

導入事例

アスクル株式会社 様

導入サービス ■ Adobe SiteCatalyst

お客様プロフィール



所在地	東京都江東区豊洲3-2-3
創業	1993年3月
従業員数	(連結) 915名 (2012年5月20日現在)
事業概要	文房具、事務用品、オフィス家具、什器備品、オフィスインテリア用品、コンピュータ周辺機器、ソフトウェア、書籍、食料品、日用雑貨品、清涼飲料水、衣料品、家庭用電化製品、衛生用品、医薬品、医療機器、介護用品、名刺および封筒の印刷作成・伝票等の名入れサービス、オフィスレイアウトサービスなどの商品およびサービスにおける通信販売事業
URL	http://www.askul.co.jp/



e-プラットフォーム本部
e-プラットフォーム・コマース
e-コマース・マネジメント
マネージャー
成松 岳志 氏



e-プラットフォーム本部
e-プラットフォーム・テクノロジー
ビジネスシステム3
増田 淳 氏

アスクル株式会社（以下アスクル）が運営する一般消費者向け（BtoC）インターネット通販サービス「LOHACO」（ロハコ、http://lohaco.jp、右記LOHACO）。そのアクセスデータを解析しサイトを最適化するため、Adobe SiteCatalyst（右記、SiteCatalyst）を中心としたデジタルマーケティングソリューションを活用している。導入の経過と効果について詳しく話を伺いました。

「LOHACOのオープンまでたった3ヶ月。
ソフトバンク・テクノロジーの経験とノウハウで、
Adobe SiteCatalystの導入が実現できました。」



導入のポイント

- 大規模ECサイトのオープンにあたり、SiteCatalystを中心としたAdobeデジタルマーケティングソリューションを導入
- ECサイトのデータ収集/レポートを自動化
- 経営者から担当者まで、ダッシュボードでアクセス状況や販売状況をリアルタイムで分析
- 膨大な売上データの解析に要する作業時間を削減
- 導入コンサルティングサービスを利用することで短期間での導入に成功

事業概要

約17万アイテムをラインアップ。Yahoo! JAPANとアスクルの提携により誕生した日用品ECサイト「LOHACO」

「日用品などの生活必需品を中心に毎日つかうものを、いつでも低価格で、生活者が欲しいときに、スピーディーに届ける」というコンセプトのもと、2012年11月20日、一般生活者向けのインターネットショップとして本格オープンしたLOHACO。“かるいくらし”をテーマに、忙しい毎日をおくるなかで、“重く、かさばる”身の回りの買い物に時間を費やすことなく、スマートフォンやタブレットから早く簡単に買い物をする新しいショッピングスタイル“スマートショッピング”を提案している。

LOHACOは、アスクルならではのメジャーブランドの人気商品を中心とした17万点におよぶ強力な商品ラインアップと、競争力を持った価格設定を武器として順調に売上を伸ばしているが、その下支えとなっているのは、ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）のポータルサイトから導かれる膨大なアクセスと、これまで構築してきた物流体制にあると成松氏は説明する。

「膨大なお金や手間をかけて宣伝や集客をしなくても、全面的な協力体制のもとYahoo! JAPANという国内最大級のポータルサイトからのアクセスを誘導できます。その分、本来ECサイトが注力すべき品揃えやカスタマーサービスにリソースを集中させ、同時に仕入れ先との交渉も有利に進めることで競争力を高めることができます。また、これまでアスクルが構築してきた物流体制を最大に活かし、7月より新たに稼働予定の（仮称）埼玉物流センターを含め全国7カ所の物流倉庫を基盤に関東圏、関西圏を中心とした広範囲なエリアで当日配送を実現してまいります」（成松氏）。

※配送条件は、地域や時間などにより異なります。



LOHACOのトップページ画面

導入の目的

常に顧客から選ばれるサイトへと醸成させるために、 新たな「アクセス解析ツール」と「テストツール」の導入を検討

このように集客、品揃え、物流体制について、他社に真似のできないほど好条件が整っているLOHACOだが、競争が激化し大きなシェアを握るECサイトが勢いが増す中で、新規に顧客を獲得することは容易ではない。そのような状況下、ユーザービリティと検索性を効率的に向上させサイトを醸成させるためには、「アクセス解析ツール」や「テストツール」の効果的な活用が不可欠だと成松氏は語る。

「商品を探しやすく、買いやすくするための労力を惜しんでは、お客様から選ばれるサイトになることはできません。

そのため、クリックされたことで明示的にわかる情報だけでなく、クリックされなかった情報を分析する必要があります。サイトに訪れたお客様がどういった行動をとっているのか、ボトルネックとなっているのはどこなのか、

お客様とサイトのやりとりを詳細かつ迅速に分析できるアクセス解析ツールが必要でした」（成松氏）。

一方、テストツールに関して成松氏は、「これまでは部門ごとに対応していたため、テストツールや手法が社内で統一しておらず、会社として一元的に最適化を図る手順が確立されていませんでした。ですから、ゴールは一緒なのにもかかわらず議論のベクトルを合わせるができずにいました。そのため新しく導入するテストツールは、LOHACOの使い勝手を向上させるためだけでなく、A/Bテストや多変量テストの手法を標準化できるものになりたいという思いもありました」と語った。

選定理由

世界中のメジャーなサイトで導入されている実績があり、 短期間でも安心して導入が可能なSiteCatalystを選択

これまでアスクルでは、パケットキャプチャ型のアクセス分析ツールを利用してきた。しかし、ログインしている会員の行動だけでなくログインしていない閲覧者の行動も一元的に分析できる点や、訪問者の遷移を詳細に追える点などを考慮し、Webキャプチャ型を前提に導入するツールを比較検討した。その検討要件として、アクセスデータを一元的かつリアルタイムに解析できることはもちろんだが、大規模ECサイトにおける採用実績と導入ベンダーのサポート体制も重要なポイントとなったと増田氏は語る。

「これだけの規模のサイトでタグ型を導入するのははじめてでした。解析を行う全ドメインの全ページにスクリプトを実装する必要があるのはわかっていましたが、作業できる期間は3か月ほどしかありませんでしたので、スムーズに導入作業を進めるためにはサポートをしてもらおうベンダーの経験やノウハウも重要な選定ポイントとなりました」（増田氏）。

SiteCatalystを選定した理由について成松氏は、「アクセス解析ツールとして世界中のメジャーなサイトで導入されている実績があり、以前から注目していたツールの1つでこれまでも導入を検討したことがありました。ブラウザがあればどこからでもほしい情報をあらかじめ設定した定型のダッシュボードで見ることができ、さらに詳細な情報もプレイクダウンしながら分析できる点が魅力的でした」と語る。

一方システム面に関して増田氏は、「ASP型なのでサーバーの設置や運用が不要であること。さらには、導入経験が豊富なソフトバンク・テクノロジーからの強力なサポートにより、スムーズかつ短期間に導入が実現できることもSiteCatalystを選んだ理由として挙げるすることができます。」と説明した。

効果と評価

さまざまな切り口でリアルタイムにアクセスデータを分析できるようになり、 ボトルネックの解消やサイトの最適化に貢献

SiteCatalystを導入したことで、膨大な売上データの解析に要する作業時間が削減され、リアルタイムに商品などさまざまな切り口によるデータ分析を行うことができるようになった。その結果、ボトルネックの解消やサイトの最適化を進める上で、前向きな議論ができるようになったという。

「現在、常時200ユーザーがSiteCatalystにアクセスしています。基本的な分析結果はダッシュボード化し、同じレポートを役員が直接見るようになり、担当者にとっては多少プレッシャーがあるかもしれませんが、しかし、以前よりも改善案が出るようになり、良いところを伸ばして、悪い所を修正するという文化が根付いてきたと感じています」（成松氏）。

現在は、SiteCatalystのデータをベースに、リスティングなどさまざまな広告施策を比較することで費用対効果を明確にして、キャンペーンなどの最適化を図る仕組み作りに取り組んでいるという。

「今後は、さらにはモバイルデバイスへのさらなる最適化やパーソナライズされたページを提供するための機能の導入なども視野に入れています」と成松氏は語る。

SiteCatalystを中心に、デジタルマーケティングソリューションを幅広く展開するLOHACO。国内の大規模ECサイトにおいてこのように先進的な取り組みを実践している例はまだ少なく、その成果と動向はさまざまな方面から注目されている。



(写真右より) ソフトバンク・テクノロジー株式会社 橋本 翔、山崎 優

お客様窓口

ソフトバンク・テクノロジー株式会社

〒160-0022
東京都新宿区 6丁目27番30号 新宿イーストサイドスクエア 17階

TEL : 03-6892-3154
E-MAIL : sbt-ipsol@tech.softbank.co.jp
製品情報 : <https://www.softbanktech.jp/>
企業情報 : <http://www.softbanktech.co.jp/>