

そのブランドに、
データ・ドリブン・マーケティングの成果を。

ADKが実現する D2C時代のマーケティング戦略

2020年9月9日(水)10:30-12:00

ADKマーケティング・ソリューションズ

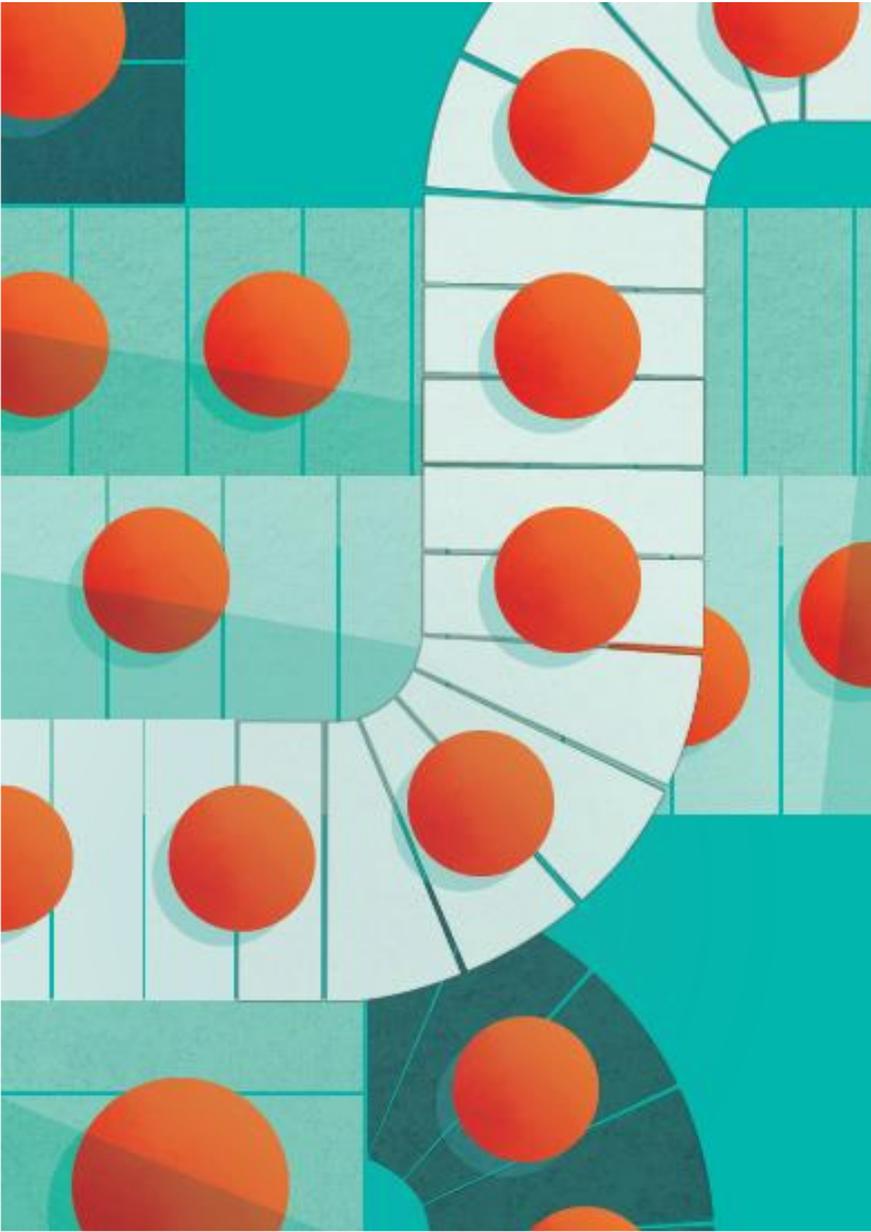


テーマ

ADKが実現するD2C時代のマーケティング戦略

コンテンツ

<p>① ADKが考えるD2C時代のマーケティングとは 10:30~10:50</p>	<p>大山 俊哉 取締役社長補佐 デジタルビジネス統括 (グループCDO)</p>	<p>急激なデジタルシフトにより、ブランドと顧客と直接コミュニケーションを行う「D2C (Direct to Consumer)」がマーケティングを考える上で不可欠となっています。単なる直販に留まらず、フルファネルで顧客とのコミュニケーションを行うD2C時代のマーケティングをご紹介します。</p>
<p>② 日本型D2Cに学ぶフルファネルマーケティングのヒント 10:50~11:20</p>	<p>三田 守 取締役 ビジネスディベロップメント統括</p>	<p>D2Cは安く物を売るだけのネット通販なのでしょうか？D2Cビジネスの最前線で起きている変化を分析しながら、ダイレクトビジネスと長年寄り添ってきたADKが考える、ブランドと顧客のエンゲージメントを実現するD2Cのあり方をご紹介します。</p>
<p>③ 自社ECの強化でオムニコマースを制する 11:20~11:50</p>	<p>白井 秀樹 エクスペリエンスデザインセンター Eビジネス・シニアディレクター</p>	<p>新型コロナを機に大手メーカーや有力ブランドの自社EC本格参入が一気に進んでいます。小売市場の約半分に相当する60兆円の「オムニコマース」市場にチャレンジする意味と、勝つための自社EC戦略について、実際に自社ECを事業運営してきた経験に基づいて考察します。</p>
<p>Q&Aセッション 11:50~12:00</p>		



自社ECの強化で オムニコマースを制する

白井 秀樹

エクスペリエンスデザインセンター
Eビジネス・シニアディレクター

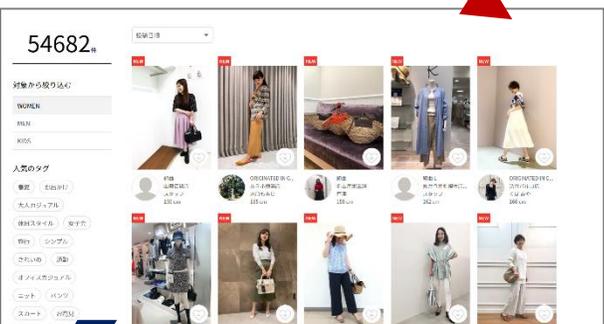
Sec. 1

自己紹介とEビジネスの実績

オンワードで5つの 新規デジタル施策を経験



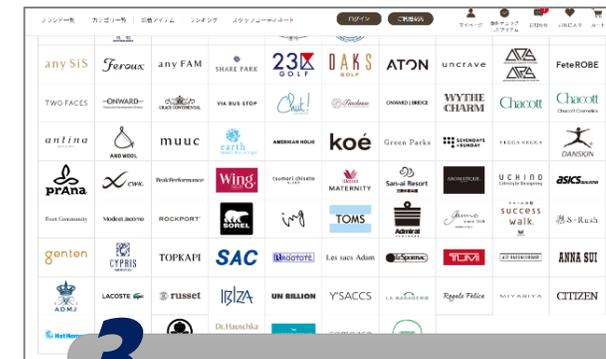
2. ファッションECサイト
「オンワード・クローゼット」



5. SNSオウンドメディア
「スタッフコーディネート」



1. 顧客管理システム
「オンワードメンバーズ」



3. ECマーケットプレイス



4. グルメECモールサイト
「オンワード・マルシェ」



■ 1. 顧客管理システムの成果

「オンワードメンバーズ」

2015年度 スタート



2019年度 300万人
(売上シェア60%)

ONWARD Brands News Shops Members Recruit Company Online Shop → Staff Coordinate →

トップページ ポイントプログラム 対象ブランド・ショップ よくあるご質問 お問い合わせ 利用規約 ▼ マイページ ↗

店舗でもWEBでも！ ポイントを貯める・使える

オンワードグループのメンバーシッププログラム「オンワードメンバーズ」にご登録いただくと、全国の対象ショップ・対象通販サイトで共通のポイントプログラムをご利用いただけます。

23区 組曲 自由区 iCB
gotairiku 五大陸 EXPRESS JOSEPH any SiS
... etc

メンバーズ新規会員登録をする →

■ 2. ファッションECサイトの成果

ファッションECサイト 「オンワード・クロゼット」

2010年度 スタート



2019年度 200億円

The screenshot shows the ONWARD CROSSET website interface. At the top, there is a navigation bar with categories: WOMEN, MEN, KIDS, OTHERS, REUSE(USED). A search bar is present with the text '何かお探しですか?'. Below the navigation, there are buttons for 'ログイン' (Login) and 'ご利用案内' (Help/About). The main banner features a woman in a white blouse and tan pants, and another woman in a striped top and blue skirt. The text on the banner reads: 'コーディネート迷子 を救う! 着回し上手な 春のトレンドボトムス'. Below the banner, there are several promotional tiles: a '+5% POINT UP CAMPAIGN' for 23区, a 'MY STANDARD' feature for 23区, a 'SPECIAL PRICE ¥15,000 4COLOR' for 'T-SHIRT & DRESS SET', and a 'リネンライク カセット服' (linen-like cassette clothing) promotion. At the bottom, there is a row of brand logos: 23区, 自由区, TOCCA, J.PRESS, Paul Smith, BEIGE, JOSEPH, and CK CALVIN KLEIN.

■ 3. ECマーケットプレイスの成果

「オンワード・クローゼット ・マーケットプレイス」

2017年度 スタート



2019年度 16億円
65ブランド

ブランド一覧 カテゴリ一覧 新着アイテム ランキング スタッフコーディネート									
ログイン ご利用案内 マイページ 最近チェックしたアイテム お知らせ お気に入り カート									
any SiS	Feroux	any FAM	SHARE PARK	23 GOLF	DAKS GOLF	ATON	uncrave	ADVANCED COACH SYSTEM	FeteROBE
TWO FACES	ONWARD Production Development Division	GRACE CONTINENTAL	VIA BUS STOP	Chut!	Fiaclasse	ONWARD J BRIDGE	WYTHE CHARM	Chacott	Chacott Chacott Cosmetics
antina	AND WOOL	muuc	earth music & ecology	AMERICAN HOLIC	koé	Green Parks	SEVENDAYS SUNDAY	YECCA VEGGA	DANSKIN
prAna	CWX	Peak Performance	Wing	tsumori chisato SLEEP	Wacool MATERNITY	San-ai Resort 三愛リゾート	AROMATIQUE	UCHINO Lifestyle Designing	asics walking
Foot Community	Mode et Jacomo	ROCKPORT	SOREL	ing	TOMS	Admiral	Spino since 1978	ワコールの靴 success walk.	S-Rush
genten	CYPRIS MORPHO	TOPKAPI	SAC	ROOTOTE	Les sacs Adam	LESPORTSAC	TUMI	ACE BAGS & LUGGAGE	ANNA SUI
ADMJ	LACOSTE	russet	IBIZA	UN BILLION	Y'SACCS	LA BAGAGERIE	Regalo Felice	MIYABIYA	CITIZEN
HatHomes	ASTALIFT	KOTOSHINA	Dr. Hauschka	IMPORT COSME SELECTION	comoace	ONWARD			

■ 4. グルメECサイトの成果

グルメECモール型サイト「オンワード・マルシェ」

2017年度 スタート
 ↓
 2019年度 5億円



■ 5. オウンドメディアの成果

SNSオウンドメディア 「スタッフコーディネート」

2014年度 スタート



2019年度 2000ショップ°

54682件

投稿日順

対象から絞り込む

WOMEN

MEN

KIDS

人気のタグ

春夏 お出かけ

大人カジュアル

休日スタイル 女子会

旅行 シンプル

きれいめ 通勤

オフィスカジュアル

ニット パンツ

スカート お花見

ワイドパンツ コットン

ブラウス ワンピース

1. 組曲 山陽百貨店 スタッフ 150 cm

2. ORIGINATED IN G... ルミネ横浜店 水口もみじ 165 cm

3. 組曲 名古屋栄三越 戸澤 158 cm

4. 組曲 L 丸井今井札幌本店... スタッフ 162 cm

5. ORIGINATED IN G... 渋谷パルコ店 くぼあや 166 cm

6. 23区GOLF ジェイアール名古... 早川

7. GRACE CONTINE... 岡山一番街店 大橋 KANAMI

8. 組曲 松坂屋豊田店 スタッフ

9. ICB 大丸東京店 林

10. 23区 いよてつ高島屋 樋口

Sec. 2

企業のEビジネスを取り巻く環境

140兆円 小売市場規模 (B2C) ※1

20兆円 EC市場規模 (B2C) ※2



👉 What is 60兆円 ※3

※1 ※2 出典：経済産業省

※3 出典：NRI「ITナビゲーター2020版」

EC が関与した売上（オムニコマース）

✓ **60兆円** ※3

小売市場の約半分に相当



購入客の2人に1人は**ECを見てから来店**している

ECをやらないと**小売市場の半分しか取れない**時代に

さらにオムニコマース売上は将来的に**80%**に達す!?

大手メーカーや有力ブランドは**小売店や卸売**に気を使って
大々的にECをやってこなかった

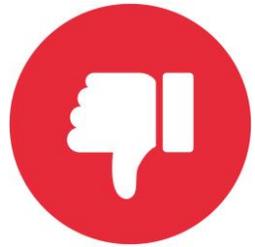
コロナで**消費者のECシフト**が加速、3年の進化が1年で

メーカーECは**脇役からメインチャネル**へ

大手資本による**自社EC強化**でEC市場に地殻変動が起きる

Sec. 3

オンワードのEビジネス事例

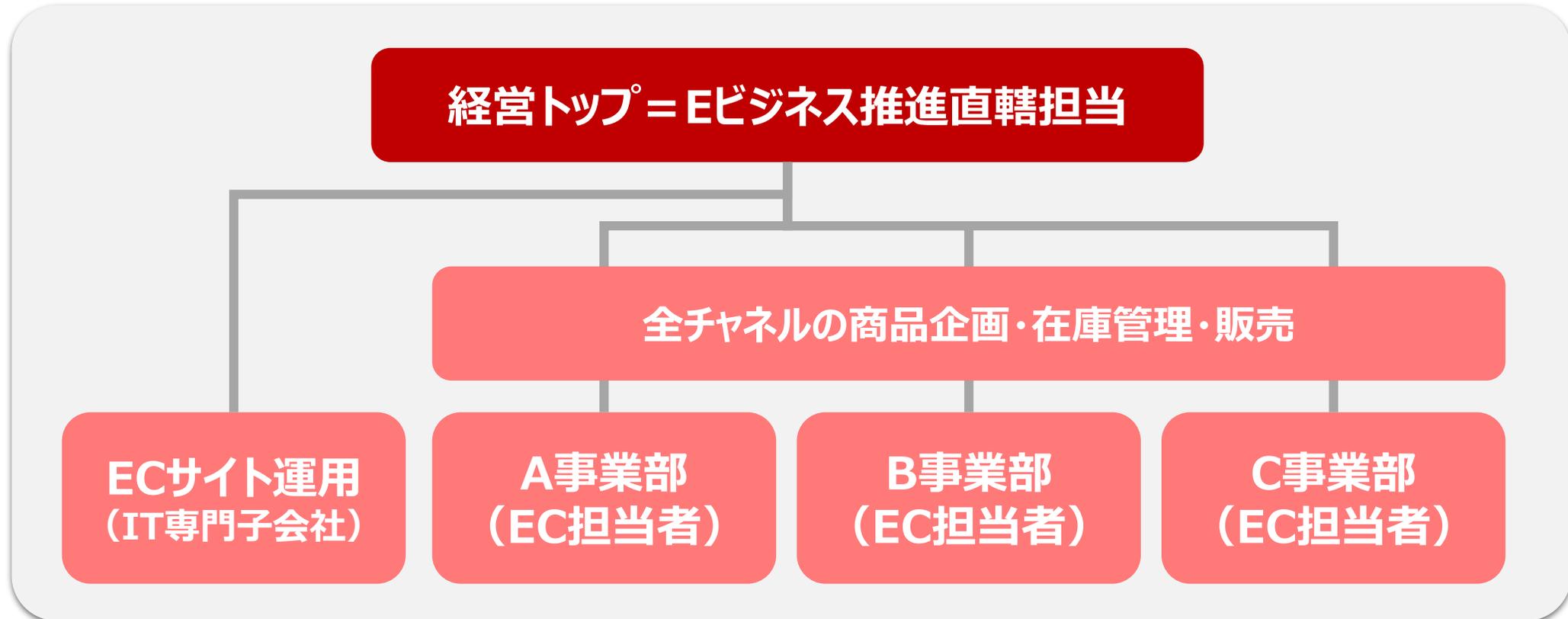


EC部門が他の販売部と並列に置かれている





EC部署はなく各事業部にEC担当者を配置 全ての事業責任者がEビジネス担当を兼務



自社EC売上 = 会員数 × 在庫数 × 購入率

- ✓ スタート時に目指す売上は**実店舗の1番店**を超えること
- ✓ 売上限界値 = 在庫数（全ての在庫を引き当て可能に）



- ✓ 在庫はECにおける顧客への**最大のサービス**です！

自社ECに拘った運営を行い **自社EC比率 90%**

	19年度 売上高 (単位：百万円)
自社EC	(構成比90%)
ECモール	
越境EC	
合計	

(構成比90%)

顧客データを**自社で保有**出来る

新たな事業にも利活用できる

一定の売上を超えると**利益率20%**を実現出来る

ECは儲からないと意味がない

店舗と連携した**オムニチャネル**を推進出来る

店舗の優位性 + ECの優位性のハイブリッドで売上拡大

店舗のみ vs. オムニ = **2.3倍**

店舗のみ vs. オムニの店舗 = **1.4倍**

購買チャネル	1年間の平均購入金額 (ARPU)
店舗のみ	[Redacted]
ECのみ	
店舗&EC (オムニ)	

※データは2019年度

Sec. 4

自社ECが目指すべき姿

まずは、自社ECで**半分以上売る**ことが目標！



《重点施策》

- ✓ 売上目標規模に合わせたECプラットフォームの構築
- ✓ 最新の周辺ツールと組み合わせたサイトの高機能化
- ✓ 顧客、在庫、ポイントの統合、共通化
- ✓ 他モールとのデータ連携

自社ECが最もお得になるサービスを提供

<p>📖 初めてのお買い物で使える</p> <hr/> <p>最大</p> <p>2,000円 OFF</p> <p>クーポンプレゼント!</p> <hr/>	<p></p> <p>📄 レビュー機能がパワーアップ!</p> <p>レビューをご投稿いただいた方に</p> <p>1投稿につき 10ポイントプレゼント</p>	<p>会員登録が断然オトク!</p> <p>ログインするだけで ポイント貯まる</p> <p>ログインポイント</p> <p> 1Day 1Login 1Point</p>
--	--	---

使い勝手が悪いと感じた人の**8割**がサイトを見なくなる

Lazyload (画像遅延読込) の実装



動画の活用でCVが**1.5~2倍**になる

送料無料 返品OK

ブランド: 23区
カテゴリ: ワンピース

23%

コットンシルクタイプライターワンピース
¥29,700 (税込)

P 1350ポイント還元

♡ 3265人がお気に入り登録中 | ★★★★★ 23レビュー

この商品は [オンワード樫山](#) が販売します。 [特定商取引法に基づく表記](#)
送料の詳細は [こちら](#) を参照ください。
返品等の詳細は [こちら](#)

こちらの商品には複数のサイズバリエーションがございます

S 小さいサイズはこちら L 大きいサイズはこちら

36 / 標準サイズ S
在庫あり

カートに入れる お気に入り

購入者の**7割**がレビューを参考にしている
レビューは0→1でCVRが**10%UP**、30で**50%**、50で**100%**

★★★★★ 4.8
6レビュー)

★★★★★ (5)
★★★★☆ (1)
★★★☆☆ (0)
★★☆☆☆ (0)
★☆☆☆☆ (0)

レビュー (6)

カ カスタマー 2020-08-09
★★★★★
身長: 150cm~155cm
性別: 女性
年代: 40代
体型: ぽっちゃり型
(またはがっしり型)

エレガント!
しっとりとした着心地で、涼しくなってから着ようと思っていましたが、東京の盛夏も行けそうです。背中の金ボタンが何より可愛くて、買って良かったです。

シェアする | このレビューは参考になりましたか? 4

カ カスタマー 2020-08-06
★★★★★
身長: 150cm以下
性別: 女性
年代: 30代

ステキです。
背中のボタンがステキです。
厚すぎない生地です9月ごろの夏服に飽きた頃にちょうど良さそうです。

✓ **3回**で安定、**10回**で固定（リピートの法則）



✓ 開封率は**15~20%**、登録完了メールは**80%**

✓ 配信後の2時間で開封の**8割**を占める

✓ 開封率は曜日で差は無い、**時間帯に差**がある

- ✓ フルフィルメント外注は変動費、**自前化は固定費**
- ✓ 物流費の経費率目安は**10~15%**
- ✓ 自前化費用の目安は**配送費60、家賃15、人件費25**
- ✓ 配送費と家賃は下がらないので**自動化**で人件費を削減
- ✓ 配送は当日である必要はないが**2営業日以内**を目指す

Sec. 5

ADKのEビジネス支援について

- ✓ Eビジネスを基点とした“事業”のご提案
- ✓ 知識ではなく実体験に基づくアドバイス
- ✓ P/Lを理解した上でのコスト管理
- ✓ 内部課題に対するソリューションの提示

現状は自社ECの構築・運用に最低でも5社との取引が必要



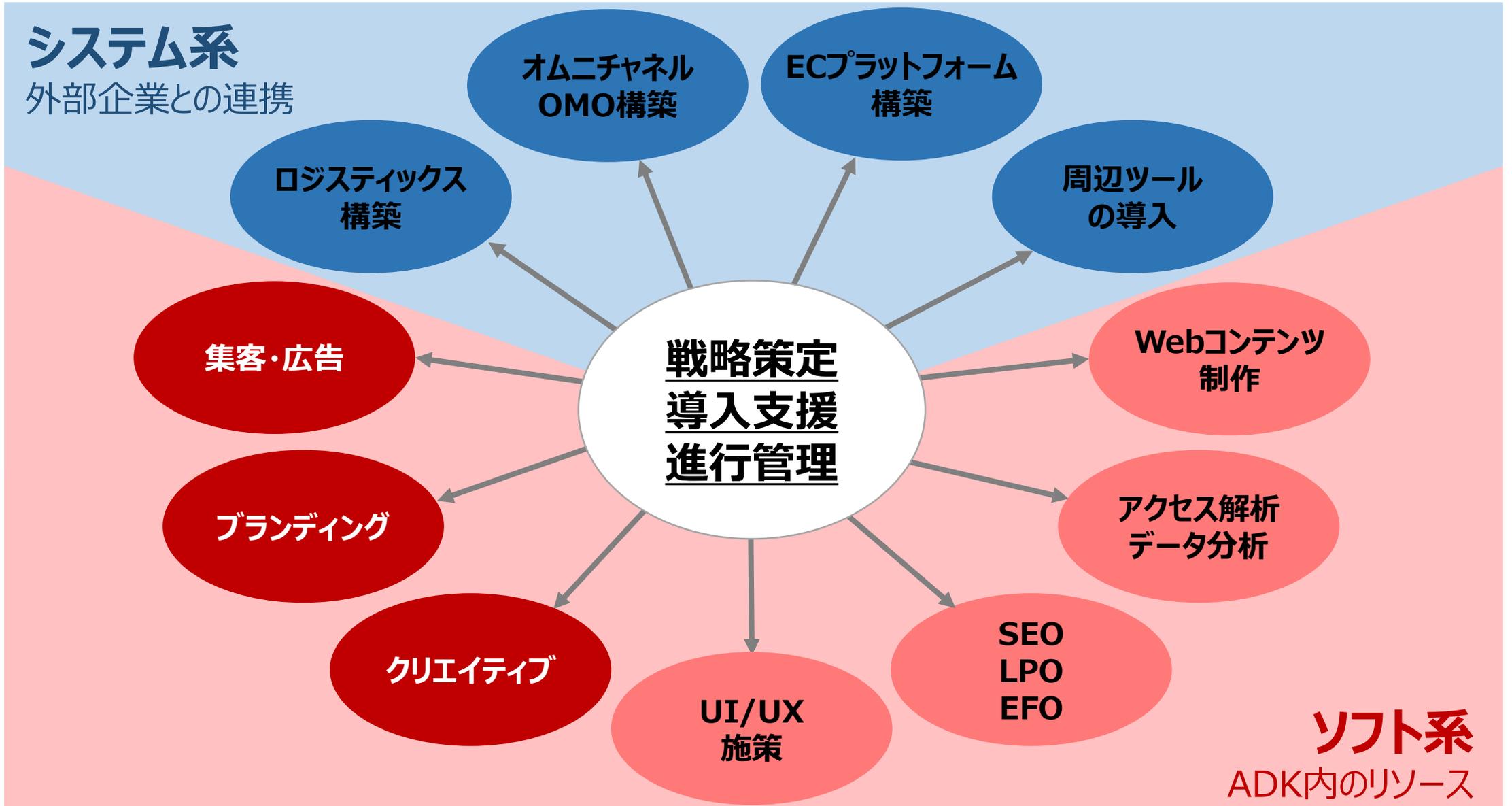
総合広告代理店としてのADKの優位性

	Eビジネス 専門部隊	事業会社出身 コンサルタント
ADK	内製化	在籍
他社	関連会社	不在

自社ECを構築、またはリプレスして
ECはもちろんのこと、店舗も含めた小売全体の
売上を高める“Eビジネス戦略”を支援



KPIはUU/PV/CVRだけでなく
AU(年間購入者数)/ARPU(年間平均購入金額)
CRR(顧客維持率)を計測して顧客のLTVを最大化する



ECプラットフォームの賞味期限は“5年”が目安

	売上規模	導入コスト	カスタマイズ	ベンダー
スクラッチ	500億円 以上	5～10億円	◎	NTTデータ 富士通 日本ユニシス
システムパッケージ	50～100億円 以上	5千万～2億円	○	ecbeing Orange EC Commerce21 SAP Hybris
クラウドパッケージ	数億～50億円	数千万円	×	ecbeing salesforce ebisumart
ショッピングカート (インスタントカート)	1億円前後	無料～数百万円	×	STORES.jp カラーミーショップ BASE

- ✓ 店舗売上構成比が高くEC発展途上にある
- ✓ ECモール主体で自社EC比率が低い
- ✓ 紙主体の通販でEC発展途上にある
- ✓ 経営重点施策にDXやEC強化をかかげている
- ✓ ブランドや商品で知名度がある

  まずはADKにご相談ください！

ご清聴ありがとうございました