ネット通販をとりまく環境とネクストエンジンの重要性

ロジザード通販物流セミナー
Part1/2

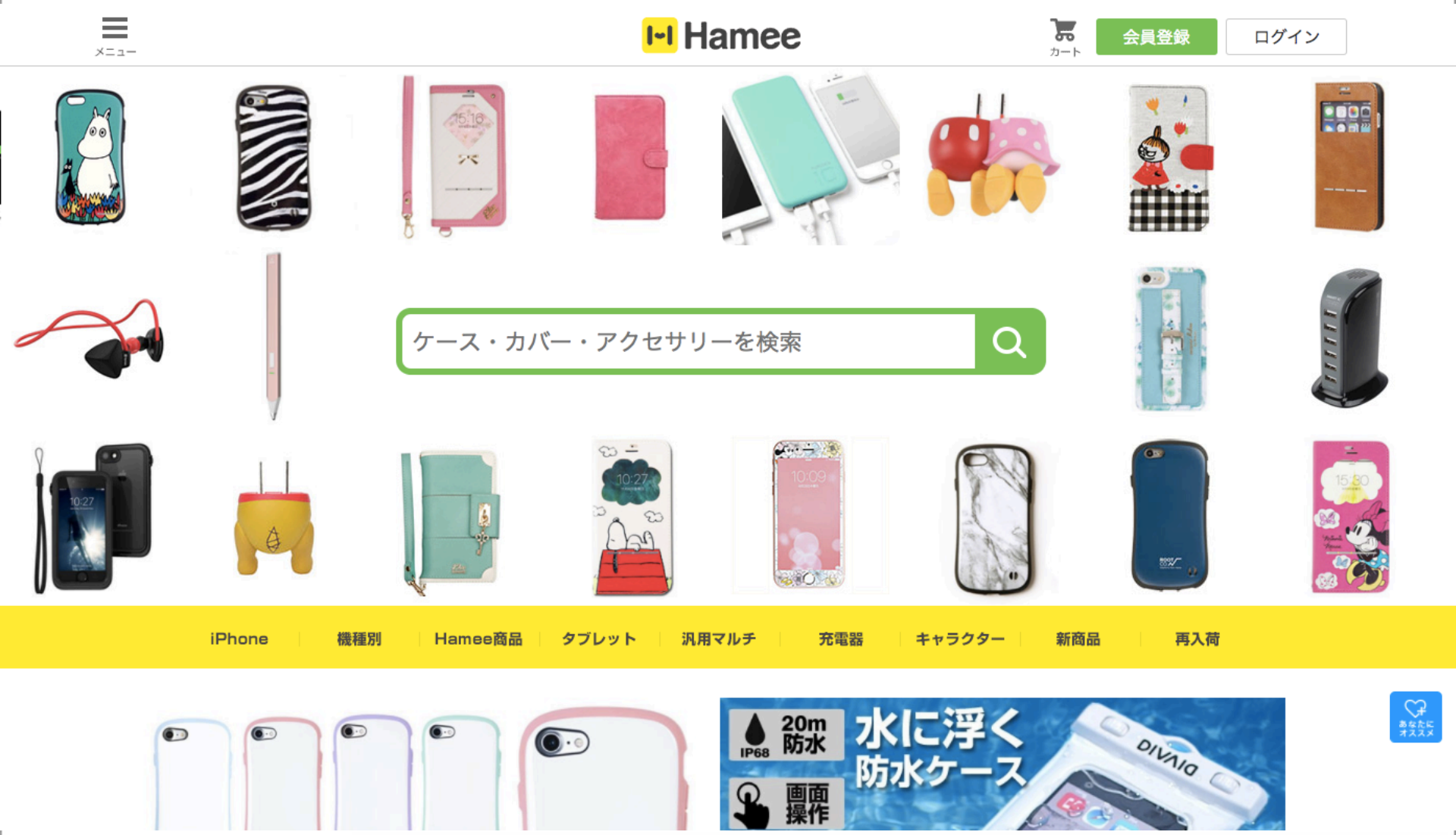
Hamee株式会社

会社紹介

Hamee株式会社
1998年 設立
1999年 ECを開始
2008年 「ネクストエンジンサービス開始
2015年 東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場
2016年 東京証券取引所マザーズ市場から市場第一部に市場変更

ネクストエンジン

こんなサイトを運営してます



こんなもの売ってます

CONCEPT

iFaceのミッションは、もっとも優れたデザインと機能を兼ね備えたスマートフォンアクセサリをつくること。
現在、iFaceは5つのラインを中心に展開。
鮮やかで多様なカラー展開と、ニーズに合わせた造形は様々な個性を表現することができます。
2013年にiFaceが発売されて以来、幅広く展開されてきたこのシリーズは全世界で930万個も販売され、アジア圏の流行に敏感な世代を中心に高く評価されています。

iFace
Designed by Hamee

Certificate

Hamee

iFaceは
Hameeの
登録商標です。

類似品にご注意ください。
商標番号：5661639
国際登録：1215970

自己紹介

三原 信基

Hamee株式会社
ECマーケティング部
サブマネージャー

自社ECサイト「Hamee」本店の店長を務めたのち、
店舗のバックヤードを支える「ネクストエンジン」が
持っている魅力を皆様にお伝えしています。

休日は子供や犬と遊ぶ3児の父です。

これからお話すること

- ネット通販をとりまく市場について
- ネクストエンジンの優位性について

これらを踏まえてEC事業における、
「戦略的なバックヤード構築のポイント」を
持ち帰っていただければ幸甚です

資料配付につきまして

- 本日の資料は後日メールにてお送りいたします。
- 講演内容の撮影も自由です。
- SNSに投稿する際はよろしければ「#ネクストエンジン」をご利用ください。

Part.1

ネット通販をとりまく環境
～なぜいま一元管理が必要とされるのか～

Photo by Nicholas A. Tonelli

EC参入あるある話

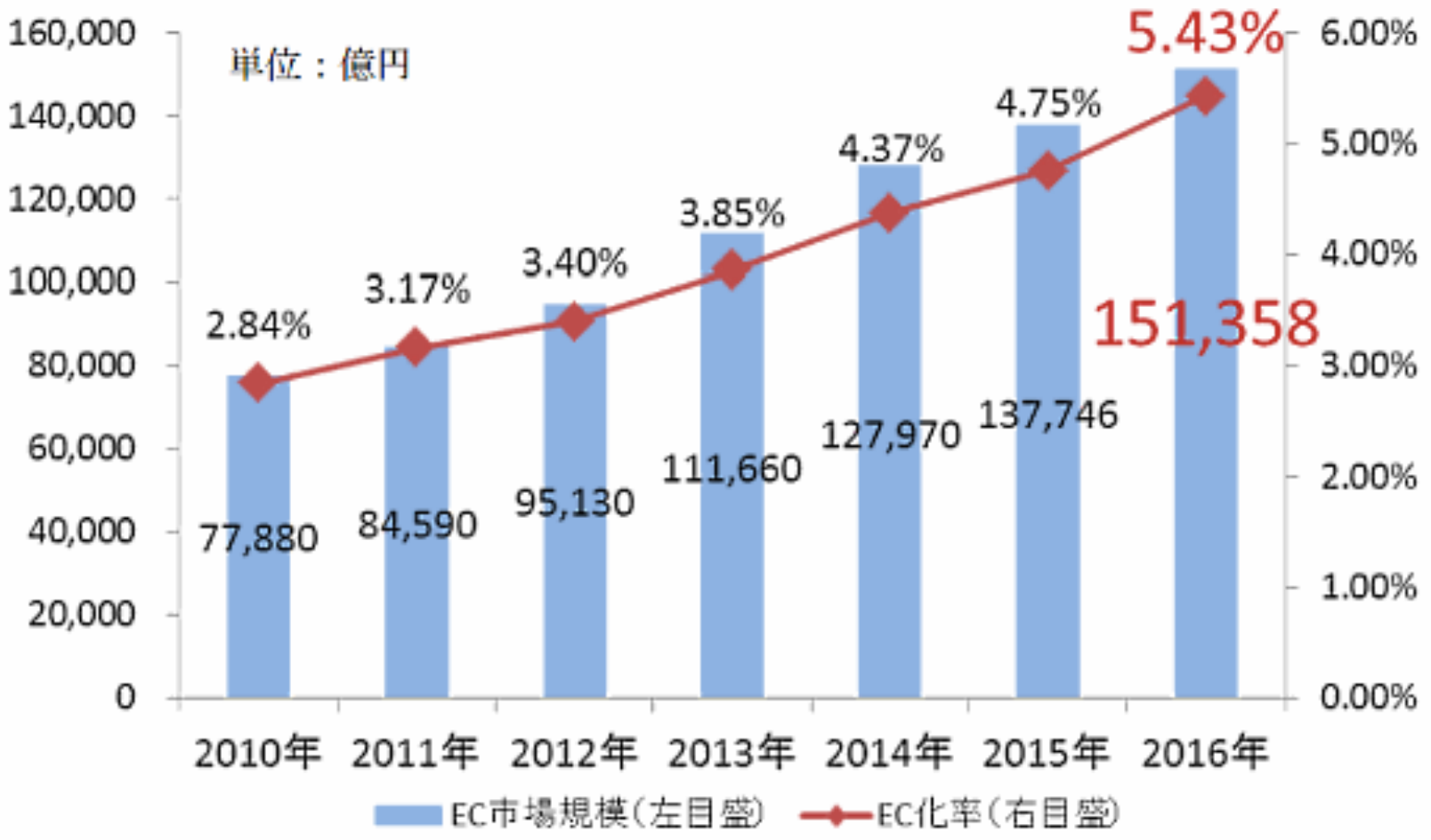
- 「売れてる」「売れる」と言われたのに思ったほど売上が伸びない
- 伸びたと思ったら売上急増。受注処理・出荷作業が負担に
- サイトの運営・更新に加えて、広告運用、SNS運用、ブログの更新など作業過多

EC参入あるある話

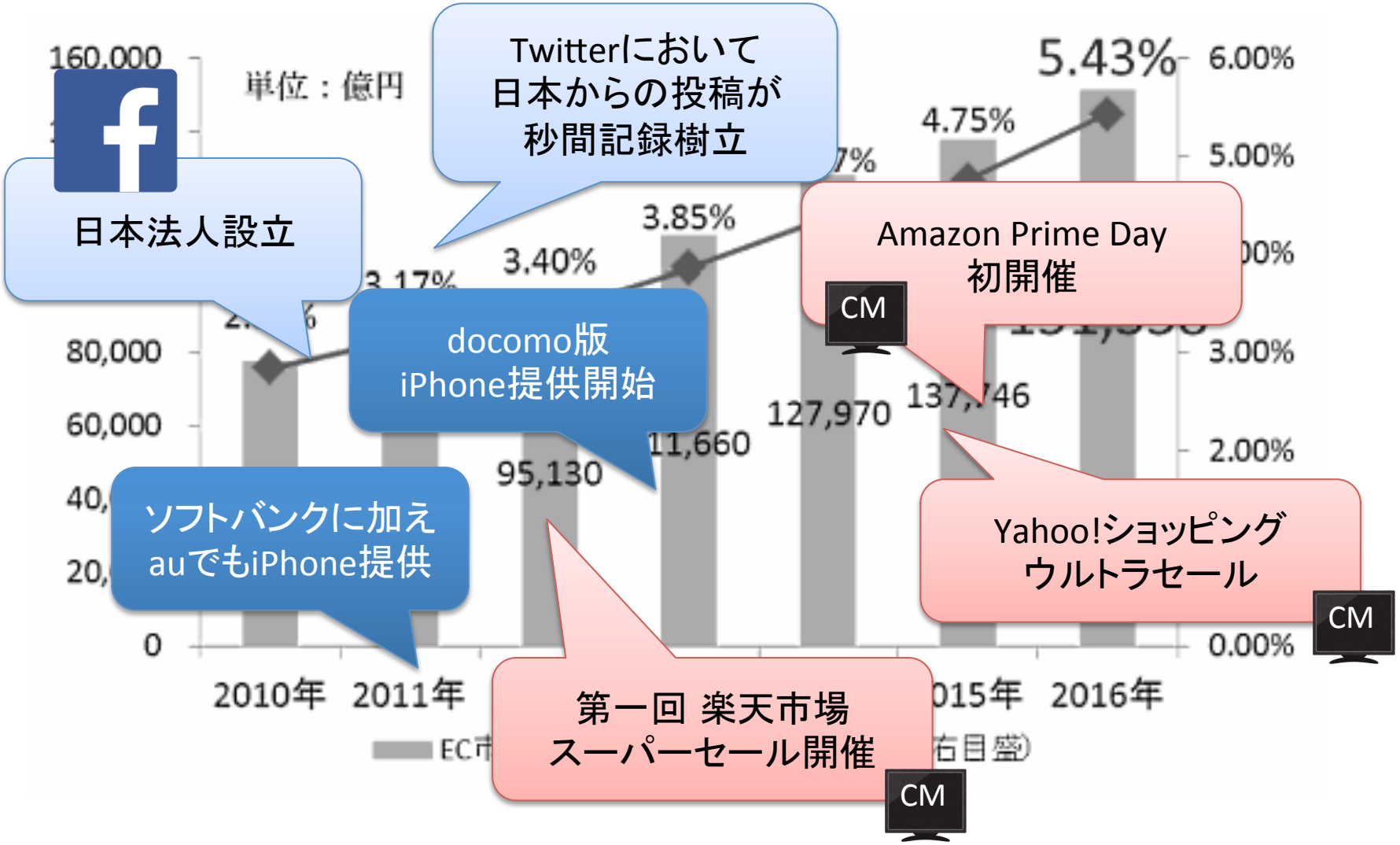
- 「売れてる」「売れる」と言われたのに思ったほど売れない
- 伸びたと思ったら急増。受注処理・出荷作業が負担に
- サイトの運営・更新、広告運用、SNS運用、ブログの更新に作業過多

理由があります

通販市場の変遷

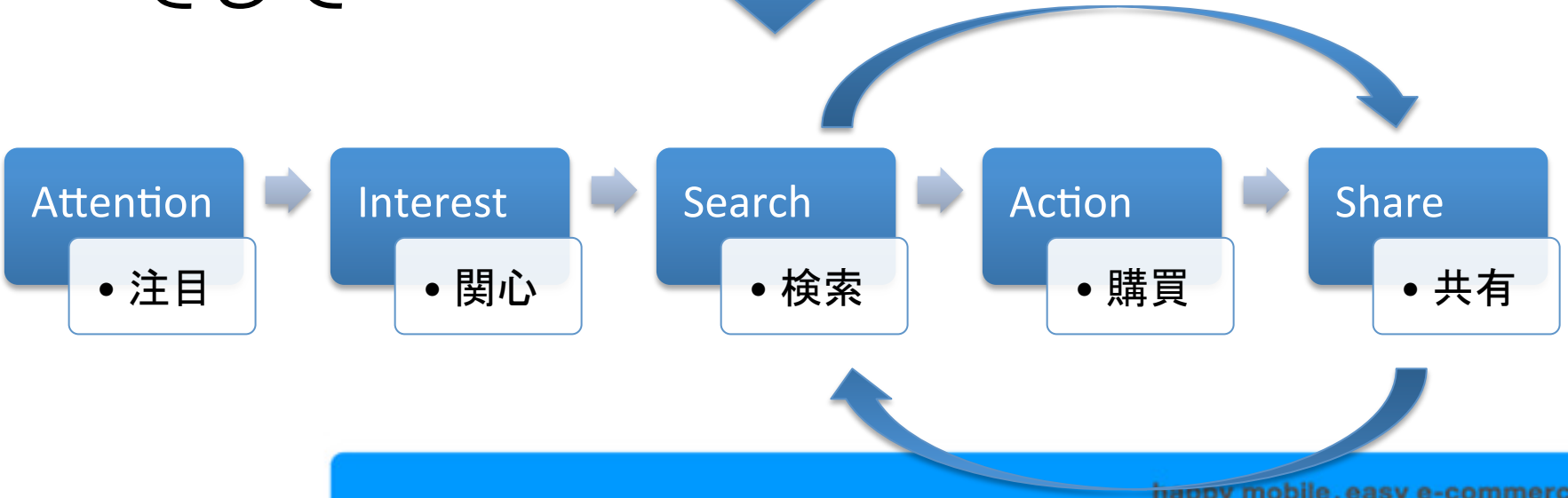

単位：億円
160,000
140,000
120,000
100,000
80,000
60,000
40,000
20,000
0
6.00%
5.00%
4.00%
3.00%
2.00%
1.00%
0.00%
2.84%
3.17%
3.40%
3.85%
4.37%
4.75%
5.43%
77,880
84,590
95,130
111,660
127,970
137,746
151,358
2010年
2011年
2012年
2013年
2014年
2015年
2016年
EC市場規模（左目盛）
EC化率（右目盛）

通販市場をとりまく環境の変遷



消費者の行動変化

AIDMAからAISASへ（トレンド変化）
そして……



実際の商品の実例を紹介します

USB充電器

1,944円（税込）

- Twitterで話題化
- 話題になったことからTV紹介も波及

何コレ
可愛すぎる！

どこに顔突っ込んでんだよwww

頭隠して…

実際におこったこと

- SNSでシェアされる＝購入も増えるわけではない
- 爆発的にアクセス数は増加、さらにTV紹介まで波及
- 波及が広がるにつれて購入者も増加

モール主導大型セール

楽天市場 スーパーセール
3ヶ月に一度のペースで開催

Yahoo!ショッピング ウルトラセール
年末の大型版と、毎月末に開催

2017年プライムデーは7月11日(火曜日) 23:59をもちまして終了いたしました。
引き続き Amazon.co.jp でお買い物をお楽しみください。

Amazon prime day
有料会員向けに年に一度開催

その他複数のモールにて大型セールを展開、さらに新興モールも登場

実際におこったこと

- TVCMが盛んになると消費意欲が喚起されるのか、大型セール開催以外の店舗でも売り上げ増
- タイムセールなどでは爆発的な受注が発生
- 該当枠は人気広告メニュー化

LOHACOマーケットプレイス

アスクルが運営するLOHACOも、従来のアスクルが主体の販売に加え、マーケットプレイス型の販売を拡大

ネットショップが実施する販促

引用元:
マンガで納得! インターネット販売 売れるネットショップ開業・運営
» 売るための3大施策「集客」「接客」「追客」を押さえよう
https://netshop.impress.co.jp/node/6

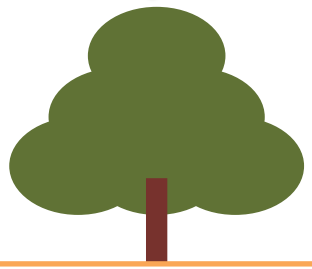
自社販促以外（想定外）の流入が生じるようになった

TV等
メディア露出

SNS
拡散

モール主導
大型セール

CM



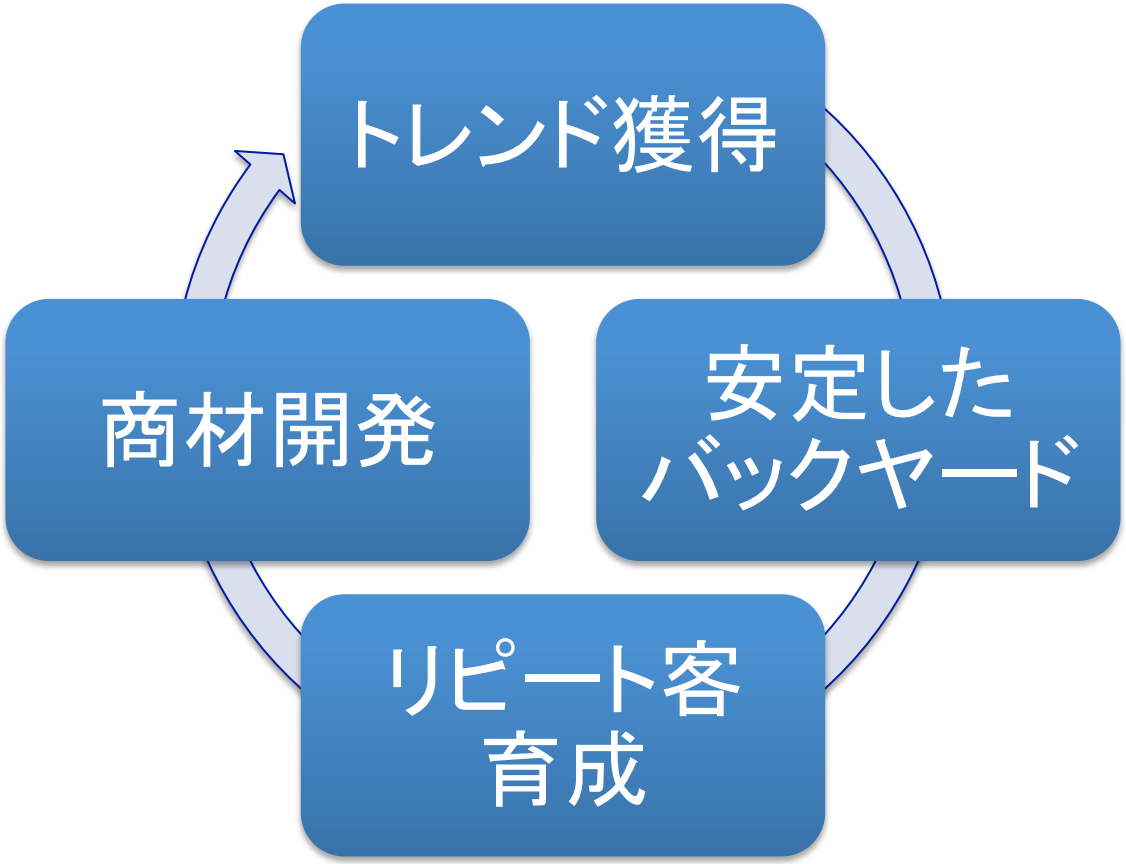
従来はメディア露出だけがキーファクターだったものが、
SNSの利用拡大や、モール主導型イベントの大型化に伴い
様々なショップで唐突な集客機会が発生するようになった

結果としてECの現場では

- 複数のネットショップ運用が当たり前
- SNSの運用業務も必要に迫られ運用
- モール主導のスケジュールでセール対応
- 人気の広告枠は抽選で、とれるかわからない枠のために商材確保

EC運営の負担が増加中

安定して成長しつづけるために



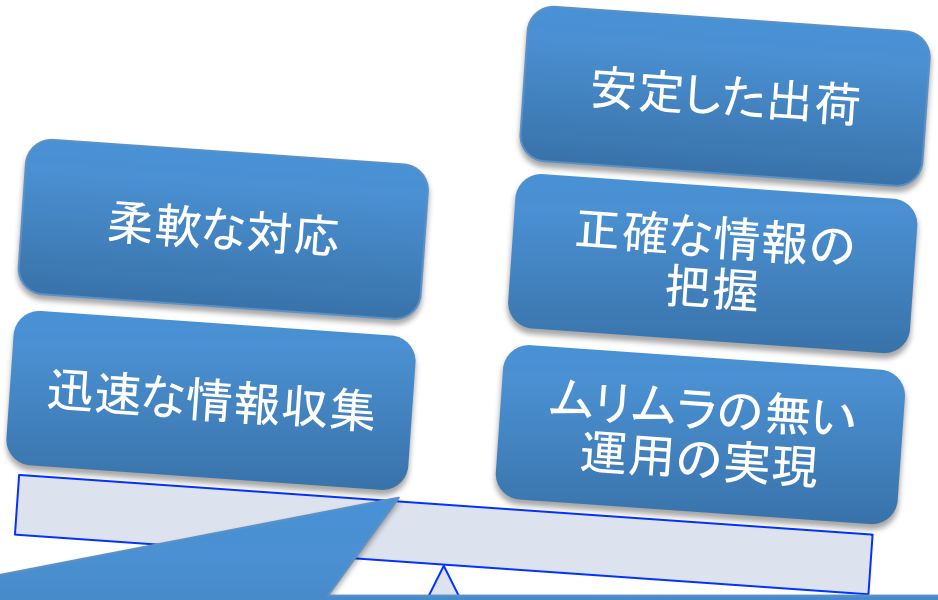
現実的にはバランスが……

売上のために
必要！
すぐ対応！

ト・販売側

バックヤード

お客様に迷惑
はかけない！
絶対死守！



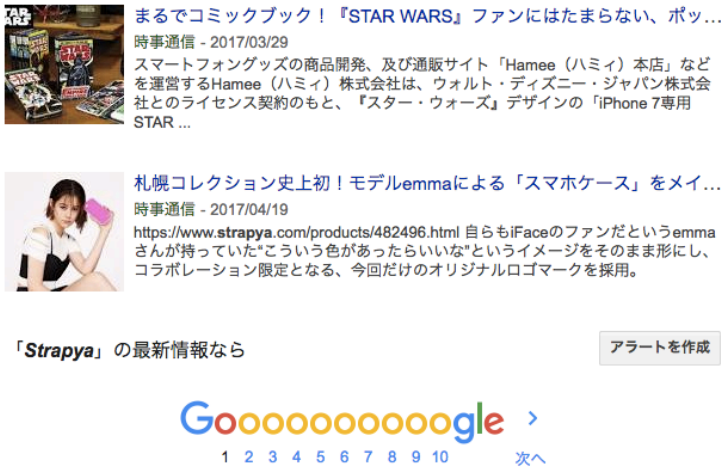
重心は低い方が安定する

情報収集のためすぐできること

価格.com テレビ紹介情報
http://kakaku.com/tv/

- TVで紹介された商品情報をテキストで配信
- RSSで最新情報を配信している。他のサービス（inoreaderなど）と組み合わせると、「自社名が登場したらメール通知」のような運用が可能。

Googleニュースを活用



Googleニュース「アラートの作成」
https://goo.gl/ZyP36j

- ニュースサイト専門の検索エンジン
- キーワードを指定して、新着記事の登場を通知する機能がある。
- マーケティング・広報部門は必携。

Yahoo!リアルタイム検索

「リアルタイム」を選ぶ

- SNSでの最新の情報発信（公開のもの）を検索できる
- 特に話題のキーワードはトップに表示
- 一日に一回程度は確認しておきたい。

正確な情報把握と、運用には

一元管理システムを使い、業務整理することで

- ✧繰り返し作業の削減
- ✧ミス削減
- ✧ボトルネックの発見

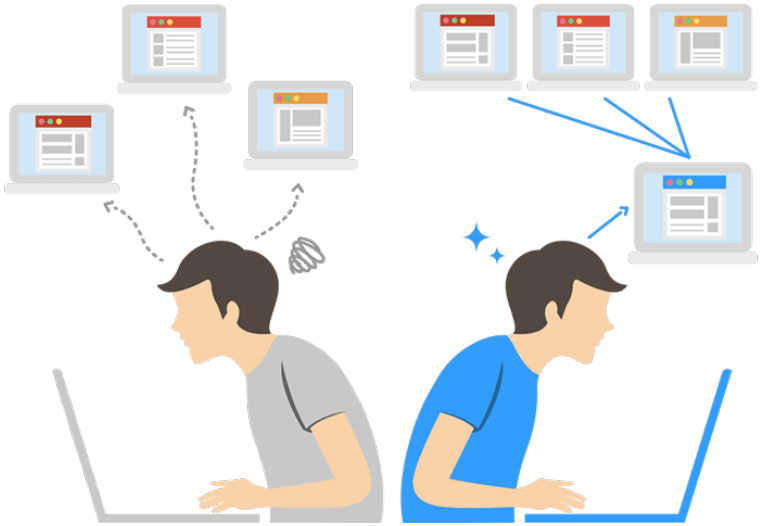
Part.2

ネクストエンジンの特徴とその優位性

ネクストエンジンとは

- ECを中心に複数の販売チャネルの情報を一元管理
- 業務の効率化を実現

ECの「一元管理」とは



- 先に述べたように、ネットショップ運営においては業務が煩雑化しやすい。
- そのため、情報を一カ所に集めて無駄やミスをなくす必要がある

一元管理のメリットは

- ルーチンの自動化・効率化によるコスト削減
- 作業ミスから生じる信頼低下の防止

何故、ネクストエンジンなのか

- 現役ネットショップだからこそのノウハウ・対応力で、EC事業者を支えています
- 小さなネットショップからはじめた、Hameeだから実現できる、多様な機能が備わっています

現役ネットショップだから……

- 販売対応チャネルは46件
- ECサイトならではの販路拡大施策を支援します
- 自社でも大半のモールに出店しています

現役ネットショップだから……

- EC運営のノウハウが凝縮した機能で店舗運営を支援
- Hamee運営現場だけでなく、多数の顧客からのフィードバックも反映した機能
- 導入後1年後の平均売上高129%※

※2016年5月と2017年5月に運用（100件以上の受注処理）をした契約企業様における売上げ前年比の平均

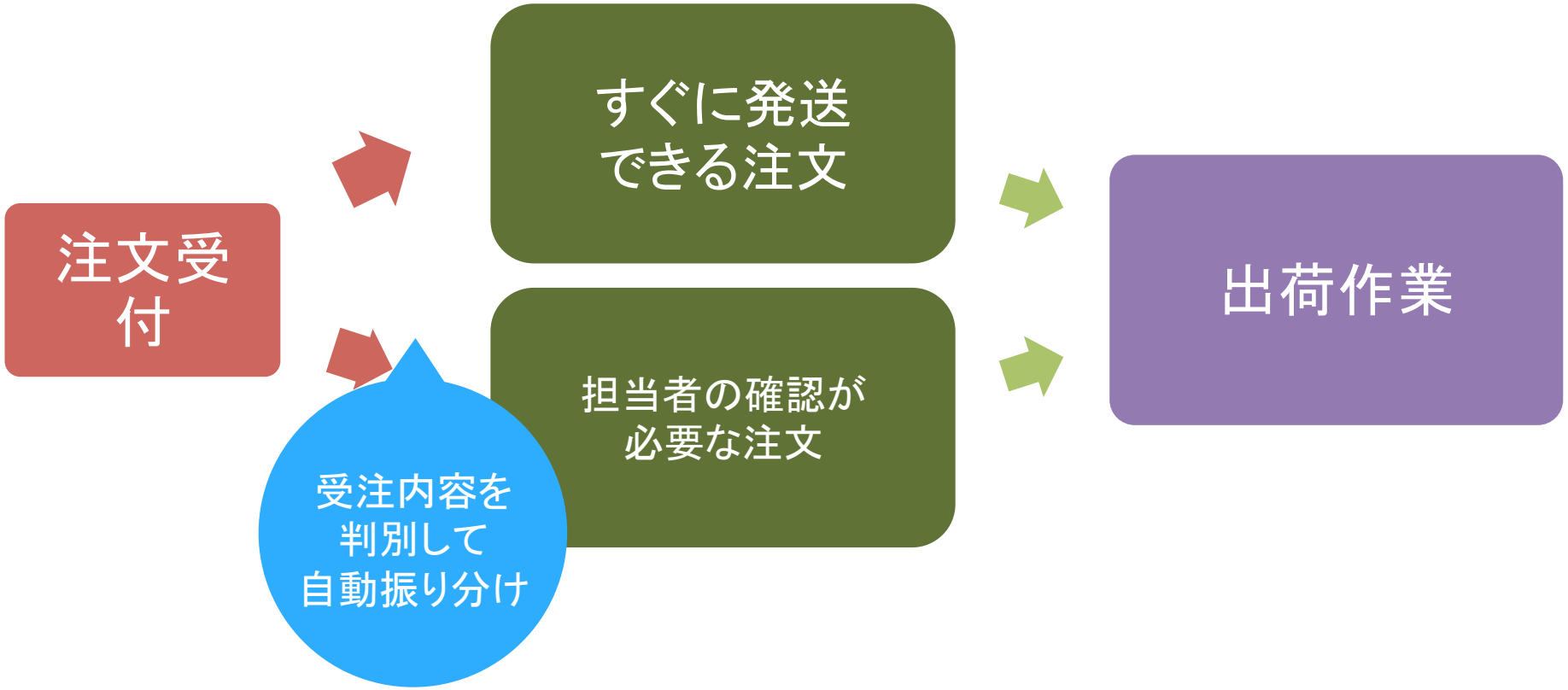
機能の一部をご紹介します

- 受注管理機能では、受注の内容に応じて、ステータスを自動で分類
- ステータスの移動漏れ、対応漏れの心配が無くなります
- 受注後すぐに出荷が可能な注文も、タイムリーにステータス移動します

システム導入時のポイント

- 本当に業務改善させることができるのか
  - 担当者の合意には実際の画面やデータをもとに「このシステムなら運用できる」という、状況（自信）が重要
- 業務内でボトルネックを確認し、改善の旗を振ることのできる人選が必要
  - 導入と運用の改善を現場担当者だけにまかせきりにしない

受注自動分類機能



受注自動分類機能

注文受付

受注内容を判別して自動振り分け

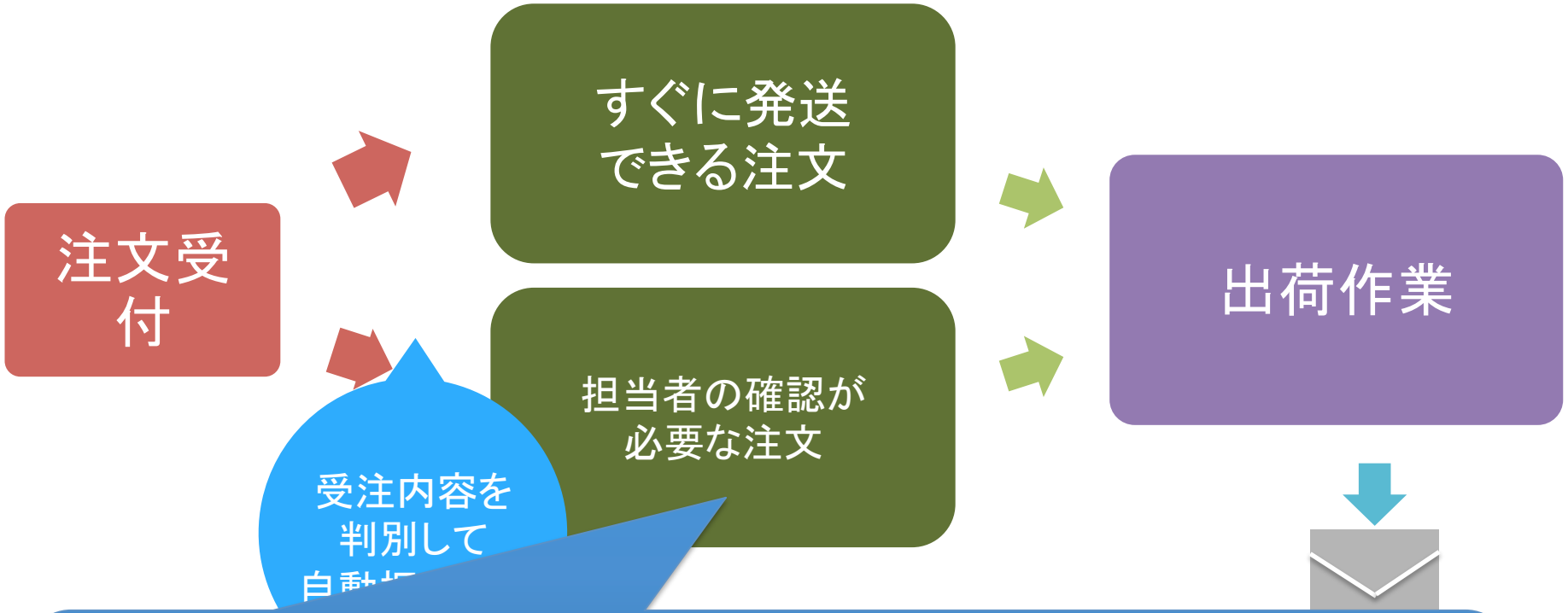
すぐに発送できる注文

担当者の確認が必要な注文

出荷作業

発送完了メールやフォローメールも自動で送信

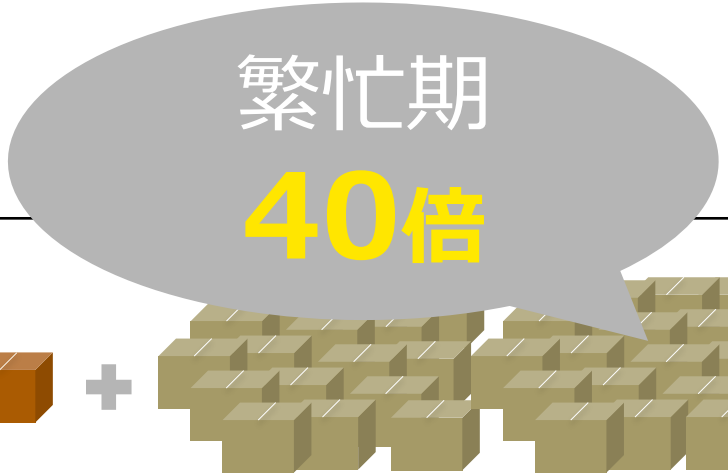
受注自動分類機能

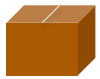
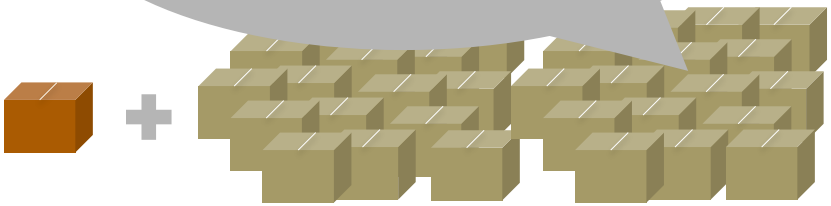


「どんな注文なら担当者の確認が必要か」は店舗の運用次第で自由に設定できる

ある海産物通販の実例

- 繁忙期に注文が激増



売上		
受注処理担当者		

繁忙期の受注増加に備えるために、担当者が「何を見るべきか」のチューニングを、閑散期に実施

受注担当者はどんな注文を見るべきか

- 出荷担当からの戻りが発生する注文
  - 〒番と住所が食い違っている、番地抜けなど
- その他購入者とのコミュニケーションが必要な注文
  - 備考欄に何かメッセージを記入いただいた場合など

イレギュラーな受注「だけ」確認
あとはシステムが出荷にまわす体制を

ネクストエンジンなら

- データの保管に期限無し
  - 過去の受注から、対応の傾向も確認できます
- 柔軟な検索機能で、「○○という理由で受注担当者の確認が必要だった」等の検索も可能

過去の注文データは、現在の運用には資産となります

ネクストエンジンの受注管理

ポイントのおさらい

多店舗の受注を
まとめて管理

受注ステータスを
自動で振分け

機能の一部をご紹介します

ページ管理機能では、商品の登録、セールの対応など、出品しているモール毎に必要だった作業を大幅に簡略化

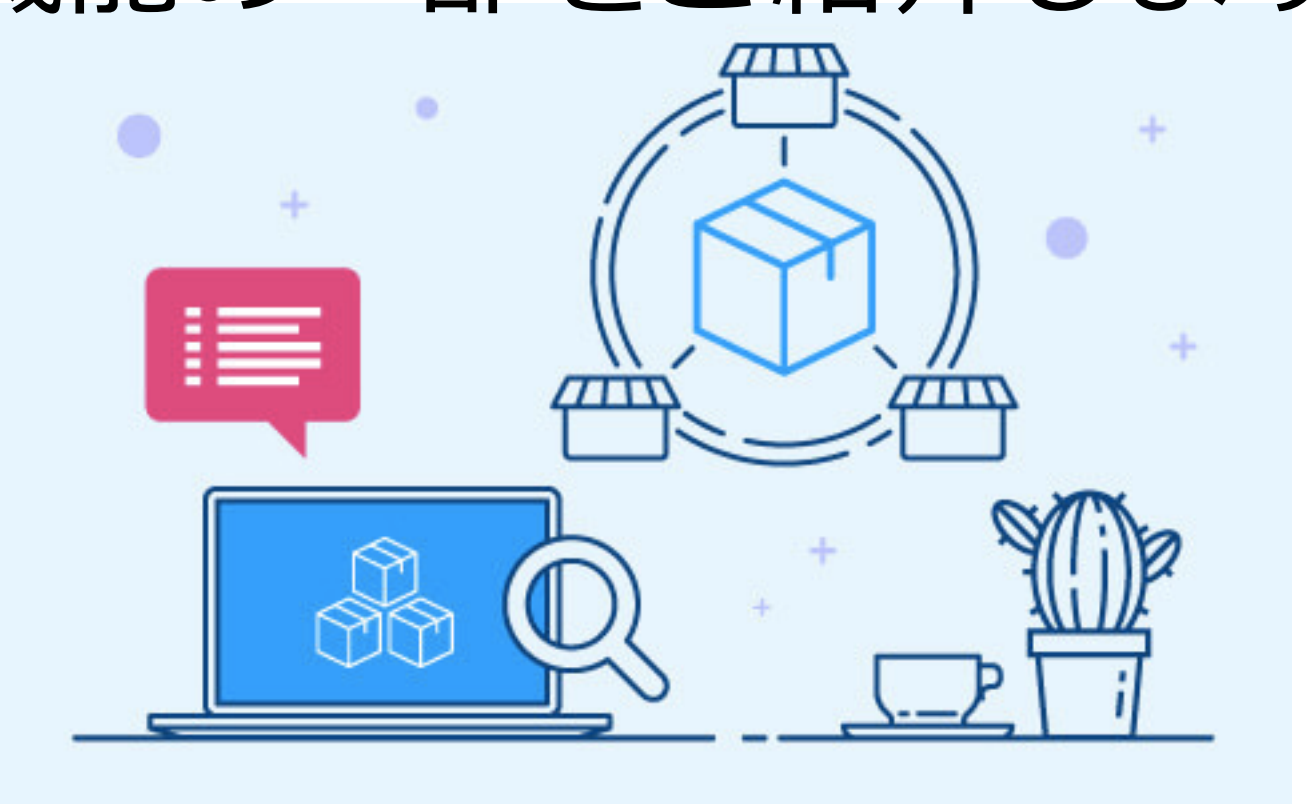
従来の作業であれば

- 楽天、Yahoo!ショッピング、Amazonなど複数のモールに同じ商品を出品していてもそれぞれに登録
- 項目が異なるために、そのままのデータは利用できない

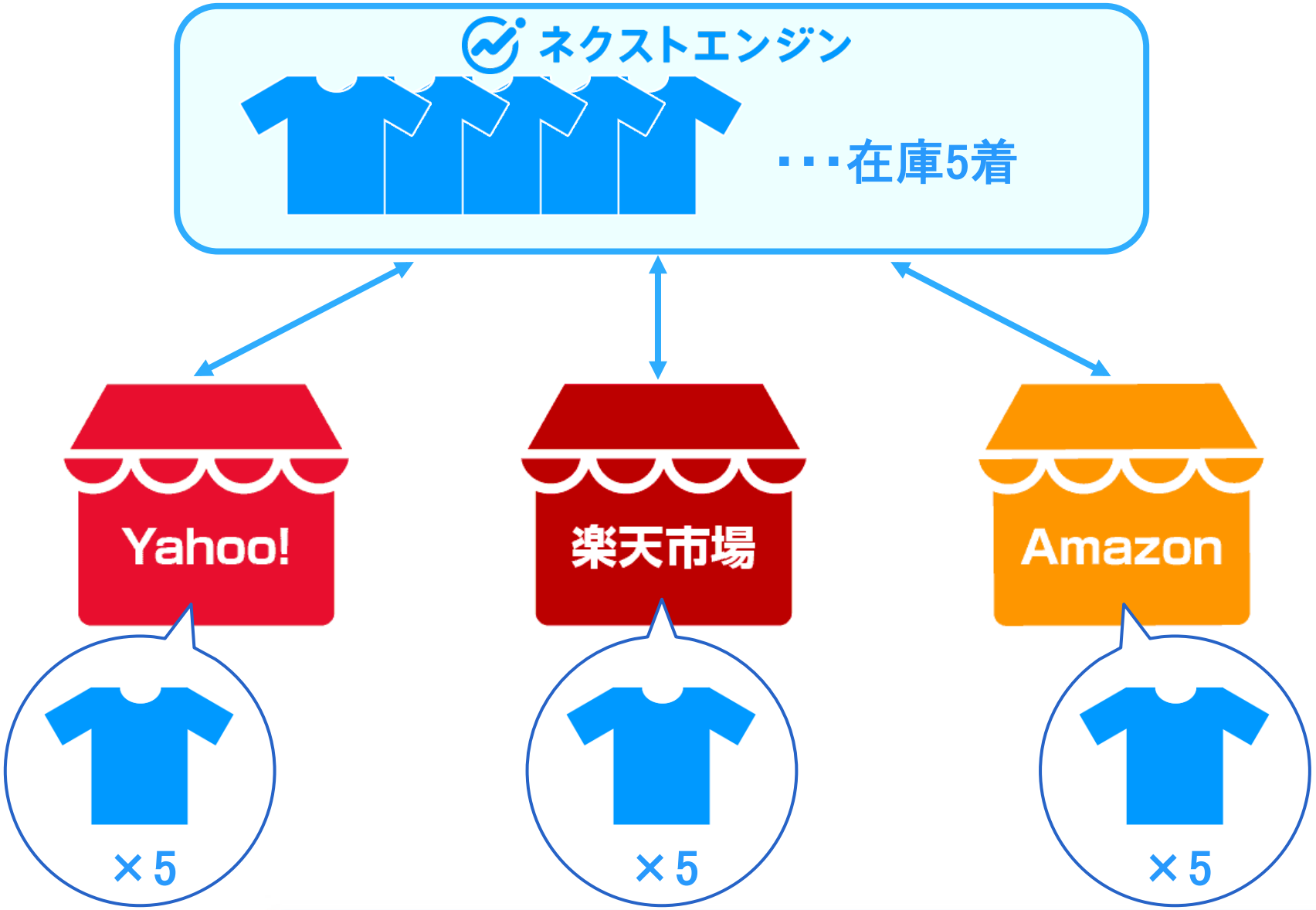
ネクストエンジンを使うと

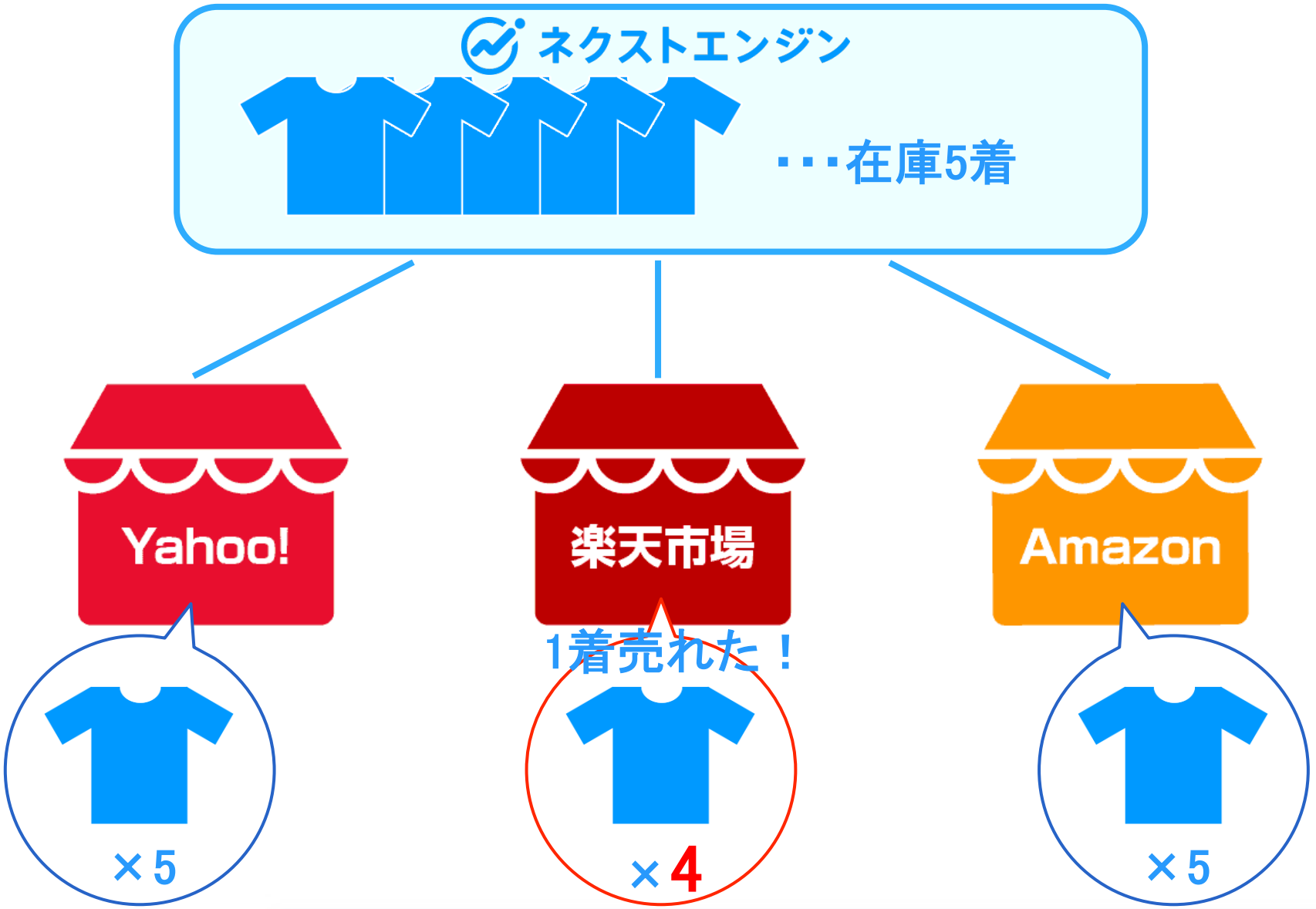
- データの変換・アップロードまでネクストエンジンを通じて実現

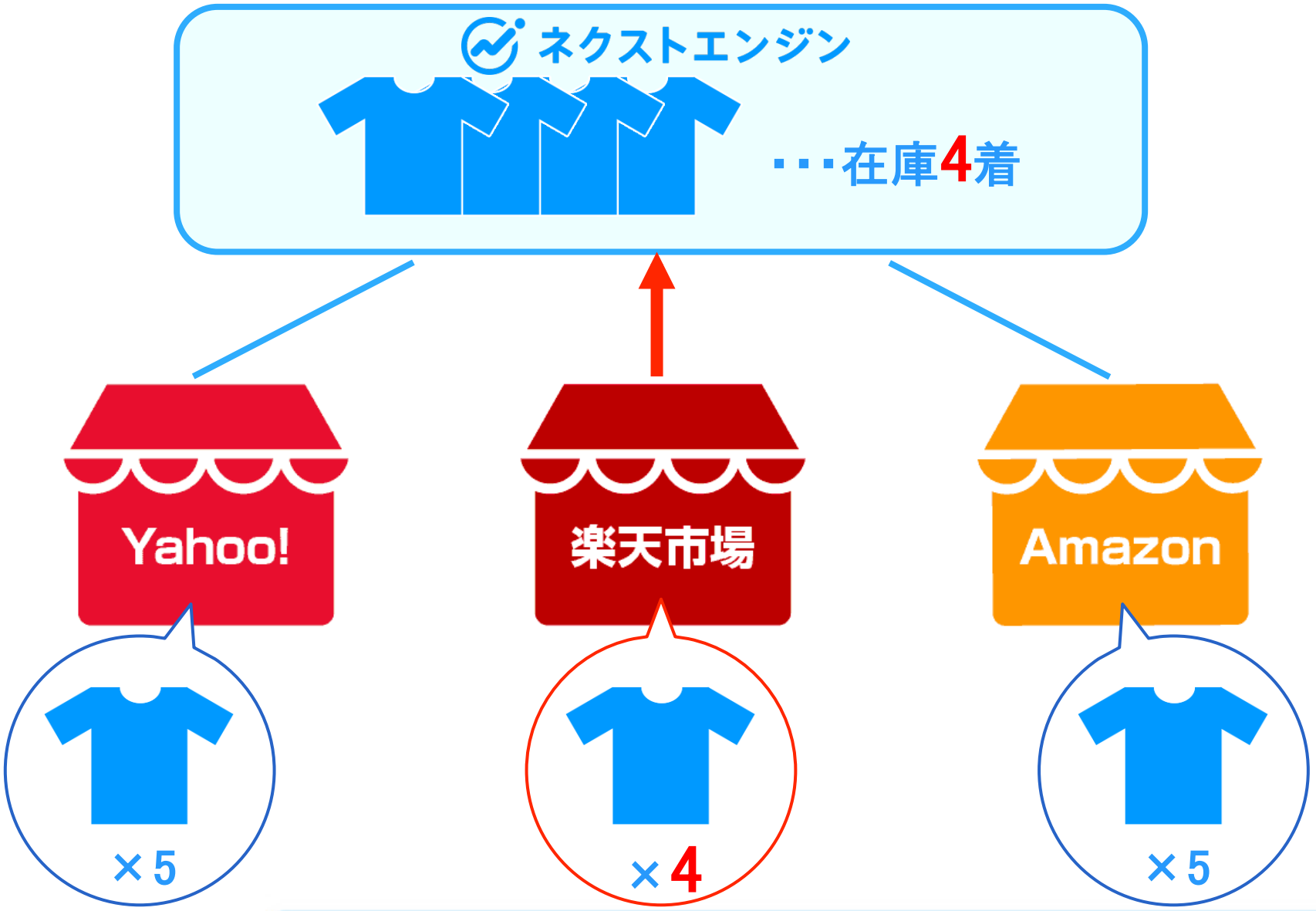
機能の一部をご紹介します

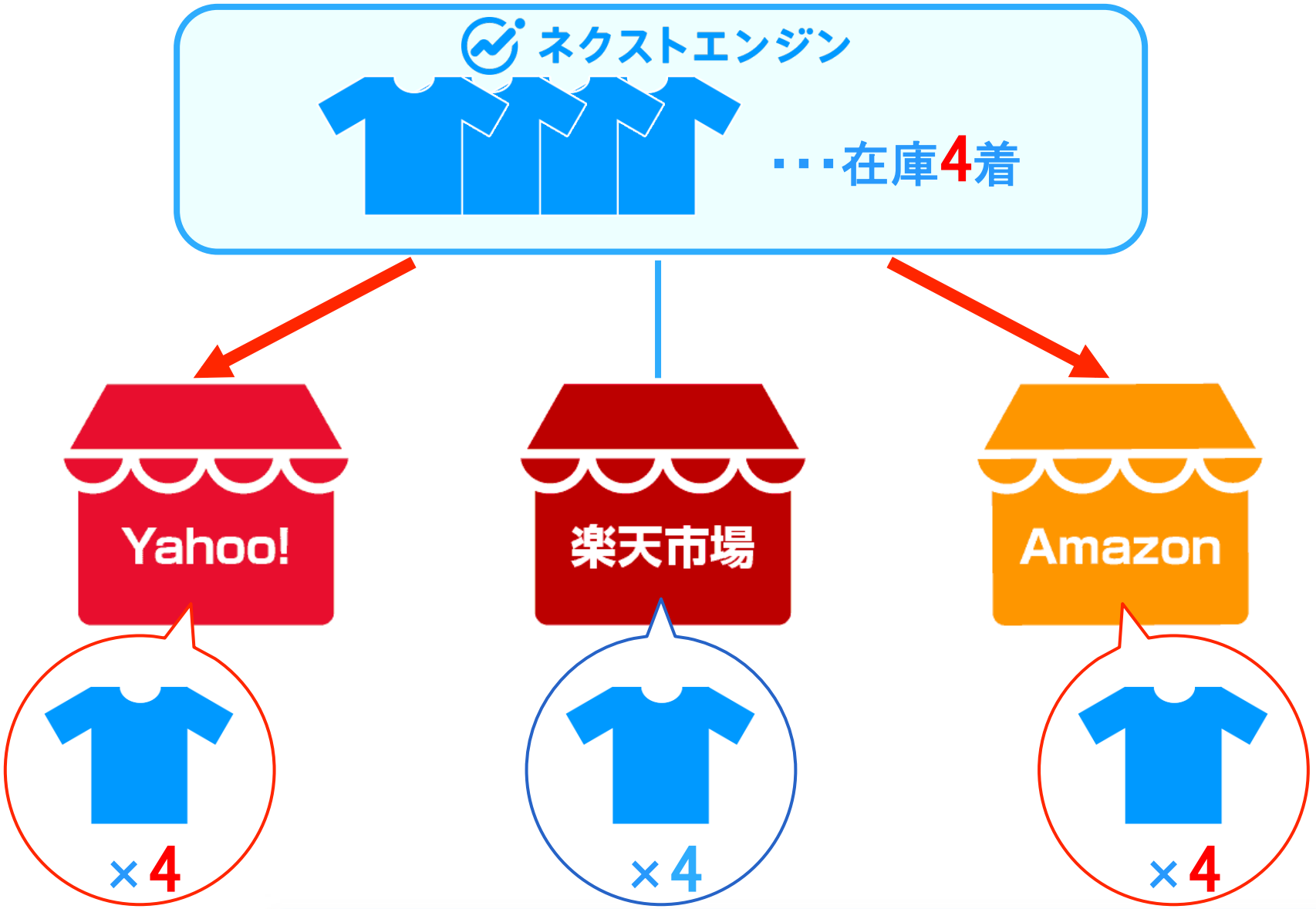


在庫連携機能では、ネクストエンジンに登録されている在庫数で各サイトを自動更新

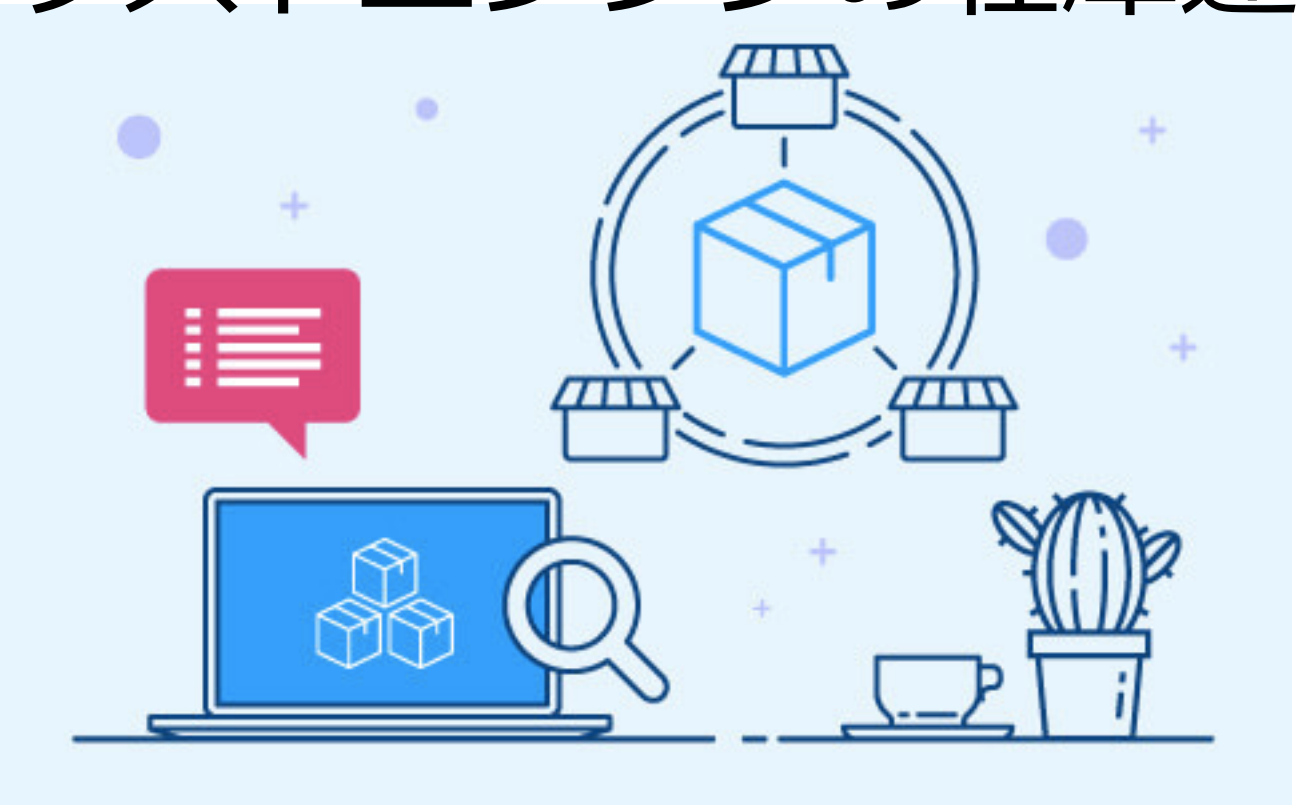

ネクストエンジン
・・・在庫5着
Yahoo!
楽天市場
Amazon
×5
×5
×5


ネクストエンジン
・・・在庫5着
Yahoo!
楽天市場
Amazon
1着売れた！
×5
×4
×5


ネクストエンジン
・・・在庫4着
Yahoo!
楽天市場
Amazon
×5
×4
×5


ネクストエンジン
・・・在庫4着
Yahoo!
楽天市場
Amazon
×4
×4
×4

ネクストエンジンの在庫連携



ポイントのおさらい

各店舗の在庫を
自動で更新

リスクと手間を
減らす

今ある在庫で
最大の販売機会を得られる

さらにカスタマイズ

ネクストエンジン
アプリ

機能を追加

ネクストエンジン

- 受注処理
- 在庫連携
- ページ管理

など

さらにカスタマイズ

機能を追加

ネクストエンジン
アプリ

ネクストエンジン

- 受注処理
- 在庫連携
- ページ管理

など

今日お伝えしたかったこと

- ECをとりまくトレンドの変遷は激しく、集客機会が増える一方、それに対応するには迅速な情報収集と多様化する販促手法への対応が必要です
- 変化するフロントにも対応できる強固なバックヤード構築が必要です
- 適切なツールを用いて、作業負担を軽減することで、バックヤードの負担を軽減できます

ご静聴ありがとうございました

お問い合わせ・ご提案についての相談はお気軽に

Hamee株式会社

ネクストエンジン営業窓口

☎ 03-4570-0638

info@next-engine.jp