

# 標準搭載の機能で法人取引機能を実現 顧客ごとの多様なニーズにも柔軟に対応



## 日東電工CSシステム株式会社

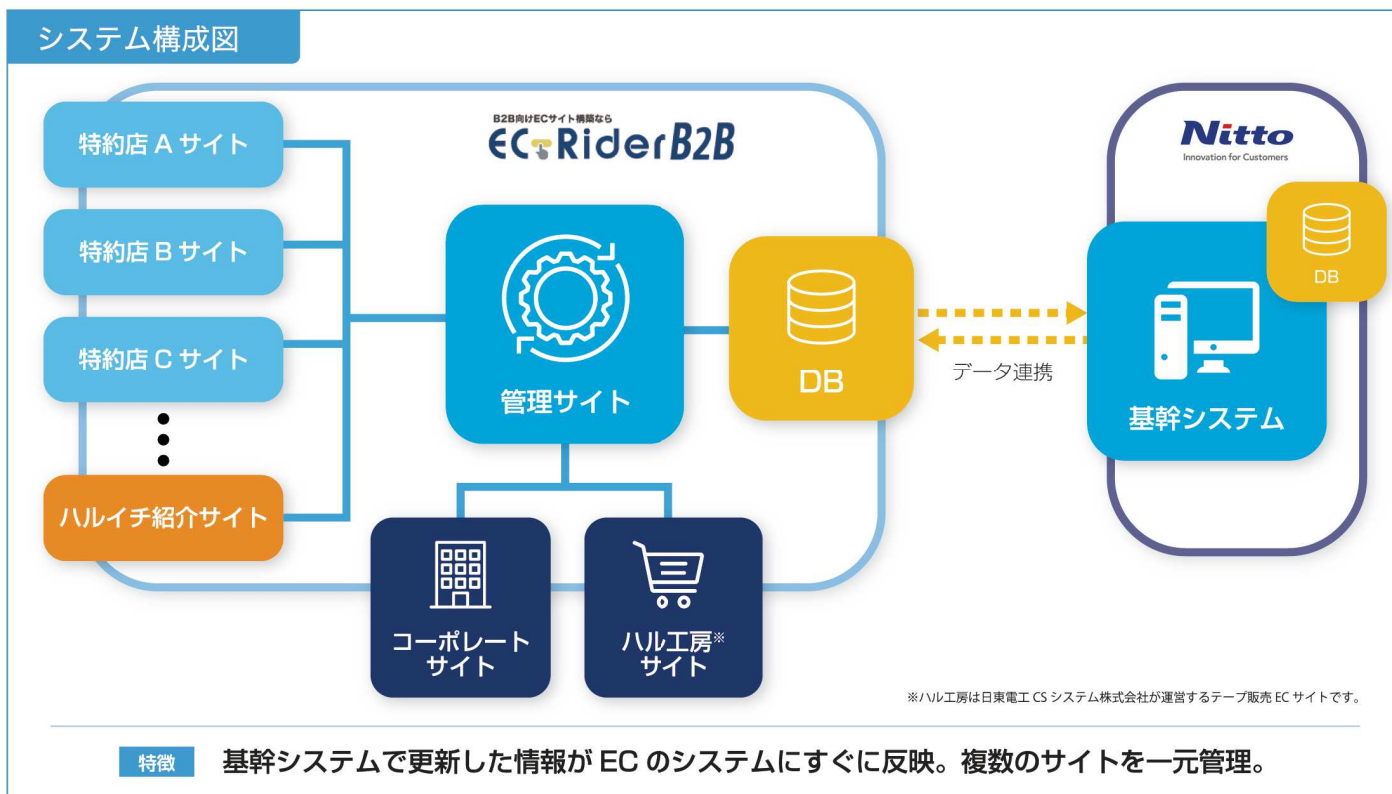
Nittoグループ傘下の企業である日東電工CSシステムは、各種工業用粘着テープやテープ貼り機器、省力化機器、各種工程材料、機能性包装材料などの製造／販売を手掛ける。販売店のネットワークやオンライン、お客様サービス（コールセンター）など、さまざまなチャネルを通じて全国規模でビジネスを展開している。

## 販売加盟店との共創で業務用品のポータルサイトを目指す 日東電工CSシステムの新たなビジネスモデルへの挑戦とは

愛知県豊橋市に本社を構える日東電工CSシステムは、「今、一番必要とされる製品を、お客様のもとへ」をモットーに、各種工業用粘着テープやテープ貼り機器を中心に約3,800品種の製品の提案・販売を手掛けている。同社が、近年特に注力しているのは、ECサイトを活用した商品の販売／情報発信だ。日東電工CSシステムの経営

本部 経営統括センターで経営・ITグループ長を務める野中真一氏は、「オンライン（ECサイト）への注力は、販売経路拡大戦略の一環です。現在、全国約3,000社の販売店がわれわれの製品を取扱っています。今後は、さらに多くのお客様に製品を訴求し、Nitto品を使って頂ける環境を構築するのが目的です」と語る。

「工業用粘着テープ」という専門性の高い製品の特性上、これまでは営業担当者が直接顧客先を訪問し、顧客の要望を「Face to Face」でヒアリングして提案・販売していた。しかし、時代の趨勢を見極めると、ECサイトを構築して顧客接点を増やすことが必然となる。



そこで日東電工CSシステムが EC サイトの構築に着手したのは、2013 年のことだ。当時は BtoC 向けの EC サイト構築パッケージを検討していたという。しかし、いざ詳細設計を開始すると、大きな壁に直面した。それは、BtoB の商取引に必要な機能がカスタマイズ対応だったことだ。

「たとえば BtoB の商取引では当たり前に行われている『分納での納期回答』といった仕組みを構築するには、追加費用によるカスタマイズが必要でした。また、われわれには EC サイトの運用ノウハウがありませんでしたから、システム構築後の運用支援を望んでいました。しかし、残念ながら最初の EC サイト構築ベンダーは、『パッケージの範囲内で判断』というスタンスでした」（野中氏）

そうした課題を解決したのが、株式会社イーシー・ライダーが提供する、EC サイト構築システムの「EC-Rider B2B」だった。企業間取引に特化し、

BtoB に必要な基本機能をパッケージとして網羅する EC-Rider B2B は、日東電工 CS システムが必要としていた導入後の運用保守までを、丁寧かつ確に支援するというサポートも万全だった。そうしたことから日東電工 CS システムは、これまでの EC 構築システムの運用を最小限に抑えつつ、新たな EC サイトの構築やコーポレートサイトのリニューアルに、EC-Rider B2B を導入したのである。

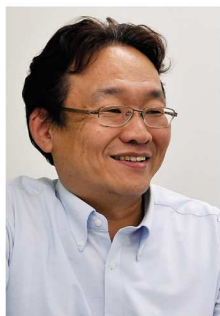
またもう一つの課題として、これまで同社ではコーポレートサイトと各 EC サイトを別々に管理していた。その結果、サイト間で情報の整合性がとれていないことや管理上の問題などを抱えていた。

日東電工 CS システム CS 本部 WEB センターでマネージャー 主事を務める春川孝志氏は、「EC-Rider B2B はすべての EC サイトを一元的に管理する機能を有しています。われわれは 2018 年 2 月にコーポレートサイトをリニューアルしましたが、

運用管理の効率性と掲載情報の正確性が劇的に変化しました」と語る。

日東電工 CS システム CS 本部 WEB センター所属の小池季史氏も「EC-Rider B2B は基幹システムとの連携も可能ですから、基幹システムで更新した情報が EC のシステムにすぐに反映され、複数のサイト情報が一気に更新されます。これまでこうした情報更新はすべて手作業で行っていました。そのため、情報更新の頻度が遅いといった課題がありましたが、EC-Rider B2B 導入で、そうした課題は一気に解決しました」と、その効果を語る。

さらに導入メリットとして標準でスマートフォン（モバイル）に対応していることもあった。情報を更新したらすぐにモバイルサイトにも反映される仕組みで、「EC-Rider B2B」には標準機能として搭載されている。



経営本部  
経営統括センター  
経営・ITグループ長  
野中 真一 様



CS 本部  
WEB センター  
マネージャー 主事  
春川 孝志 様



CS 本部  
WEB センター  
小池 季史 様



## 業務用通販サイト「ハルイチ」を下支えする EC-Rider B2B

今、日東電工CSシステムのECサイトで特に推し進めているのが、法人顧客専用の業務用通販サイトの「ハルイチ」である。これは多数の販売加盟店にECサイトを提供し、Nittoグループ製品や販売加盟店独自の製品を提案・販売する。

このハルイチの仕組みを下支えているのもEC-Rider B2Bである。EC-Rider B2Bには、商品管理、顧客管理、受注管理、企業情報管理、顧客別の卸価格設定や販路設定といった、法人取引に必要な機能が標準搭載されている。また、取引ごとの卸価格設定や企業独自の要件などにも柔軟に対応している。

ハルイチでは単一ドメインの配下に、Nittoグループで扱う商品と、販売加盟店各社のサイトが共存する仕様になっている。ハルイチの紹介サイトには「加盟店から探す」のほか、「カテゴリから探す」「機能から探す」「悩みから探す」「利用シーンから探す」といった目的別の選択リストがある。ユーザーは必要な商品を、機能や課題解決、利用シーンといった多角的な方法（カテゴリ）で検索できる仕組みだ。

「加盟店から探す」のカテゴリには、販売加盟店のWebサイトが一覧表示される。各販売加盟店の

Webサイトは統一フォーマットとなっており、ユーザーは販売加盟店サイトからも Nitto グループのテープを購入できる。

こうした新たなビジネスモデルについて春川氏は、「われわれ（Nittoグループ）側のメリットは、販売加盟店を通じて商品を周知し、新たな顧客層にリーチできることです。一方、販売加盟店側は、最短2カ月で自社のECサイトを構築/運用できるというメリットがあります。初期費用も少なく、運用費用（利用料金）は1カ月数万円で、最初からNittoグループの商品が2万5,000品揃っています。同様のサイトを自社で構築すれば、何ヶ月もかかるでしょう。ハルイチの運用は、双方の関係強化にもつながると確信しています」と説明する。

販売加盟店の中には、ECサイトの運用に不慣れな企業も少なくない。しかし、「ハルイチ」に加わることで、新顧客の開拓はもちろん、「1日にどのくらいのユーザーが自社サイトを閲覧しているか」「利用者がサイト内でどのような回遊をしたのか」を把握できる。野中氏は、「BtoCではあたりまえとなっているデジタルマーケティングも、BtoBではその活用が遅れています。しかし、EC-Rider B2Bを利用すれば、顧客ニーズを今よりも把握できます。ハルイチに参加することで、（販売加盟店からも）様々なアイデアが生まれることを期待しています」と語る。

## 顧客視点に立脚した柔軟なカスタマイズが可能

EC-Rider B2B のもう1つの大きな特徴が、柔軟なカスタマイズだ。この点についても野中氏は、「カスタマイズの柔軟性とイージー・ライダーの運用支援体制は、すばらしく、課題解決に向け、我々と同じ目線を考えてくれる」と評価する。

では、具体的にどのようなカスタマイズが可能なのか。小池氏は以下のように説明する。

「テープの選定要素は、幅/長さ/色/厚みです。Nittoグループ商品のテープ幅は、3ミリから1,200ミリまで選択可能なんです。この幅間からお客様が必要な幅を検索しやすくするためには、サイズの絞り込み選択など、お客様の視点で「探しやすい」「選びやすい」といった工夫が必要です。こうした細かなリクエストにも EC-Rider B2B（イージー・ライダー）は対応してくれました。『ユーザー体験の向上』という観点からも、サイトの使いやすさは最重要項目です」（小池氏）

カスタマイズを活用しているサービスの1つが「お客様専用ボックス」である。これは顧客の専用用途に合わせてテープのロット数（巻数）や販売金額を設定したり、一般には



業務通販サイト「ハルイチ」の画面

上記TOPページでは「カテゴリから探す」「機能から探す」「悩みから探す」「利用シーンから探す」や「加盟店から探す」など様々なカテゴリから商品検索、購入できる。また右記「加盟店から探す」ページから各販売加盟店のWebサイトにアクセスでき、そこから購入が可能。販売加盟店のサイトもフォーマットが統一されており、ユーザーから関連のサイトであることが一目で把握できるうえ、UIが統一されていることで同様の操作で迷うことなく購入が行える。

URL: <https://www.haruichi.jp/>





全国の加盟店から購入が可能

ユーザーは全国のハルイチ加盟店の中から好きな店舗を選んで購入可能になっている。(上はハルイチ内の説明画面) 現場近くの店舗を利用したり、販売加盟店独自の製品で選ぶなど、状況に応じた選択ができる。(右は各加盟店の画面例)

その一方でサービス格差が出がちな、製品の質間などコールセンター対応は同社が運営する「ハルイチコールセンター」で一括管理することにより、統一的に高水準のサービスを提供している。

URL <https://www.haruchi.jp/>



公開されていない、オーダー品に近い特殊な製品を購入できたりするサービスだ。

また、BtoBならではの機能として活躍しているのが、価格の設定管理機能である。実は、ECサイトの運用でいちばん手間がかかるのは、価格設定と情報の継続的なアップデートだ。ハルイチでは販売加盟店が卸価格にマージンを加えて販売している。つまり、ECシステム側で卸価格と販売価格を別個管理しなければならない。

春川氏は「ハルイチの販売加盟店は、製品ごとに商品価格を決定できます。その際、日東電工CSシステム側が(自社製品の)価格設定を“お手伝い”してしまうと販売価格の拘束となり、独占禁止法に抵触する恐れがあります。ですから販売加盟店ごとに価格を自由に登録でき、かつ卸価格に対して販売加盟店が製品ごとに利益率を決定し、自動計算をする仕組みを構築しました」と説明する。

通常、こうした仕組みを構築するには、要件定義から設計・開発・テストといったプロセス

が必要であり、1年以上の歳月がかかる。しかし、日東電工CSシステムではEC-Rider B2Bを導入することで、ハルイチの要件定義からテストサイト開設までを約10カ月に短縮できたという。

コーポレートサイトの刷新で従業員のモチベーションも向上

ハルイチの運用開始から約3カ月。その具体的な効果検証はこれからだが、コーポレートサイトの刷新は、従業員から評価が高い。春川氏は「これまでのサイトは情報が古く、『何をしている会社かわからない』と言われていました。しかし、新サイトは会社としてのメッセージが明確で、情報もタイムリーにアップデートされる。『好印象で会社に対して誇りが持てる』と従業員から言われました」と笑う。

ハルイチの当面の目標は、販売加盟店の増加と取り扱う製品の拡充だ。「販売店は自社のECサイトを安価に開設できます。販売店に対してハルイチの仕組みとそのメリットをさらに訴求していけば、無理な数字ではないと考えています」(野中氏)と意気込む。

販売加盟店が増加すれば、顧客の裾野は着実に広がっていく。春川氏は「その際、新客に対してどのようなサービス提案をし、ハルイチを効率よく管理していくかは今後の課題です」と語る。小池氏も「現在はイーシー・ライダー側をお願いしている部分——たとえば、販売加盟店からの要望や質問に対する対応——を、自分でも対応できるようにしたい」と将来を見据える。

テープはもちろん、テープ以外の様々な商品が一同に検索できる業用品の総合ポータルサイトを目指す。「販売加盟店さんのすべての商品を集約し『独特だけ使える。ハルイチにアクセスすれば課題解決できる商品が見つかる』とお客様に言って頂ける。そんなサイトが理想です」(野中氏)

BtoB (法人向け) ECサイト構築システム

EC-Rider B2B

EC-Riderに関するお問合せはこちらから

0120-41-1714

営業時間 10:00~18:00 (土日祝日を除く)

webadmin@ml.ec-rider.net

提供元



株式会社フライトシステムコンサルティング

【本社】東京都渋谷区恵比寿4-6-1 恵比寿MFビル3F  
 【仙台事業所】宮城県仙台市青葉区五橋1-1-10 第2河北ビル8F  
 URL: <http://www.flight.co.jp/>



株式会社イーシー・ライダー

【本社】愛知県名古屋市中区錦1丁目6番38号 錦エムワンビル7F  
 【東京オフィス】東京都渋谷区恵比寿4-6-1 恵比寿MFビル3F  
 URL: <http://ec-rider.net/>