けられ、正または負の調整が表示されます。価格リスト明細のそれぞれにはゼロ以上の数量割引が設定され、それぞれの割引に独自の表示価格を設定できます。

価格リストは、マスター価格リストから継承でき、子価格リストに追加でパーセンテージ調整または絶対値調整を定義できます。価格リストの継承については、トピック 17 ページの『第 9 章 価格リストの継承』を参照してください。

価格リストはエンタープライズのすべての登録ユーザー、匿名ユーザー、およびすべての B2B 顧客に割り当てることができます。さらに、1 つの価格リストを 1 つ以上の顧客属性に割り当てることができます。例えば、価格リストはボストンなどの地域、またはゴールド顧客などの顧客レベルに割り当てることができます。

価格リストは、IBM Sterling Business Center アプリケーションを利用して管理できます。

第 3 章 価格リスト明細

価格リスト内の各価格リスト明細により製品と表示価格が関連付けられます。

表示価格、単価、および明細価格の違いは以下のとおりです。

- 表示価格は、価格リストに指定される価格です。表示価格では、ボリューム割引、特別な価格設定ルール、または価格に影響を与える可能性のある他の要素は考慮されません。
- 単価は、率の調整または絶対価格の調整が表示価格に適用された後のアイテムの計算済み価格です。
- 明細価格は、特定の明細アイテムの価格です。明細価格は、表示価格、オーダー数量、および価格設定ルールにより異なります。

例えば、以下の表では MXWS-1000 の表示価格が \$10.00 であることが示されています。-\$2.00 の調整が表示価格に適用された結果、計算された単価は \$8.00 になります。MXWS-1000 のオーダーされた明細の数量は 100 なので、明細価格は \$800.00 になります。

製品 ID	表示価格	絶対調整 (Absolute Adjustment)	単価	オーダー数量	明細価格
MXWS-1000	\$10.00	-\$2.00	\$8.00	100	\$800.00

各表示価格には、価格に関連付ける調整額として正の値または負の値を指定できます。通常、調整では割引を行い、率の調整 (10% など) または絶対価格の調整 (\$10.00 など) が可能です。例えば、以下の表に示されているように、複数の MXWS 製品を含む価格リストを指定し、表示価格の一部またはすべてに対して調整を適用することができます。

- -5% の調整が MXWS-2000 の \$100.00 の表示価格に適用された結果、単価は \$95.00 になります。2 個の数量がオーダーされ、明細価格は \$190.00 になります。
- -\$10.00 の調整が MXWS-3000 の \$120.00 の表示価格に適用された結果、単価は \$110.00 になります。3 個の数量がオーダーされ、明細価格は \$330.00 になります。
- MXWS-4000 には調整は適用されません。表示価格と単価は同じです。2 個の数量がオーダーされ、明細価格は \$260.00 になります。

製品 ID	表示価格	価格調整 (Adjustment)	単価	オーダー数量	明細価格
MXWS-2000	\$100.00	-5%	\$95.00	2	\$190.00
MXWS-3000	\$120.00	-\$10.00	\$110.00	3	\$330.00
MXWS-4000	\$130.00	なし	\$130.00	2	\$260.00

価格リストのアイテムには、数量割引を指定できます。数量割引の価格設定では、絶対価格の調整または率の調整がオーダー数量に基づき表示価格に適用されます。例えば、10 から 19、20 から 29、および 30 以上のオーダー範囲で数量割引を作成できます。一般的に、オーダー数量が大きいほど、絶対価格による割引または率による割引も大きくなります。オーダー数量がこれらの範囲のいずれかに該当する場合、絶対価格の調整または率の調整が表示価格に適用されます。数量が指定された範囲に含まれない場合、調整は適用されず、価格はデフォルトの基本表示価格になります。

例えば、以下のように数量割引の価格設定をセットアップできます。

- 製品 MXWS-1100 に対する率の調整

顧客が 10 から 99 までの数量でアイテム MXWS-1100 をオーダーした場合、-10% の調整が表示価格に適用されます。顧客が 100 から 199 までの数量でアイテム MXWS-1100 をオーダーした場合、-15% の調整が表示価格に適用されます。顧客が 200 以上の数量でアイテム MXWS-1100 をオーダーした場合、-20% の調整が表示価格に適用されます。顧客が 10 未満の数量のアイテム MXWS-1100 をオーダーした場合、価格はデフォルトの基本表示価格になります。

- 製品 RDMS-1100 に対する絶対価格の調整

顧客が 10 から 99 までの数量でアイテム RDMS-1100 をオーダーした場合、-\$1.00 の調整が表示価格に適用されます。顧客が 100 から 199 までの数量のアイテム RDMS-1100 をオーダーした場合、-\$2.00 の調整が表示価格に適用されます。顧客が 200 以上の数量のアイテム RDMS-1100 をオーダーした場合、-\$3.00 の調整が表示価格に適用されます。顧客が 10 未満の数量のアイテム RDMS-110 をオーダーした場合、価格はデフォルトの基本表示価格になります。

以下の表はこれらの例を示しています。

製品 ID	表示価格	オーダー数量	率の調整	絶対調整 (Absolute Adjustment)	単価	明細価格
MXWS-1100	\$10.00	50	-10%		\$9.00	\$450.00
MXWS-1100	\$10.00	150	-15%		\$8.50	\$1,275.00
MXWS-1100	\$10.00	200	-20%		\$8.00	\$1,600.00
MXWS-1100	\$10.00	5	なし		\$10.00	\$50.00
RDMS-1100	\$10.00	50		-\$1.00	\$9.00	\$450.00
RDMS-1100	\$10.00	150		-\$2.00	\$8.00	\$1,200.00
RDMS-1100	\$10.00	200		-\$3.00	\$7.00	\$1,400.00
RDMS-1100	\$10.00	5		なし	\$10.00	\$50.00

有効日を価格リストのアイテムに指定することもできます。有効日に関する詳細は、トピック 7 ページの『第 4 章 価格リスト明細アイテムの有効日』を参照してください。

第 4 章 価格リスト明細アイテムの有効日

有効日を明細アイテムのレベルで設定できます。デフォルトでは、明細アイテムの価格は、対応する価格リストに指定された有効期間の間有効になります。既存の価格リストの有効日を新しい有効日でオーバーライドすることにより、明細アイテムのレベルで特定の期間における特別価格を指定することもできます。つまり、これは同じ価格リスト内の同じ製品 ID に価格の異なる複数のエントリーを含めることができることを意味します。そのようなシナリオでは、システムは有効な価格の中で最も低い値を使用します。

例えば、価格リストが 12/01/2009 から 12/01/2010 まで有効であるとします。ある製品 ID (ProductID1) では、価格リストに以下のような 3 個のエントリーが含まれています。

- 1 個目のエントリーは \$35.00 の価格を定義します。このエントリーは有効日を定義していないので、このエントリーの有効日は価格リストの有効日と同じになります。
- 2 個目のエントリーは \$25.00 の価格を定義し、有効日は 02/01/2010 から 08/01/2010 になります。
- 3 個目のエントリーは \$30.00 の価格を定義し、有効日は 01/01/2010 から 10/01/2010 になります。

以下の表は、異なる日付での ProductID1 の価格を示しています。

日付	価格
11/15/2009	この価格リストの価格は使用できません。価格リストが有効ではありません。
12/02/2009	\$35.00: 1 個目のエントリーのみが有効です。
01/03/2010	\$30.00: 1 個目と 3 個目のエントリーが有効ですが、3 個目のエントリーの価格がより低い値です。
05/16/2010	\$25.00: 3 個のすべてのエントリーが有効ですが、2 個目のエントリーの価格が最も低い値です。
09/20/2010	\$30.00: 1 個目と 3 個目のエントリーが有効ですが、3 個目のエントリーの価格がより低い値です。
11/02/2010	\$35.00: 1 個目のエントリーのみが有効です。

第 5 章 価格リストのステータス

価格リストは、「アクティブ」または「非アクティブ」のいずれかのステータスにあります。価格リストがリスト内のアイテムの価格に影響するのは、その価格リストが「アクティブ」なステータスにある場合のみです。価格設定組織のユーザーは、「非アクティブ」なステータスにある価格リストを顧客に割り当てることができます。ただし、その価格リストは、アクティブになるまで、顧客のオーダーに適用される価格に影響しません。価格設定組織のユーザーは、価格リストのステータスをアクティブまたは非アクティブのいずれかに変更できます。

価格リストに「アクティブ」または「非アクティブ」のステータスを指定する他に、価格リスト内の価格リスト明細にも「アクティブ」または「非アクティブ」の状況を指定できます。以下の表では、価格リストおよび価格リスト明細のステータスにより価格を価格リストから使用できるかが決まるシナリオを示します。

条件	結果
価格リストおよび価格リスト明細が「アクティブ」である	価格リストのすべての価格を使用し、顧客のオーダーに適用できます。
価格リストが「アクティブ」で価格リスト明細が「非アクティブ」である	価格リスト明細が「アクティブ」であるアイテムの価格だけを価格リストから使用し、顧客のオーダーに適用できます。
価格リストが「非アクティブ」で価格リスト明細が「アクティブ」である	価格を価格リストから使用し、顧客のオーダーに適用することはできません。
価格リストおよび価格リスト明細が「非アクティブ」である	価格を価格リストから使用し、顧客のオーダーに適用することはできません。

第 6 章 価格設定の精度

計算された価格は、固定の小数位に丸められます。価格リストを作成する前に、小数点以下何位まで保存して表示するかを検討します。例えば、一部の製品の単価は、小数点以下第 4 位に設定することができます。

価格が表示される精度は、Sterling Selling and Fulfillment Foundation の実装時に設定されます。単価および合計価格の精度を制御するシステム・レベルのルールを設定できます。デフォルトでは、単価の精度は小数点以下第 6 位で、合計価格の精度は小数点以下第 2 位です。

注: IBM Sterling Distributed Order Management™ は、単価については最大で小数点以下第 6 位までサポートし、合計価格については最大で小数点以下第 2 位までサポートします。この最大値を超えた場合、切り捨ておよび丸め処理において問題が発生する可能性があります。

単価の精度は、常に合計価格の精度より高いか等しい値である必要があります。そうでない場合、合計価格について価格設定の精度が失われます。例えば、単価の精度に 2 を設定し、合計価格の精度に 3 を設定する場合、オーダー合計価格は小数点以下第 3 位ではなく小数点以下第 2 位までしか表示されません。これは、計算されたオーダー合計価格が単価に基づいているためです。

第 7 章 価格リストのバルク更新

価格リストには、カタログ内の製品の価格が含まれており、多くの場合、カタログには膨大な数のアイテムが含まれています。データの更新が必要な場合、それぞれのアイテムを個別に更新するのは非効率であり、コスト効率的にも適切ではありません。しかし、価格設定サービスによって、アイテムまたはアイテムのカテゴリに対して、妥当な応答時間でのバルク操作の実行が可能になります。アイテムまたはアイテムのカテゴリに対して実行できるバルク操作は、以下のとおりです。

- 価格リストからすべての価格リスト明細を削除する。
- カタログから価格リストにすべてのアイテムを追加する。
- すべての表示価格に、パーセンテージ価格調整 (5% など) または絶対価格の調整 (\$5.00 など) を追加する。

第 8 章 価格リストの管理とカスタマイズ

価格設定サービスは、ターゲット顧客への価格の配信に使用できます。これを行うには、顧客、または顧客属性に固有の価格リストを作成して、その価格リストをターゲットにする顧客に関連付ける必要があります。価格設定サービスでは、顧客、または顧客属性に関連付けられたアクティブな価格リストを基準にして、製品の最低価格が計算されます。複数の価格リストを使用して、顧客ごとに異なる価格を提案することができます。

価格リストの作成時は、リストに割り当てる製品を選択し、価格リストのコンテキスト内でそれらの製品の単価を設定します。また、価格リストごとに通貨、ステータス (アクティブまたは非アクティブ)、および開始日と終了日 (有効日) も設定する必要があります。開始日と終了日によって、価格リストが適用される期間が定義されます。現在日付がこの範囲にない場合、その価格リストは現在日付に関して実行される価格計算には使用されません。価格設定情報の更新時は、価格リストのステータスを一時的に非アクティブに変更できます。変更の完了後に、ステータスをアクティブに変更できます。価格リストのステータスがアクティブで、現在日付が価格リストの有効日の範囲内であれば、価格設定管理者が加えたすべての変更が即座に有効になります。

顧客は、その顧客に関連付けられている 1 つ以上のアクティブな価格リストに製品が割り当てられていなければ、その製品を購入できません。

第 9 章 価格リストの継承

価格リストは、別の価格リストから製品情報や価格情報を継承できます。ある価格リストから 1 つ以上の依存価格リストによって価格情報が継承される場合、その価格リストはマスター価格リストと呼ばれます。

一部の組織では、マスター価格リストを管理し、これを元に継承される価格リストを作成し、特定の顧客または顧客グループに一定の割引または料金を適用することができます。例えば、組織に 3 箇所の異なる地域の顧客に対応するための 3 つの部門がある場合、その組織ではすべての製品の価格が定義されるマスター価格リストを 1 つと、マスター価格リストから製品情報や価格情報を継承する依存価格リストを 3 つ作成することができます。価格設定組織のユーザーは、依存価格リストがマスター価格リストから継承する価格を率、固定金額、または率と固定金額の両方で増減させることができます。

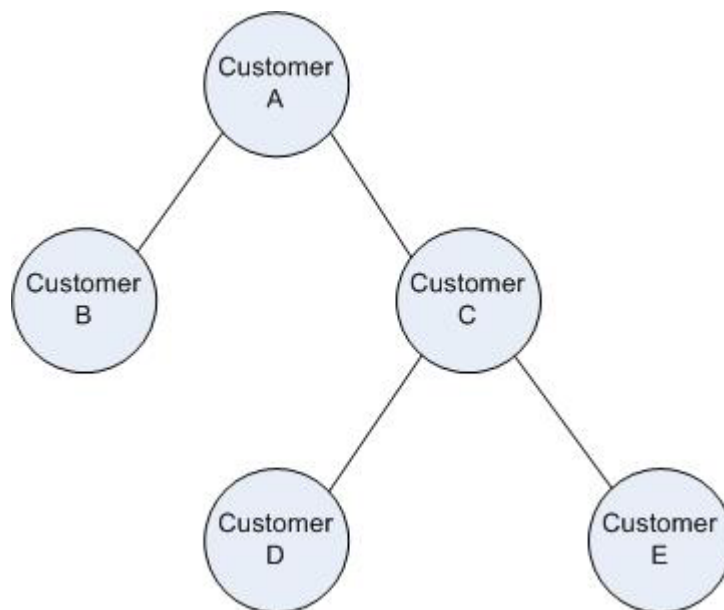
価格リストがマスター価格リストから継承されると、継承される価格リストはすべての製品およびその表示価格の、率の調整または絶対価格の調整 (ある場合)、有効日およびマスター価格リストのステータスおよび通貨を継承します。しかし、継承される価格リストは割り当てを継承しません。価格設定組織のユーザーは、追加の率の調整または絶対価格の調整の定義を継承された価格リストの単価に対して行うことができます。例えば、より高い料金を請求する地域について継承した価格リストがある場合、この継承した価格リストのすべての価格を \$5.00、5% または \$5.00 と 5% の両方で上げるように定義する場合があります。

注: マスター価格リストから継承される新規価格リストを作成する場合、その継承された価格リストでは新規価格リスト明細を定義することはできません。また、継承は 1 つのレベルでのみ許可されています。

既存の価格リストをコピーして既存の価格リストから新しい価格リストを作成することもできます。価格リストをコピーすると、割り当てを除いて、すべてが新規価格リストにコピーされます。これには、製品およびその表示価格、率の調整または絶対価格 (ある場合)、有効日、および価格リストのステータスおよび通貨が含まれます。しかし、これらの価格リストを同期させる必要がある場合には、かなりの管理作業が必要になる可能性があります。例えば、1 個の価格リストに、アイテムの追加またはアイテムの価格の更新などの変更を加える場合、コピーしたすべての価格リストに同じ変更を加える必要があります。価格リストを同期させる必要がある場合は、価格リストをコピーする代わりに価格リスト継承機能を使用してください。

第 10 章 価格リストの共有可能化

顧客が顧客階層における親である場合は、価格リストをその親に割り当てると、階層内で親の下位にある顧客にもその価格リストを自動的に割り当てることができます。例えば、次の図で顧客 A は顧客 B および顧客 C の親です。顧客 C は、顧客 D および顧客 E の親です。顧客 A に価格リストを割り当て、その価格リストが共有可能であると指定すると、システムによってこの価格リストが顧客 B および顧客 C に、さらに顧客 D および顧客 E にも自動的に割り当てられます。



価格リストを特に子顧客に割り当てて、その価格リストを共有可能として指定することができます。これにより、価格リストの割り当てが親から削除された場合でも、その価格リストが子 (さらにその子) に割り当てられることが保証されます。

第 11 章 価格設定ルールおよびクーポンの概要

価格リスト使用による製品の価格管理に加え、価格設定ルールおよびクーポンを使用しても価格を管理できます。価格設定ルールおよびクーポンでは、オーダー・レベルと明細レベルのいずれかで、特別提供品、割引、料金が管理されます。

価格設定ルールおよびクーポンは、Sterling Business Center アプリケーションを利用して管理できます。

価格設定ルール

価格設定ルールでは一連の条件とアクションを定義します。ルールの条件が満たされると、対応するアクションが実行されます。例えば、バルク割引ルールを設定して、顧客が指定数以上の製品を購入する場合に、販売する製品の価格を下げるように指定できます。オーダー・ルールの場合は、これらのアクションの結果、割引または料金の適用のいずれかの価格設定の調整が行われます。アイテム数量ルールの場合は、条件はアイテム ID またはアイテム属性 (特性) に基づいて評価されます。

価格設定ルールのステータスは、「アクティブ」または「非アクティブ」のいずれかです。価格設定ルールが適用されるのは、価格設定ルールが「アクティブ」な状態にあり、価格設定の実行時に価格設定ルールが有効な場合に限られます。

オーダー・ルールは、以下のいずれかのタイプです。

- **組み合わせ:** このルールは、ソース・アイテム ID の特定の組み合わせがオーダー内に存在する場合にターゲット・アイテム ID の価格を調整するために使用します。このルールが適用されるのは、ターゲット・アイテム ID が既にオーダー内にある場合に限られます。組み合わせルールは、単一のターゲット・アイテム、すべてのターゲット・アイテム、またはトリガー・アイテムの各組み合わせに対して割引を適用できます。組み合わせルールでは、PC を 5 台購入すればプリンターが 1 台無料など、特定の数量のアイテム ID が含まれている必要がある場合があります。
- **アイテム数量:** このルールは、製品の数量割引の価格設定の指定を有効にします。顧客が指定数以上の製品を購入する場合の製品の販売価格を指定できます。ルールを適用するアイテムを選択するには、アイテムを ID で指定するか、アイテム属性 (特性) を使用できます。

アイテム数量ルールでは、単一のターゲット・アイテムまたはすべてのターゲット・アイテムに対して率の調整または絶対価格の調整を有効にできます。例えば、顧客が 10 個以上のターゲット・アイテムを購入する場合に 5% の調整がすべてのターゲット・アイテムに適用されるようにルールで指定できます。

- **オーダー合計:** このルールは、オーダーの合計金額 (出荷料および税金を含まない) が特定の範囲内にある場合にアクションを実行します。通常、このアクションにより、率による割引の価格またはルールの通貨で指定された絶対価格だけオーダー合計が下がります。例えば、オーダーが \$25 以上の場合に 10% の調整をオーダーに適用するようにルールで指定できます。

- **出荷料のオーダー合計:** このルールは、オーダー合計に基づいて、出荷料の割引を行います。割引は、固定金額、比率、または定額出荷料です。例えば、オーダーが \$25 以上の場合に \$5 の割引を出荷料に適用するようにルールで指定できます。
- **アイテム出荷の追加料金:** これらのルールは、明細アイテム・レベルで使用され、指定した特性を持つアイテムに出荷の追加料金を関連付けます。

例えば、冷蔵庫などの特大サイズのアイテムの出荷に追加の定額料金を請求するとします。特大サイズというアイテム属性タイプ (特性タイプ) を作成後、特大サイズの冷蔵庫アイテム属性 (特性) を作成し、これをすべての冷蔵庫に関連付けます。アイテム出荷の追加料金ルールを作成する場合、特大サイズの冷蔵庫特性を選択することで追加料金を適用します。

このルールがオーダーの製品に適用される場合、システムは購入する製品の数量だけ追加料金を乗算し、その結果得られた金額を出荷調整に追加します。

注: 価格設定ルールで、派生属性、計算属性、または参照属性を使用することはできません。

価格設定ルールの作成後、それを特定の顧客のグループに割り当てる必要があります。例えば、価格設定ルールをゴールド顧客のみに割り当てることができます。

クーポン

クーポンは、一種の価格設定ルールですが、前述の価格設定とはいくらか異なります。前述の価格設定ルールは、すべてのオーダーに適用されるもので、顧客はオーダーに示されている価格をルールで変更する場合、何も行う必要がありません。それに対して、クーポンは、顧客が積極的にクーポンをオーダーに追加した場合にのみオーダーにおけるアイテムの価格を変更します。また、価格設定ルールは 1 つ以上のターゲット・アイテムに適用できますが、クーポンは 1 つのターゲット・アイテムにのみ適用できるという点も異なります。例えば、アイテム数量ルールは、パーセンテージによる調整または絶対調整のどちらでも単一アイテムまたはすべてのターゲット・アイテムに適用できますが、クーポンは 1 つのターゲット・アイテムにのみ調整を適用できます。

クーポンのタイプには、以下のものがあります。

- **組み合わせ:** 組み合わせクーポンは、ソース・アイテム ID の特定の組み合わせがオーダーにある場合に、ターゲット・アイテム ID の価格を調整します。クーポンは、ターゲット・アイテム ID がすでにオーダーに入っている場合にのみ適用されます。1 つの組み合わせクーポンは、1 つのターゲット・アイテム、多数のアイテム、および 1 つのアクションをもつことができます。組み合わせクーポンでは、特定の数量のアイテム ID が存在していること、例えば、2 台のテレビを購入して無料の DVD プレイヤーを獲得することが必要になる場合があります。
- **アイテム数量:** アイテム数量クーポンは、顧客が製品を、指定数よりも多く購入する場合に、アイテムの価格を調整します。アイテム数量クーポンは、パーセンテージによる調整または絶対調整のどちらでも単一アイテムに提供することが可

能で、1 つ以上のアクションをもつことができます。例えば、5 枚から 10 枚の DVD を購入すると 10% の割引になり、11 枚以上の DVD を購入した場合は 15% の割引になるといった具合です。

- **オーダー合計:** オーダー合計クーポンは、オーダーの合計金額 (出荷および税金前) が範囲内であると、アクションを起こします。一般に、このアクションは、パーセンテージによる調整または絶対価格による割引のどちらかをオーダー合計から差し引くことです。1 つのオーダー合計クーポンは、1 つのターゲット・アイテムと 1 つ以上のアクションをもつことができます。例えば、オーダー合計が \$100 から \$200 までの範囲の場合は、オーダー合計に 10% の割引が適用されます。オーダー合計が \$200 を超える場合は、オーダー合計に 15% の割引が適用されます。
- **出荷料オーダー合計:** 出荷料オーダー合計クーポンは、オーダー合計に基づいて出荷料に割引を適用します。割引には、固定金額、率、または定額出荷料を指定できます。1 つの出荷料オーダー合計クーポンは、1 つのターゲット・アイテム、多数のターゲット属性、および 1 つ以上のアクションをもつことができます。例えば、オーダー合計が \$100 から \$200 までの範囲の場合は、出荷料は 10% 割引になり、オーダー合計が \$200 を超える場合は、出荷料は 15% 割引になります。

注: クーポンで、派生属性、計算属性、または参照属性を使用することはできません。

顧客は、1 つのオーダーに 1 つ以上のクーポンを追加できます。クーポンは、顧客とオーダーが、そのクーポンについて規定されている制約を満足した場合にのみ、オーダーのアイテムの価格に影響を及ぼします。価格設定ルールが適用され、クーポンと関連付けられているルールも適用され、しかもそのルールが目的のオーダーに有効である場合、ルールは、他の価格設定ルールと同様に、明細アイテム価格を変更します。

クーポンにフラグを立てて、そのクーポンが排他的クーポンであることを示すことができます。以下のルールは、オーダーでの排他的クーポンの適用を規定します。

- 単一の排他的クーポンまたは複数の非排他的クーポンのどちらかをクーポン・ターゲットに適用できます。
- アイテムがターゲット設定されている排他的クーポンは、オーダー・レベルのクーポンと競合しません。
- オーダー・レベルの排他的クーポンは、アイテムがターゲット設定されている排他的クーポンと競合しません。
- アイテムがターゲット設定されている排他的クーポンは、ターゲットが同じである場合にのみ、アイテムはターゲット設定されている別のクーポンと同時に使用することができず、またその逆も同様です。
- オーダー合計排他的クーポンは、他のオーダー合計排他的クーポンと同時に使用することはできず、またその逆も同様です。
- 1 つのオーダーに複数の排他的クーポンが指定された場合、最初の排他的クーポンのみがそのオーダーに適用されます。

価格設定サービスでは、価格設定ルール、クーポン、および価格リスト用の管理 API を用意しています。価格設定ルール、クーポン、および価格リスト用の管理 API については、*Sterling Selling and Fulfillment Foundation: Javadocs* を参照してください。

オーダーの価格設定例

顧客がオーダーにクーポンを追加すると、クーポンに関連付けられたルールによって明細アイテムに調整 (割引または料金) を適用できます。以下に例を示します。

- 1 つ購入すると、無料でもう 1 提供

アイテムを 2 つ購入する場合に、2 つめのアイテムが無料になります。

- ゴールド・ディストリビューター向け特別提供品

\$1,000.00 相当を超えるアイテムを購入した場合に 10 % 割引が提供されます。関係タイプがディストリビューターの顧客に属する顧客のユーザー窓口であるときは、顧客レベルがゴールドになり、オーダー合計 (税および出荷料適用前) が \$1,000.00 を超えている場合にオーダー合計が 10% 減額されます。

- オーダーが \$150.00 を超える場合は出荷料が無料の資格の付与

合計 \$150.00 を超える製品を購入する場合、出荷料を免除します。

一部の価格設定ルールはアイテム属性を使用して定義できます。例えば、ワイヤレス対応ラップトップを購入する場合に、キャリア・ケースも提供されます。ワイヤレス対応機能を備えたラップトップが記載されたオーダーはすべて、このルールを満たします。

第 12 章 顧客属性への価格設定ルールまたはクーポンの割り当て

価格設定ルールまたはクーポンを、1 つ以上の顧客属性 (業種、関係タイプ、顧客レベル、地域など) のセットに割り当てることができます。業種は、「教育」または「行政」など、顧客が属する業界を示します。関係タイプは、顧客が販売店、流通業者、契約製造業者など、いずれに該当するかを示します。顧客レベルは、ゴールド、プラチナ、またはシルバーなど、顧客のステータスを表す階層化された値を示します。地域は、定義された地理上の区域を示します。

例えば、価格設定ルールまたはクーポンを以下のように割り当てることができます。

- Boston 地域の顧客に価格設定ルールまたはクーポンを割り当てる場合、それらを属性 `region=Boston` に割り当てます。
- 教育市場でサービスを提供する顧客に価格設定ルールまたはクーポンを割り当てる場合、それらを属性 `vertical=Education` に割り当てます。
- ゴールド・レベルの顧客に価格設定ルールまたはクーポンを割り当てる場合、それらを属性 `customer level=Gold` に割り当てます。
- 販売店の顧客に価格設定ルールまたはクーポンを割り当てる場合、それらを属性 `relationship type=Reseller` に割り当てます。

また、教育市場でサービスを提供する Boston 地域のゴールド・レベルのすべての顧客など、複数の顧客属性に価格設定ルールまたはクーポンを割り当てることもできます。例えば、価格設定ルールまたはクーポンを属性 `region=Boston`、`vertical=Education`、および `customer level=Gold` に割り当てることができます。

顧客属性に価格設定ルールおよびクーポンを割り当てる動作は、顧客属性に価格リストを割り当てる動作と同じです。ただし、ルールの場合は、条件に最も一致した地域に余り意味はありません。米国地域に適用可能なすべてのルールは、東海岸地域でも西海岸地域でも適用可能なためです。

一般的に、地域に基づいて階層的にルールを定義するのではなく、特定の地域にルールを割り当てます。また、価格設定ルールまたはクーポンへの顧客属性の割り当ては、エンタープライズ・レベルで行われます。

ある顧客について、その顧客に明示的に割り当てられた価格設定ルールと、顧客属性に基づいて割り当てられた価格設定ルールが使用されます。価格リストの選択のような優先順位はありません。

第 13 章 料金への価格設定ルールまたはクーポン調整のマッピング

Order Management では、価格設定呼び出しの一環として生成された調整が料金カテゴリと料金名の組み合わせを使用して保管されます。価格設定サービスは、価格設定呼び出しの際に、各価格設定ルール・アクションに構成されたデータに基づいてこれらの属性を返します。複数の価格設定ルールが適用可能である場合は、価格設定ルール・アクションからの調整が累積的に適用されます。

価格設定モジュールでは、料金カテゴリと料金名が次のように使用されます。

- 価格設定モジュールでは、特定の価格設定組織内で、販売オーダーの伝票種別 (document type) (0001 のみ) に定義された料金カテゴリと料金名のみが使用されます。
- 価格設定ルールはすべて、特定の価格設定組織内で定義された料金カテゴリおよび料金名に次のように関連付けることもできます。
 - 料金 (率または絶対額) を生成する価格設定ルールに割引専用として定義された料金名を設定することはできません。
 - 割引 (率または絶対額) を生成する価格設定ルールに請求専用として定義された料金名を設定することはできません。
 - 定額割引を付与する価格設定ルールに請求専用として定義された料金名を設定することはできません。これは常に割引になります。

第 14 章 価格リストの割り当て

価格リストを作成したら、顧客が使用できるようにする必要があります。価格リストは、特定の顧客または顧客属性のいずれかに割り当てることができます。

Sterling Distributed Order Management™ の一部である、以下の 3 つの会計ルール (financial rules) は、エンタープライズ・レベルで使用可能にできます。

- 階層内で最も近い顧客に割り当てられた価格リストを使用する
- 地域階層内で一致する地域または最も近い地域に割り当てられた価格リストを使用する
- 直接割り当てが存在する場合、価格リストの属性割り当てを除外する

価格リストの割り当ては、Sterling Business Center アプリケーションによって管理できます。

顧客への価格リストの割り当て

顧客データがあるエンタープライズ・レベルで、顧客に価格リストを割り当てます。

顧客には、以下のタイプがあります。

- 企業顧客 (Business customers) (B2B)
- 消費者顧客 (B2C) または登録済みユーザー
- 「匿名ユーザー (Anonymous users)」

エンタープライズの登録済みユーザー、匿名ユーザー、すべての B2B 顧客に価格リストを割り当てることができます。

また、特定の企業顧客 (business customer) (B2B) に価格リストを割り当てて、その顧客の子顧客と価格リストを共有することもできます。特定の顧客に価格リストを割り当てない場合、価格リストはすべての顧客に割り当てられます。

顧客の階層を保有することができ、その階層内で各顧客は自分の価格リストを子顧客と共有します。「階層内で最も近い顧客に割り当てられた価格リストを使用する」ルールを有効にしている場合、以下の動作が発生します。価格リストが顧客に直接割り当てられている場合、その価格リストが使用されます。価格リストが顧客に直接割り当てられていない場合、親顧客に割り当てられた価格リストが使用されます。価格リストが親顧客に割り当てられていない場合、階層内で次に高い位置にある顧客の価格リストが使用されます。

顧客属性への価格リストの割り当て

価格リストを、1 つ以上の顧客属性 (業種、関係タイプ、顧客レベル、地域など) に割り当てることができます。以下に例を示します。

- Boston 地域の顧客に特定の価格リストを割り当てる場合、価格リストを属性 `region=Boston` に割り当てます。
- 教育市場でサービスを提供する顧客に特定の価格リストを割り当てる場合、価格リストを属性 `vertical=Education` に割り当てます。
- ゴールド・レベルの顧客に特定の価格リストを割り当てる場合、価格リストを属性 `customer level=Gold` に割り当てます。
- 販売店である顧客に特定の価格リストを割り当てる場合、価格リストを属性 `relationship type=Reseller` に割り当てます。

また、教育市場でサービスを提供する Boston 地域のゴールド・レベルのすべての顧客など、複数の顧客属性に特定の価格リストを割り当てることもできます。例えば、価格リストを属性 `region=Boston`、`vertical=Education`、および `customer level=Gold` に割り当てることができます。

ビジネス要件に応じて、追加の属性を定義することができます。顧客属性データがあるエンタープライズ・レベルで、属性に価格リストを割り当てます。

価格設定サービスは、「**地域階層内で一致する地域または最も近い地域に割り当てられた価格リストを使用する**」ルールを使用します。このルールはエンタープライズ・レベルで定義され、地域に最も固有な、価格設定で使用する価格リストを決定します。このルールが設定されていない場合、価格設定サービスは地域階層のすべての価格リストを考慮します。例えば、顧客 A に 2 つの価格リストが割り当てられており、1 つは顧客の地域 (Massachusetts など) によって割り当てられ、もう 1 つは顧客のタイプ (ゴールド会員など) によって割り当てられているとします。このルールが有効に設定された場合、仮に価格が片方よりも高くても、地域によって割り当てられた価格リストが使用されます。また、地域階層で最も顧客に近い地域に割り当てられた価格リストが使用されます。

顧客または顧客属性に基づいて価格リストを割り当てる

B2B 顧客の場合、その顧客に直接割り当てられた価格リスト、および顧客属性に基づいて割り当てられた価格リストが、価格決定に使用されます。

価格リストの割り当ての動作は、ある顧客に割り当てられた価格リスト、または階層内のより上の顧客に割り当てられた価格リストを選択するように変更できます。そのような割り当てが存在しない場合、価格リストは顧客属性に基づいて選択されます。この動作は、「**直接割り当てが存在する場合、価格リストの属性割り当てを除外する**」ルールによって、エンタープライズ・レベルで制御されます。これによって、顧客に基づく割り当てが、顧客属性に基づく割り当てよりも優先します。

第 15 章 価格設定バンドル

バンドルは、製品およびサービスの両方を含むパッケージです。バンドル親明細および 1 つ以上の子明細で構成されます。子明細は、製品、サービス、またはその他のバンドル品です。

価格設定に関しては、バンドル親はその他のオーダー明細と同様に処理されます。明細合計はその他の明細と同じ方法で計算されます。オーダー合計には、バンドル親およびコンポーネント (ある場合) が含まれます。バンドルには、その他の明細と同様に、単価、料金、および税が含まれます。

オーダー明細レベルの属性には、オーダー合計から明細の価格が除外されるように明細の価格を抑制できる、`IsLinePriceForInformationOnly` 属性があります。明細の価格を、表示はされるがオーダー合計から除外されるようにするには、該当するコンポーネントにこの属性を設定します。バンドルのコンポーネントの価格がパッケージ自体の価格に含まれていても、キャンセルや返品に備えて、各明細の価格も保存したい場合には、その明細にこの属性を設定できます。バンドルの特別価格を反映するには、コンポーネントの価格がオーダーの合計価格に含まれないように、属性をコンポーネントに設定できます。

以下の表は、寝室パッケージ・バンドルとそのコンポーネントの例を示しています。

寝室パッケージ	明細合計額	情報提供のための価格
寝室パッケージ (バンドル)	\$500	
ドレッサー	\$200	はい
ナイトテーブル	\$100	はい
ベッド・セット・パッケージ (バンドル)	\$300	はい

通常は、オーダー合計はすべての明細の合計に一致し、この場合は \$1,100 になります。バンドル親を基に、オーダーの価格を別の方法で設定し、コンポーネント・レベルの価格がインボイスに含まれないようにする場合は、オーダー作成時にコンポーネント・レベルで属性を設定できます。これらの属性の詳細については、「*Sterling Selling and Fulfillment Foundation: Javadocs*」を参照してください。

バンドルがオーダーに推奨明細として追加された場合、そのバンドルの親明細とそのすべてのコンポーネントの `IsLinePriceForInformationOnly` フラグに `Y` が設定され、バンドル全体がオーダー合計に含まれないようにします。ただし、バンドル合計は、そのバンドルの価格設定方式に基づいて計算されます。例えば、以下の表に示されているように、サラウンド・サウンド・システム・バンドルが推奨明細としてオーダーに追加され、バンドルの価格設定方式が `COMP` (コンポーネント価格のみを考慮) の場合、計算されたバンドル合計は \$750.00 (単価 \$100.00 のサテライト・スピーカーが 5 個で \$500.00 に加え \$250.00 のサブウーファーが 1 個) になります。

製品	明細タイプ	情報提供のための価格	数量	単価	明細合計 (Line Total)	バンドル合計
サラウンド・サウンド・システム	推奨明細	はい		\$1,000.00	\$1,000.00	\$750.00
サテライト・スピーカー		はい	5	\$100.00	\$500.00	
サブウーファ		はい	1	\$250.00	\$250.00	

第 16 章 オーダーにおける割引分配

結果として割引または料金がオーダーに適用される価格設定ルールおよびクーポンは、さまざまな方法で調整を分配するようにセットアップすることができます。割引分配は、以下の 2 つのレベルで発生します。

- 明細へのヘッダー調整の分配

オーダー・レベル価格設定ルールには、価格設定調整を明細アイテムに分配するかどうかを決定するフラグがあります。ヘッダー・レベル調整は、価格別の加重平均に基づいて明細アイテムに分配されます。

明細アイテム・レベルで分配を選ぶ機能は、オーダー・レベルで調整を保管できないが、その代わりに、明細アイテム・レベルで調整を保管できる可能性のあるレガシー・システムに対応します。そのようなシステムは、オーダーに対して生成された出荷調整を使用してビジネス・スループットを測定します。そのようなシステムの場合の優先方式は、オーダー割引合計を分配することです。

- 同じ製品の明細間での調整の分配

ルールおよびクーポンの一部として生成される割引を考慮します。例えば、以下の表に示されているオーダーに適用される、アイテム 1 を 3 つ購入し、アイテム 1 について 10% の割引を得るという組み合わせルールを考えます。

SKU	単価	数量 (Quantity)	割引	明細価格
アイテム 1	\$45.00	2	\$4.50	\$85.50
アイテム 1	\$45.00	1	\$0.00	\$45.00

\$4.50 の割引を、明細、つまり数量 2 の明細か、または数量 1 の明細のどちらかに適用できます。

ただし、一部のシステムでは、すべてのアイテム間で割引を分配して、アカウントリング・システムが明細レベルでの割引をより簡単に追跡できるようにすることが必要な場合があります。明細間での割引の分配は、「**同じアイテムの明細間でアイテム調整を不均等に分散する**」ルールを使用して、価格設定組織レベルで制御されます。このルールが有効になっている場合、先行オーダーについての割引は、以下の表に示すとおりになります。

SKU	単価	数量 (Quantity)	割引	明細価格
アイテム 1	\$45.00	2	\$3.00	\$87.00
アイテム 1	\$45.00	1	\$1.50	\$43.50

注: 「**同じアイテムの明細間でアイテム調整を不均等に分散する**」ルールは、価格設定ルール調整が 1 つのターゲット・アイテムに適用される場合にのみ、適用可能です。価格設定ルール調整がすべてのターゲット・アイテムに適用される場合 (例えば、TV を購入して、すべてのケーブルに対して 10% の割引を獲得する場合)、このルールは適用不可です。

第 17 章 手動調整

価格設定サービスでは、フィールド・セールス担当者、または顧客サービス担当者 (CSR) (Customer Service Representative (CSR)) がオーダーの作成または変更時に、明細合計やオーダー合計の価格を手動で調整できます。この調整は、割引の場合も、追加料金の場合もあります。以下に例を示します。

- 見積シナリオでは、フィールド・セールス担当者、または CSR がバイヤーとセラ間の交渉に基づいて、明細に手動で割引を追加できます。
- 提供したサービスに関して顧客に不満がある場合や不快なことがあったと訴えている場合、フィールド・セールス担当者や CSR はオーダー合計に手動で割引を適用することによって顧客をなだめることができます。

さらに、フィールド・セールス担当者が特定の顧客に対してクーポンまたはプロモーションの形式で特殊な割引の提示を可能にする、手動価格調整ルールを構成することもできます。特定の顧客に対する見積を登録する際に、フィールド・セールス担当者は提供される手動価格調整ルールのリストから特定のルールを選択し、その選択した手動価格調整ルールを対応する見積に適用できます。例えば、フィールド・セールス担当者が HD TV 1 台とブルーレイ・プレイヤー 1 台の見積を作成し、次のような手動価格調整ルールを選択して見積に適用できます。

デフォルトの割引を 10% として、オーダー合計に対して最大で 30% までの割引を適用する。

このシナリオでは、フィールド・セールス担当者が適用される割引率を指定しなければ、下表に示されるように 10% のデフォルトの割引率が見積に適用されます。

製品	数量 (Quantity)	金額	手動割引	合計 (Total)
HD TV	1	\$1,200.00	\$120.00	\$1,080.00
ブルーレイ・プレイヤー	1	\$300.00	\$30.00	\$270.00
明細				\$1,350.00
オーダー				\$1,350.00

しかし、フィールド・セールス担当者がオーダーに対して 20% の割引を指定すると、HD TV には \$240.00 の割引が、ブルーレイ・プレイヤーには \$60.00 の割引が適用され、オーダー合計は \$1,200.00 になります。

注: フィールド・セールス担当者は、ルールで指定された最大調整を超える調整を適用することはできません。

オーダーに価格設定ルールが適用される場合、プロモーションと、プロモーション・グループ値 MANUAL がオーダーに追加されます。一般に、プロモーションは 1 件のオーダー内の現在の明細および将来の明細のすべてに適用されます。ただし、プロモーションは、1 件のオーダー内の特定の明細のみに適用することもできます。また、オーダーおよびオーダー明細の料金では、IsManual フラグが M に設

定され、価格設定ルールが手動で起動されたことが示されます。1つの料金に対して複数の IsManual 値が設定されていると、エラーがスローされます。

見積の明細レベルおよびオーダー・レベルで属性が設定されるため、該当する明細合計およびオーダー合計に適用された手動割引率を表示できます。明細およびオーダーに適用された手動割引率を表示する機能は、特に承認プロセスの承認者に便利な機能です。

第 18 章 プライス・ロック

明細の単価にプライス・ロックを設定できます。プライス・ロックは単価を凍結することで、単価が価格設定サービスを通過する際に価格変更されないようにします。プライス・ロックは、アプリケーション・マネージャーおよび価格マッチのシナリオで使用されます。価格設定サービスは、そのようにロックされた明細について、価格リストの単価の決定を再度行うことはありません。

注: IsPriceLocked フラグに Y が設定されている場合のみ、アイテムの単価を設定できます。それ以外の場合は、価格設定サービスでアイテムの単価を計算します。

クーポンまたは価格設定ルールの IgnoreOnPriceLock フラグに Y が設定されている場合を除いて、クーポンおよび一部の価格設定ルールをプライス・ロックが設定されている明細に適用することができます。例えば、アイテム A1 にプライス・ロックが設定され、アイテム A1 を 10 個以上オーダーした場合に 10% の割引をするクーポンがあるとします。顧客がアイテム A1 を 10 個オーダーすると、10% の割引が A1 明細アイテムに適用されます。ただし、クーポン・ルールの IgnoreOnPriceLock フラグが Y に設定されている場合を除きます。

第 19 章 出荷料の計算

出荷外部プログラムは、`getOrderPrice` API 呼び出し中に起動され、出荷料を取得します。出荷料の計算ロジックは、外部化されています。出荷外部プログラムは、出荷料が入力で渡される場合でも、実装されていれば起動されます。出荷外部プログラムが実装されていない場合には、API の呼び出し元によって提供される出荷料が使用されます。

以下のタイプの出荷ルールによって、出荷料の割引および追加料金が管理されます。

- 出荷料オーダー合計: これらのルールは、オーダー合計に基づいて出荷料に割引を提供します。割引は、固定金額、比率、または定額出荷料です。出荷料オーダー合計ルールを顧客セグメントに付加し、出荷タイプ、製品、または製品カテゴリーを指定できます。
- アイテム出荷の追加料金: これらのルールは、明細アイテム・レベルで使用され、指定した特性を持つアイテムに出荷の追加料金を関連付けます。追加料金は、出荷可能なアイテムに対してのみ適用され、店内での購入に対してフラグを立てることはありません。

例えば、冷蔵庫などの特大サイズのアイテムの出荷に追加の定額料金を請求するとします。特大サイズという特性タイプを作成後、特大サイズの冷蔵庫特性を作成し、これをすべての冷蔵庫に関連付けます。アイテム出荷の追加料金ルールを作成する場合、特大サイズの冷蔵庫特性を選択することで追加料金を適用します。

ルールがオーダーの製品に適用されると、システムは、追加料金に購入する製品数を乗算し、結果の金額を出荷料に加算します。

注: 出荷料は、0 未満にはできません。

第 20 章 価格マッチ

注文した製品が別の小売店でさらに安い価格で販売されていることに顧客が気付く場合があります。このような場合、顧客のクレームを調査し、必要に応じて製品の価格マッチを実行することができます。オーダー明細の価格マッチの実行後、その製品のオーダー明細の単価がロックされます。

価格マッチの詳細については、「*Sterling Call Center* および *Sterling Store: 実装ガイド (Sterling Call Center and Sterling Store: Implementation Guide)*」を参照してください。

第 21 章 オーダー価格設定の概要

価格設定サービスは、全てのオーダー価格設定計算のハブ (hub) として機能します。価格設定データがサード・パーティーに渡される場合でも、データは取り込みアプリケーションに渡される前に価格設定サービスを通じて戻されます。

オーダーで価格設定または価格再設定が起動されると、価格設定サービスが呼び出され、オーダーに適用される価格が決定されます。この価格は価格リスト、価格設定ルール、および顧客の割り当て (customer assignment) を基準にします。

オーダー価格をトリガーするもの

価格設定 (または再価格設定) は、明細の追加、価格の変更、または以下の値の変更を行ったときに、オーダーに対してトリガーされます。

- 請求先住所
- 販売先住所
- 運送会社サービス・コード
- バイヤー組織またはセラー組織
- 通貨
- 販売促進
- 価格設定日

オーダー明細の場合、価格設定は、明細のキャンセルまたは削除、価格の変更、または以下の値の変更を行ったときにトリガーされます。

- 配達方法
- 数量 (Quantity)
- オプション
- 販売促進

オーダーおよびオーダー明細の価格設定動作は、価格設定組織の要求に応じて、Sterling Distributed Order Management™ のルールを使用して構成可能です。

第 22 章 価格設定オーダーの構成ルール

いくつかの構成ルールによって価格設定の動作が決定されます。

Sterling Distributed Order Management™ では、以下の価格設定ルールを構成できません。

- 価格設定で使用する日付 - 価格設定で現在日付またはオーダー日付のどちらを使用するかを決定します。

このルールは、Sterling Distributed Order Management Applications Manager にあります。

注: デフォルトでは、価格設定サービスはオーダー内に指定された日付を使用して (使用可能な場合)、オーダーの価格設定を行います。

- 出荷料金の調整フィールドの名前 - 出荷料金を表す料金カテゴリーと料金名を定義します。

これは、顧客定義の出荷料金フィールド、または Sterling Selling and Fulfillment Foundation、リリース 9.1 のデフォルト値のいずれかになります。このルールは、Sterling Distributed Order Management Applications Manager にあります。

- 廃止が予定されている価格設定機能の使用 - アップグレード後に使用されるインストール・ルール。Sterling Selling and Fulfillment Foundation、リリース 9.1 で提供されている統合価格設定サービスを使用するか、またはリリース 8.5 より前のバージョンの既存の価格設定サービス (廃止が予定されている機能) を使用するかを指定します。

リリース 8.5 へアップグレードすると、デフォルトでは廃止が予定されている価格設定機能が有効となっています。アップグレード後にこのボックスの選択を解除し、リリース 8.5 以降の価格設定機能を使用可能にした場合、必ず価格設定構成ルールを Sterling Distributed Order Management Applications Manager に定義し、価格リストを変換してください (「*Sterling Business Center: 価格設定管理ガイド*」を参照)。

第 23 章 オーダーの価格設定のためのデータ選択基準

オーダーの明細についての価格および価格調整は、価格設定サービスに渡されるデータによって決定されます。価格設定サービスでは、以下のタイプのデータを使用してオーダーの価格を設定します。

- 価格設定日 (Pricing Date)

確認済みオーダーおよび見積もりの場合、価格設定サービスがオーダーの価格設定に現在日付を使用するのか、あるいはオーダー日付を使用するのかを決定するように、ルールを構成できます。ドラフト・オーダー (draft order) の場合は、価格設定サービスでは現在日付を使用します。

注: オーダーまたは見積もりにカスタム価格設定日付が指定された場合は、カスタム価格設定日付により、価格設定日付ルールによってオーダーまたは見積もりに適用される価格設定日付をオーバーライドされます。

- 住所

価格設定サービスでは、オーダーのアイテムについての価格を決定するために住所を使用します。使用される住所は、オーダーの顧客のタイプにより決定されます。

- B2B 顧客の場合は、オーダーの販売先住所が使用されます。販売先住所が指定されていない場合は、請求先住所が使用されます。
- その他のすべての顧客の場合は、オーダーの請求先住所が使用されます。

- 顧客属性

価格設定サービスでは、オーダーのアイテムに関する価格を決定するために顧客の属性を使用します。顧客属性には、業種、関係タイプ、および顧客レベルがあり、顧客属性は、価格設定ルールおよび価格リストに結合されています。例えば、オーダーの顧客が顧客レベル=ゴールド (Customer Level=Gold) をもっている場合は、価格設定サービスは、顧客レベル=ゴールド (Customer Level=Gold) に割り当てられている価格リストと価格設定ルールを使用します。

オーダーに顧客が指定されていない場合は、価格設定サービスは、価格設定を決定するのに顧客属性を考慮しません。

オーダーの価格設定のためのデータ選択基準について詳しくは、*Sterling Selling and Fulfillment Foundation: Javadocs* を参照してください。

第 24 章 見積の推奨明細の価格設定

見積の推奨明細アイテムは、価格情報を提供するためだけに構成されます。つまり、推奨アイテムの価格情報は表示されますが、見積の合計額の計算には含まれません。しかし、顧客が見積の推奨アイテムの購入を決めると、推奨明細アイテムは通常の明細アイテムに変更されます。そのアイテムの価格は見積の合計額の計算に含まれ、価格変更が行われます。この結果、追加の割引または割増がオーダーに適用される場合、changeOrder API はエラーをスローし、見積の修正が必要であることを示します。

例

例えば、フィールド・セールス担当者が以下の表にリストされている製品を含む見積を作成するとします。

製品	明細タイプ	数量	表示価格	単価	自動割引	手動割引	明細合計 (Line Total)	計算済み合計額
HD TV		1	\$1,000.00	\$1,000.00	-\$200.00	-\$100.00	\$700.00	\$700.00
リモコン	推奨明細	1	\$50.00	\$50.00	-\$0.00	-\$5.00	\$45.00	

この表に示されている見積の計算済み合計額は、\$700.00 です。これには、HD TV の価格が含まれますが、推奨明細アイテムであるリモコンの価格は含まれません。

顧客が推奨アイテムのリモコンも購入するとします。その場合、changeOrder API が呼び出され、以下の表に示されているように、明細タイプが推奨明細アイテムから通常の明細アイテムに変更されます。見積に追加の価格設定ルールが含まれない場合、オーダーは通常の方法で価格変更されます。つまり、リモコンの価格が見積の計算済み合計額に追加され、\$745.00 となります。

製品	明細タイプ	数量	表示価格	単価	自動割引	手動割引	明細合計 (Line Total)	計算済み合計額
HD TV		1	\$1,000.00	\$1,000.00	-\$200.00	-\$100.00	\$700.00	\$745.00
リモコン		1	\$50.00	\$50.00	-\$0.00	-\$5.00	\$45.00	

ただし、オーダーの価格変更を行う価格設定ルールが見積に含まれている場合、changeOrder API はエラーをスローし、見積の修正が必要であることを示します。例えば、HD TV を 1 台購入すれば、リモコンを 1 個 -100% で入手という価格設定ルールがこの表の見積に適用されている場合、changeOrder API はエラーをスローします。これは、リモコンに対する -100% の自動割引により見積に -\$45.00 の価格変更が行われるためです。フィールド・セールス担当者が見積の修正を行い、reworkQuote API が呼び出されると、以下の表に示されているように、計算された見積の合計額は \$700.00 になります。

製品	明細タイプ	数量	表示価格	単価	自動割引	手動割引	明細合計 (Line Total)	計算済み合計額
HD TV		1	\$1,000.00	\$1,000.00	-\$200.00	-\$100.00	\$700.00	\$700.00
リモコン		1	\$50.00	\$50.00	-\$45.00	-\$5.00	\$0.00	

第 25 章 利益率

割引をオーダー明細またはオーダー合計に適用する場合、適用対象となるオーダー明細またはオーダー合計の利益率を把握することはユーザーにとって利点があります。例えば、フィールド・セールス担当者がオーダー明細の利益率が低すぎると考えた場合、そのフィールド・セールス担当者はそのオーダー明細に適用する率による割引を調整できます。また、承認者は、オーダー合計の利益率を確認し、見積を承認するかどうかを判断できます。

利益率は次のように計算されます。

- オーダー明細

$$\text{ROUND}(((\text{Total} - \text{Item}.\text{UnitCost}*\text{Qty})/\text{Total})*100, 2)$$

注: Total は、単価を数量で乗算した明細の合計価格に対し、利益率を考慮して料金または割引を追加または引いた金額を指します。

- オーダー合計

$$\text{ROUND}(((\text{Total} - \text{SUM}(\text{Item}.\text{UnitCost}*\text{Qty}))/\text{Total})*100, 2)$$

注: Total は、各単価を対応する数量で乗算した額の合計であるオーダーの合計価格に対し、利益率を考慮して料金または割引の合計価格を追加または引いた金額を指します。

オーダーで適用対象となる料金または割引 (出荷料または手動割引など) が適用されるかどうかは、料金カテゴリー・テーブルおよび料金名テーブルのフラグにより、利益率を決定する際に決まります。デフォルトでは、すべての料金カテゴリーが利益率を決定する際に含まれます。料金名に値が含まれていない場合は、その値はその料金カテゴリーにより継承されます。

注: 税は利益率の計算には含まれません。

例えば、次の表は、1 つのオーダーに含まれる電話とテープ・レコーダーの 2 つの製品の利益率の計算を示しています。

製品	アイテム・コスト	数量	単価	自動割引	手動割引	合計 (Total)	利益率
電話	\$60.00	1	\$100.00	-\$14.50	-\$0.00	\$85.50	(85.5 - 60*1)/85.5 (85.5 - 60)/85.5 25.5/85.5 28.81%

製品	アイテム・コスト	数量	単価	自動割引	手動割引	合計 (Total)	利益率
テープ・レコーダー	\$35.00	3	\$50.00	-\$15.00 (10%)	-\$0.00	\$135.00	(135.00 - 35*3)/135.00 (135 - 105)/135 30/135 22.22%

このオーダー合計の利益率は 25.17% になります。計算は以下に示すとおりです。

合計: \$220.50

アイテム・コストの合計:

\$165.00

オーダーの利益率

$(220.5 - 165.00)/(2.205) = 25.17\%$

第 26 章 バンドル価格設定

アイテム・カタログのバンドル価格設定を設定して、以下の 3 つのいずれかの方法で計算させることができます。

- 親レベルの価格設定。バンドル価格は、親価格によって決定されます。次に例を示します。

リビング・ルームの椅子の配置		\$2800.00
	ソファ 3 脚	\$0.00 (料金込み)
	ラウンジ・チェア	\$0.00 (料金込み)
	オットマン	\$0.00 (料金込み)
	コーヒー・テーブル	\$0.00 (料金込み)
合計 (Total)		\$2800.00

- コンポーネント・レベルの価格設定。コンポーネントの合計によってバンドル価格が決定されます。次に例を示します。

リビング・ルームの椅子の配置		\$0.00
	ソファ 3 脚	\$1820.00
	ラウンジ・チェア	\$1100.00
	オットマン	\$50.00
	コーヒー・テーブル	\$80.00
合計 (Total)		\$3050.00

- 親レベルおよびコンポーネント・レベル混合の価格設定。親とコンポーネント両方の合計によってバンドル価格が決定されます。次に例を示します。

LWL ノートブック PC A38		\$470.00
	2 GB メモリー	\$0.00 (料金込み)
	60 GB HDD	\$0.00 (料金込み)
	ドッキング・ステーション	\$120.00
	3 年保証プラン	\$200.00
合計 (Total)		\$790.00

このバンドル価格設定方式は、アイテム管理カタログにある各バンドル・アイテム (bundle item) に定義することができます。

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す。

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。

〒103-8510

東京都中央区日本橋箱崎町19番21号

日本アイ・ビー・エム株式会社

法務・知的財産

知的財産権ライセンス渉外

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。

IBM Corporation

J46A/G4

555 Bailey Avenue

San Jose, CA 95141-1003

U.S.A.

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せんが、有償の場合もあります。

本書で説明されているライセンス・プログラムまたはその他のライセンス資料は、**IBM** 所定のプログラム契約の契約条項、**IBM** プログラムのご使用条件、またはそれと同等の条項に基づいて、**IBM** より提供されます。

この文書に含まれるいかなるパフォーマンス・データも、管理環境下で決定されたものです。そのため、他の操作環境で得られた結果は、異なる可能性があります。一部の測定が、開発レベルのシステムで行われた可能性がありますが、その測定値が、一般に利用可能なシステムのもと同じである保証はありません。さらに、一部の測定値が、推定値である可能性があります。実際の結果は、異なる可能性があります。お客様は、お客様の特定の環境に適したデータを確かめる必要があります。

IBM 以外の製品に関する情報は、その製品の供給者、出版物、もしくはその他の公に利用可能なソースから入手したものです。**IBM** は、それらの製品のテストは行っておりません。したがって、他社製品に関する実行性、互換性、またはその他の要求については確認できません。**IBM** 以外の製品の性能に関する質問は、それらの製品の供給者にお願います。

IBM の将来の方向または意向に関する記述については、予告なしに変更または撤回される場合があります、単に目標を示しているものです。

表示されている **IBM** の価格は **IBM** が小売り価格として提示しているもので、現行価格であり、通知なしに変更されるものです。卸価格は、異なる場合があります。

本書はプランニング目的としてのみ記述されています。記述内容は製品が使用可能になる前に変更になる場合があります。

本書には、日常の業務処理で用いられるデータや報告書の例が含まれています。より具体性を与えるために、それらの例には、個人、企業、ブランド、あるいは製品などの名前が含まれている場合があります。これらの名称はすべて架空のものであり、名称や住所が類似する企業が実在しているとしても、それは偶然にすぎません。

著作権使用許諾:

本書には、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 (application programming interface) 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。これらのサンプル・プログラムは特定物として現存するままの状態を提供されるものであり、いかなる保証も提供されません。IBM は、お客様の当該サンプル・プログラムの使用から生ずるいかなる損害に対しても一切の責任を負いません。

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。

© IBM 2012。このコードの一部は、IBM Corp. のサンプル・プログラムの派生物です。© Copyright IBM Corp. 2012。

この情報をソフトコピーでご覧になっている場合は、写真やカラーの図表は表示されない場合があります。

商標

IBM、IBM ロゴおよび ibm.com[®] は、世界の多くの国で登録された International Business Machines Corp. の商標です。他の製品名およびサービス名等は、それぞれ IBM または各社の商標である場合があります。現時点での IBM の商標リストについては、<http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml> をご覧ください。

Adobe、Adobe ロゴ、PostScript、および PostScript ロゴは、Adobe Systems Incorporated の米国およびその他の国における登録商標または商標です。

IT Infrastructure Library は、英国 Office of Government Commerce の一部である the Central Computer and Telecommunications Agency の登録商標です。

Intel、Intel (ロゴ)、Intel Inside、Intel Inside (ロゴ)、Intel Centrino、Intel Centrino (ロゴ)、Celeron、Intel Xeon、Intel SpeedStep、Itanium、Pentium は、Intel Corporation または子会社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。

Linux は、Linus Torvalds の米国およびその他の国における商標です。

Microsoft、Windows、Windows NT および Windows ロゴは、Microsoft Corporation の米国およびその他の国における商標です。

ITIL は英国 Office of Government Commerce の登録商標および共同体登録商標であって、米国特許商標庁にて登録されています。

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。

Java およびすべての Java 関連の商標およびロゴは Oracle やその関連会社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。

Cell Broadband Engine, Cell/B.E は、米国およびその他の国における Sony Computer Entertainment, Inc. の商標であり、同社の許諾を受けて使用しています。

Linear Tape-Open, LTO, LTO ロゴ、Ultrium および Ultrium ロゴは、米国およびその他の国における HP、IBM Corp. および Quantum の商標です。

Connect Control Center[®]、Connect:Direct[®]、Connect:Enterprise[™]、Gentran[®]、Gentran[®]:Basic[®]、Gentran:Control[®]、Gentran:Director[®]、Gentran:Plus[®]、Gentran:Realtime[®]、Gentran:Server[®]、Gentran:Viewpoint[®]、Sterling Commerce[™]、Sterling Information Broker[®]、および Sterling Integrator[®] は、Sterling Commerce[™], Inc.、IBM Company 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]

アイテム出荷の追加料金の価格設定ルール 22
アイテム出荷の追加料金ルール 39
オーダー合計の価格設定ルール 21
オーダーの価格設定
例 24

[カ行]

価格 調整
絶対 6
パーセンテージ 6
価格設定サービス 1
価格設定の精度 9
価格設定の例 41
価格設定バンドル 31
価格設定ルール
アイテム出荷の追加料金 22, 39
アイテム数量 21
オーダー合計 21
組み合わせ 21
出荷料オーダー合計 39
出荷料のオーダー合計 22
手動価格設定ルール 35
価格設定ルールおよびクーポン 21
顧客属性への割り当て 25
料金へのマッピング 27
価格マッチ 41
価格リスト 3
価格リストの共有可能化 19
管理およびカスタマイズ 13
継承 13
バルク更新 13
価格リストの割り当て 29
顧客 29
顧客属性 29
顧客と顧客属性 30
クーポン 22
オーダー合計の価格設定ルール 23
組み合わせ価格設定ルール 22
出荷料オーダー合計価格設定ルール 23
製品数量の価格設定ルール 22

組み合わせ価格設定ルール 21
顧客属性
価格設定ルールの割り当て 25
関係タイプ 25
業種 25
クーポンの割り当て 25
顧客レベル 25
地域 25

[サ行]

出荷料オーダー合計ルール 39
出荷料のオーダー合計の価格設定ルール 22
出荷料の計算 39
手動価格設定ルール 35
手動調整 35
数量割引 6
製品数量の価格設定ルール 21

[タ行]

単価 5
調整
手動 35

[ハ行]

バンドル
価格設定 31
推奨明細としてのバンドルの価格設定 31
表示価格 5
プライス・ロック 37

[マ行]

見積の推奨明細、価格設定 49
見積の推奨明細の価格設定 49
明細価格 5

[ヤ行]

有効日 7

[ラ行]

利益率 51

例

オーダーの価格設定 24
価格設定 41
価格リスト明細アイテムの有効日 7
数量割引の価格設定 6

[ワ行]

割引分配、オーダーに対する 33



Printed in Japan