



ミズノ株式会社

リテイル営業部 ネット販売課

次長 伊藤 早苗 氏
松本 麗香 氏
古城 里江子氏

お客様インタビュー

誰もが使いやすいツールへ

PDCAのスピードアップとプロセス共有

工数面で50%短縮、ストレス面で90%減を実感

はじめに

総合スポーツ用品メーカーであるミズノは、スポーツ用品とそれに関わる商品の製造・卸・直営販売、さらにはスポーツ施設の運営やスポーツスクールビジネス、スポーツ技術を生かした多種に渡る事業を展開しています。

公式オンラインショップ「MIZUNO SHOP」は今年14年目となり、プロパー商品の販売以外に、刺繍やオウaname等オプション加工受付、直営&ネット限定商品の企画販売、ゴルフクラブのオーダーやレンタル、競技ウェアやシューズのカスタムオーダー、スポーツ保険の販売など、取り扱いは多岐に渡ります。

過去は取り扱い種目と点数が非常に多いことから、商品詳細ページをアップしバナーを更新していくことが業務の大半を占め、メルマガの配信についてもお客様に適した内容にセグメントすることが容易ではなかった時代は、種目でのご案内というよりはスポーツを楽しまれる幅広いお客様に関心を持っていただけるような商材でご案内をしていました。

ミズノは幅広い種目の取り扱いと豊富なラインナップが最大の強みであるにも関わらず、ECをご利用下さるお客様に最適なご案内が出来ていない課題から、2013年にCRMに取り組みを開始、お客様へいつ何をのご案内すべきかを重視しCRMを深く学ぶようになりました。

スポーツの世界は、年間イベントスケジュールの他、開催される大会やその結果にあわせたキャンペーンやプロモーションが動くことが多く、狙った時期にすぐできるという「スピード」が大事な要素となります。

私たちオンラインショップでは各人が、商品をどう最適にご案内するかを考え、提案し即実行します。そのためには、誰もが理解でき施策を考え結果から次を読み取れるツールの「使い易さ」がとても重要で、利用するスタッフが満足で、結果としてお客様の満足につながり、その満足が売上にもつながっていき、皆がハッピーであることが大事だと考えています。



導入に至る背景：操作性・迅速性に課題 多大なストレスがスタッフに

これまでにマーケティングオートメーション（MA）ツールを何社か利用し勉強しましたが、操作性の問題やこれまでの業務範囲を超える高い専門知識の必要性など、社内運用をしていくにあたり長期的に運用していくのは難しいものもありました。

メーカーECに携わる方共通の悩みだと思いますが、システム的な問題点を共有・相談したり、EC業界の話題や進化、多岐に渡るツールの多さと選定の難しさ等、社内で相談出来る人はとても少なく、時代の進化と共にそれを動かす技術的なところで非常に多くの時間を割くことが増え、サポートのレスポンスを含めた業務のスピード感に多くの疑問を感じるようになりました。お客様の行動に合わせた最適なおもてなしをアップデートさせ、すぐ実行できるのがマーケティングオートメーションの良いところですが、施策の立案が早くても実行までに時間がかかることが次第にスタッフのストレスになっていき、「辛い」という言葉が多く出るようになりました。

「日々発見と学びを繰り返す中、ツールを使うスタッフのモチベーションは重要です。時代に合わせた進化に積極的に取り組めるツールでないと私たち自身もECビジネスも成長出来ない。発見からチャレンジ・改善までを自社内で継続できる環境を作りたかった」と次長の伊藤氏は当時を振り返ります。

関わるスタッフ全員で選定



リテイル営業部 ネット販売課
次長 伊藤 早苗 氏

新たなMAツールを求め、ベンダー選定のために色々な展示会に足を運びました。これまでは、自社データの持ち方が複雑なこともあり、導入を決めてから実際に実現できないことが判明したり、費用が余分にかかったりということもありました。そこでPDCAのスピードアップにつなげるため、実施した施策に対する結果をすぐに確認できること、自分達で実際に操作できることを重視してツール選定をすることにしました。

候補は3社ほどありましたが、実際に今までツールを触ってきたスタッフ全員で各社のプレゼンを聞き、これまで自分たちが苦労していた部分、拘りたい部分、明確に聞きたい箇所などをヒアリングしました。ツールが有名かどうか

ではなく、今までいくつか使ってきたからこそ、やりたいことやれることが大体分かっているの
で、シンプルに選んだという感じです。

アクティブコアに決めた理由：

誰でも使えるGUIと操作性

各社プレゼンの後、個別に担当にヒアリングしたところ、全員がアクティブコア社の名前をあげ、なぜよかったのか、今出来ていないことが出来るかなど上司も含めしっかり話し合いました。上司はこれまでの苦労を理解していたこともあり「皆で選び、より使えると思えるものにしよう」と言ってくれたのはとても嬉しかったです。

私たちネット販売課は、全員がWebの知識を持っているかと言ったら違います。人の技術レベルにより「使える・使えない」が決まるのではなく、皆が実体感できるようなツールでなくてはならないと考えていました。担当の松本氏は、「アクティブコアはとても分かりやすかったです。皆がちゃんと使えそうっていう、高度な知識がなくてもいけるっていうのが大前提。」と語ります。

導入後の成果： 皆が使えるツールへ

工数→50%減！ ストレス→90%減！

ツール選定にもあたった担当の古城氏は、「前のツールでは、ほぼ記述形式でやらねばならず、何か一つの結論に至るまで相当ステップがあったというイメージです。それが今はWebフォームのような形式で設定できるので、使いづらさが解消され作業時間の短縮にもなりました。」と実感を話します。



ネット販売課
松本 麗香 氏



ネット販売課
古城 里江子氏

以前は、画面上の項目も日本語名で表現されず、テーブル形式の項目名だったので、都度データを見比べなければなりませんでした。またSQLでセグメントを作っていたため、セグメント変更の度に一部のできる人に作成をお願いしていました。今は画面でチェックを入れたり、持っている展示や商品番号を入れるだけで手際よく作成でき、皆が使えるようになっているのが一番いいところです。

導入については完全にキックオフしてからスタートまでが早く以前よりシナリオ数も増えました。新規にシナリオを作る際は、外部に頼んでいた頃に比べると時間や工数が大幅に短縮しています。これまでは1本のシナリオに3カ月程かかっていましたが、「activecore marketing cloud」を導入してからは、1カ月弱程度になっており、体感的には1/2から1/3になっています。ストレスの面では、実に9割減と感じています。

お客様にとって良い施策を皆が共有し体感

不必要なおもてなしやご案内は避けたいので、どういった案内であれば気づいてもらえ、成功であるかを、お客様のために必死になって考えています。そのPDCAがきれいにうまく回るとやっていて楽しいですし、その結果が売上につながりお客様に満足いただけたことになります。本ツールを導入することで、良かった施策はさらに続けて改善していく、良かったことは共有、他でも展開するというプロセスを皆が体感でき、とても有効だと思います。導入して約1年ですが、だいぶ使いこなしてきていると感じています。

今後の予定：

Webアナリティクスでサイト全体の最適化へ

将来的にやりたかったことが、今着手しなくてはならないことそのものなので、まさに目の前にきているという状況です。ECはやることが山のようにありますが、分析が視覚的に分かりやすくなったので、分析結果からMAをどう直し、最適化し、うまく運用していくかを考えてきました。さらに今後はWebアナリティクスを導入し、良い結果あるいは悪い結果をMAやレコメンドに落とし込んでいき、サイト全体の最適化にも使っていけたらと考えています。時代時代に合ったおもてなしにすぐにシフトできるような環境と体制づくりをしていく予定です。

デジタルマーケティング部隊としての挑戦

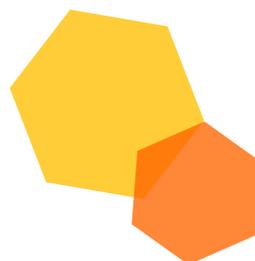
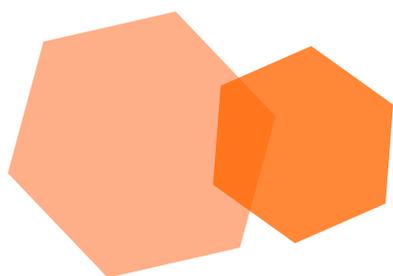
14年間にわり良い時も大変な時も多くを経験してきました。これまで培ったデジタルマーケティングの経験や知識を、店舗やイベント、プロモーションの領域まで拡大、効果測定に活用するほか、何よりミズノ製品をご愛顧いただいているお客様に、ダイレクトにミズノ全体で最適なおもてなしをしていきたいと考えています。

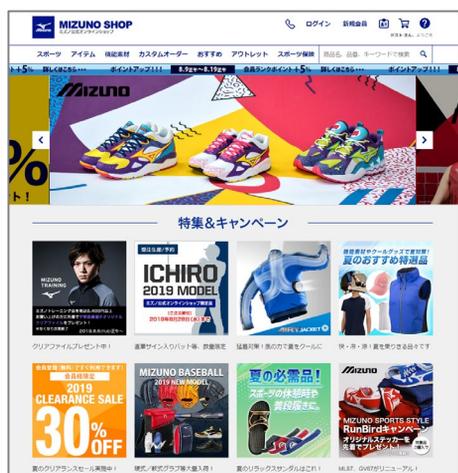
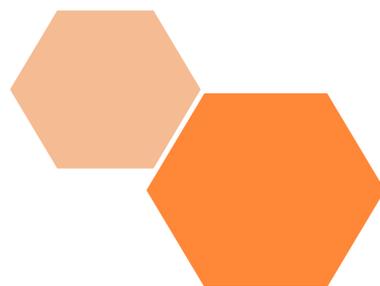
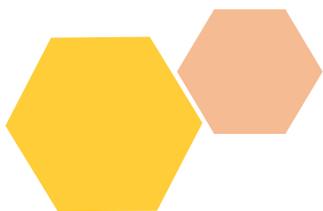
アクティブコアに期待すること：

他社とのコミュニケーションの機会充実 新しいことにチャレンジしたくなるサポート

ユーザ会にも参加しましたが、これまで他社事例を知る機会が多くなかったのでありがたかったです。他社から学ぶことも多いので、事例の情報を横展開して教えてもらったり、他社とのコミュニケーションもとれる勉強会などを増やしてもらえるととても助かります。会社が違うと想像力が違うので新しい発見につながります。ユーザー同士の会話から出てきた要望などがアクティブコアに伝わり、さらなる改善につながっていったら良いと思います。

今後新機能がリリースされる時など、ミズノではこういう使い方ができるのでは？といった提案をもらえるという期待感があります。成功事例を導きだすため、実験台になってほしいと思っているほどです。そしてアクティブコアの知見のフィードバックを受けられる勉強会など、日々新しいことにチャレンジしたくなるようなサポートがあるとよりありがたいと思います。また、かつてサポートのスピード感到苦労したので、こちらがやりたいことにスピードをもって対応してくれるようなサポートをしてもらえたら嬉しいです。これからも頑張りますのでどうぞよろしくお願いいたします。





資本金：261億3,700万円

創業：1906年4月1日

本社：ミズノ株式会社

〒559-8510

大阪府大阪市住之江区南港北1丁目12番35号

(2019年3月31日現在)

<https://www.mizunoshop.net/>