



CASE STUDY

TSI ホールディングスグループ

デマンドウェアによりオムニチャネルとグローバルECを強力に推進

課題 従来は国内の開発会社に発注し、オンプレミスでブランドごとのオムニチャネルサイトを構築してきましたが、より迅速・容易にオムニチャネル化とグローバルEC化を推進できるプラットフォームを求めていました。

解決 デマンドウェアにより、圧倒的に少ない工数でECサイトを構築できるようになり、わずか4カ月の間に5つのオムニチャネルサイトをリリース。コンテンツ更新の内製化によるコスト削減や、モバイルからの利用率の上昇も実現しました。さらにグローバルECの実装もスタートしています。

株式会社 TSI EC ストラテジー

2011年に株式会社サンエー・インターナショナルと株式会社東京スタイルが統合して生まれたTSIホールディングスは、nano・universe(ナノ・ユニバース)、NATURALBEAUTY BASIC(ナチュラルビューティーベーシック)、ROSE BUD(ローズバッド)、PEARLY GATES(パーリーゲイツ)、Apuweiser-riche(アプワイザー・リッシェ)をはじめ、34のファッションブランドを展開(2016年2月現在)。株式会社TSI ECストラテジーは、TSIホールディングスグループ24ブランドの国内外事業会社のEC、デジタルマーケティング事業を担当。

総合アパレル企業であるTSIホールディングスグループでは、Webサイトのオムニチャネル化、グローバルEC化を目指し、ブランドごとのWebサイト構築にデマンドウェアを導入しました。導入により、わずか4カ月の間に5つのブランドのオムニチャネルサイトをスピーディに立ち上げることに成功しています。

オムニチャネル化を推進する 総合アパレル企業

TSIホールディングスグループ(以下TSI)は、34の有名ファッションブランドを抱える、総合アパレル企業です。国内に約1600店舗を展開し、グループの総売上は約1800億円に上ります。

TSIのEコマースとデジタルマーケティング事業を担う、株式会社TSI ECストラテジーの代表取締役社長 柏木 又浩氏は、「グループの総売上におけるECが占める割合は約10%、約180億円です。これは、ブランドごとのWebサイト、グループ直営のショッピングモールサイトの「MIX.Tokyo」、それに他社ショッピングモールサイトでの売上などを合計した数字です。EC分野での売上は年々増加しています」と話します。

CASE STUDY

TSI ホールディングスグループ

TSI では、ブランドごとに開設している EC サイトを「オムニチャネルサイト」と呼びます。「O2O (Online to Offline) サイトと呼ぶこともあります。私たちが目指しているのはあくまでオムニチャネル化です。単に商品をサイトで販売するだけでなく、店舗ともシームレスに連携することが重要です」と柏木氏は話します。

オムニチャネル化に必要な要素を、柏木氏は「在庫の一元化」と「顧客の一元化」とであると言います。在庫の一元化とは、Web サイトから店頭在庫の有無を確認できたり、Web サイトで予約した商品を店頭で試着してから購入するといった店頭受け取りができたりすることを指します。顧客の一元化は、Web サイトと店舗の顧客データベースを統合し、ポイントカードをどちらのチャネルでも共通して利用できるようにすることや商品購入履歴を取得できることなどが挙げられます。

「私が TSI EC ストラテジーの社長に就任した 2 年前には、ブランドごとの O2O サイトはほとんどありませんでした。この 2 年、ブランドごとの O2O サイトを次々と構築していくにあたっては、オムニチャネル化の推進をひとつの要件として進めてきました。EC 領域だけでなく、店頭での売上も伸ばしていくためには、お客様にとっての利便性の高いオムニチャネルに舵を切ることがベストメソッドだからです」と柏木氏は話します。

グローバル EC 化も視野に入れ デマンドウェアを採用

TSI のオムニチャネルサイトが目指していることはもうひとつあります。それは「グローバル EC = クロスボーダー EC」です。「当社がオムニチャネルとともに掲げている戦略が、私たちのブランドを世界で売るグローバルクロスボーダー EC です。越境 EC とも言いますが、1 つの EC サイトで海外にも対応できるようにしていくことが、今後の狙いです」と柏木氏は言います。

オムニチャネル化と EC 化。この 2 つを満たすプラットフォームとして選ばれたのがデマンドウェアです。TSI がデマンドウェアと出会う以前、ブランドごとのサイト構築は、日本国内の開発会社をパートナーに、個別にサーバーを構築するオンプレミス型で進められてきました。

「国内開発会社をお願いして作ってきたサイトをグローバル EC 化しようとするれば、今度はその国ごとに対応するローカライズを依頼することになります。そのコストと時間が、費用対効果としてまったく合わないという懸念があり、クロスボーダー EC の機能を始めから備えたプラットフォームを探していました」と柏木氏。

TSI とデマンドウェアの出会い、TSI のライセンスブランドである「DVF (ダイアンフォンファステンバーグ)」の米国本社がデマンドウェアをすでに導入していたことがきっかけです。柏木氏によると、DVF については、日本国内での店舗展開を TSI で行っていますが、EC に関してはグローバルに DVF の米国本社が行っていました。そこで、DVF の日本でのローカル EC 展開を TSI でやらせて欲しいというオファーをしていたという経緯があります。DVF がデマンドウェアを利用していること、そして、デマンドウェアの機能を利用してグローバル EC 化を実現していることも、すでに情報として持っていました。

DVF 米国本社と話をしているタイミングで、デマンドウェアの日本法人であるデマンドウェア株式会社が設立されました。「日本法人がないと、すべてが英語ベースになってしまいますし、手厚いサポートも期待できません。日本法人ができたことは、当社としてもベストのタイミングでした」と柏木氏は振り返ります。

わずか4カ月で5つの オムニチャネルサイトを構築

デマンドウェアが DVF との取り組みの中ですでに成果を上げていることに加え、サポートを期待できる日本法人の設立。これらがデマンドウェアを採用したポイントとなりましたが、それはあくまでもきっかけに過ぎません。

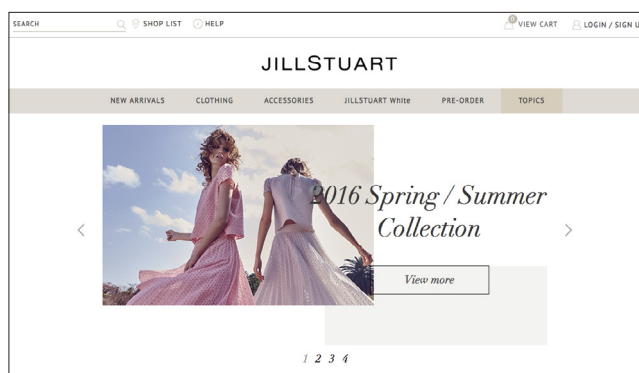
「プラットフォームとして重要なのは“スピードと汎用性”です。オムニチャネル化の機能を持つソリューションは、欧米の方が進んでいるというのが現実です。デマンドウェアであれば、新たな要素やテクノロジーにスピード感を持って対応できます。さらに、オムニチャネル化を推進していく上では、今後別のソリューションやサービスとも柔軟に連携していく必要があります。そうした汎用性のあるプラットフォームを選択しなければなりません。デマンドウェアは、その点でも優れていると感じました。将来を見据えた連携のしやすさという優位性も、当社がデマンドウェアを採用したポイントと言えます」と柏木氏は言います。常にトレンドや IT の変化へ俊敏に対応し、最新バージョンを提供し続けるデマンドウェアの姿勢が高く評価されたのです。

グローバル EC 化とオムニチャネル化を推進できるプラットフォームとして選ばれたデマンドウェア。TSI として、デマンドウェアを使って構築された最初のオムニチャネルサイトは、2015 年 11 月末にオープンしました。同社のブランドのひとつである「JILL STUART (ジルスチュアート)」です。

CASE STUDY

TSI ホールディングスグループ

さらに、同年12月にはDVFの日本語サイトが立ち上がり、2016年1月には「VIVIENNE TAM (ヴィヴィアン タム)」「ADORE (アードア)」の2サイト、2月には「HUMAN WOMAN (ヒューマンウーマン)」と、4カ月の間に5つのブランドのオムニチャネルサイトがリリースされたのです。



2015年11月にオープンした「JILL STUART」のオムニチャネルサイト。
(<https://www.jillstuart.jp/>)

サイト構築、運用スピードとコスト削減に大きな効果

「最初の JILL STUART のサイト構築からわずか 4 カ月間で 5 つのサイトを構築できたのは、デマンドウェアだからこそです。私たちのようなマルチブランドを持ったリテイラーに非常に適したプラットフォームです」 TSI はデマンドウェアの持つスピードを高く評価しています。従来のオンプレミス型では、ひとつのサイトを構築するためには、最短でも約 3.5 カ月が必要であったことから、デマンドウェアのスピードは圧倒的と言えます。加えて、クロスボーダー EC の構築にもデマンドウェアは大きな威力を発揮します。「グローバル EC 化には、通貨対応のための開発も必要ですが、デマンドウェアはマルチカレンシーや中国マーケットに対応しているので、開発工数の削減と展開スピードを早めることが可能です」と柏木氏は言います。

デマンドウェアのスピードが与える効果は、構築時だけにとどまりません。オムニチャネルサイト立ち上げの責任者である、株式会社 TSI EC ストラテジー デジタルマーケティング部 部長の岸 武洋氏は次のように述べます。「従来のサイトでは、コンテンツに変更や修正などがあるたびに、外部の WEB 制作会社をお願いしなければならず、数日のリードタイムが必要でした。デマンドウェアは、CMS が非常にしっかりとしており、そうした変更

や修正などもすべて内製化することができています。コンテンツ修正や公開までのリードタイムを大幅に短くできるとともに、手間やコストも削減できています」

クラウドサービスであるデマンドウェアを利用することで、ハードウェアの購入やメンテナンスに関わるコストを削減されました。オムニチャネルサイトでの売上を伸ばしていくミッションを遂行している、株式会社 TSI EC ストラテジー EC 事業支援部 部長の鈴木 雅也氏は、「クラウドサービスであるデマンドウェアは、費用の中に固定費があらかじめ含まれていますので、これまでに必要だった保守や運用、サーバーメンテナンス、機材調達などのコストを削減することができます。実際、新規サイト構築に関わるコストは 20%削減できています。しかも、オムニチャネルサイトですので、店舗連携などの効果も含めて考えれば、すでにそれ以上のコスト削減効果になっていると思います」と話します。

客単価の向上も実現する オムニチャネル化

すでに、ポイントカードの連携や顧客データベースの一元化が実装され、オムニチャネル化の効果も出始めています。柏木氏はオムニチャネル化の効果を次のように評価します。「サイトだけで買うお客様や、店舗だけで買うお客様、さらにサイトでも店舗でも買うお客様など、商品の購入パターンはいくつかあります。パターンごとに比較を行ったところ、オムニチャネルサイトでは、サイトでも店舗でも買うお客様の客単価が、店舗でのみ買うお客様の、約 2 倍から 4 倍という実証結果が出ています。高額なブランドで 3.5 倍から 4 倍、ロープライス、カジュアルなブランドでも 2 倍から 3 倍になっていますので、これはオムニチャネル化の大きな成果です」

2016 年 3 月からは、店頭在庫表示や店舗での受け取りといった在庫の一元化の実装もスタートし、こうしたオムニチャネル化による効果はさらに高まっていくと考えられます。

TSI のオムニチャネルサイトは、ブランドのオフィシャルサイトであり、商品を購入することのできる EC サイトでもあります。こうした複数の役割をひとつのサイトに集約する上では、ナビゲーションや導線の作り方などが非常に重要です。岸氏は、「デマンドウェアは、商品購入までのページ遷移数やナビゲーションなどが最適化されています。ユーザーインターフェイスもよく練られています。その上、マルチデバイス対応のレスポンシブデザインですので、従来のように個別にモバイルサイトを制作する必要はあ

CASE STUDY

TSI ホールディングスグループ

りません。モバイルサイトのクオリティは非常に高く、お客様にとって非常に使いやすくなっています。今後店舗と連動したサービスなども始まっていきますが、お客様にさらなるサービスやメリットを提供できると思います」と語ります。

先行してローンチしているオムニチャネルサイトでは、モバイルからのサイト利用率が60%程度でしたが、デマンドウェアを導入したオムニチャネルサイトでは80%を超える利用率となっており、モバイルサイトの使いやすさがお客様にも受け入れられている証とも言えます。

導入から運用にいたるまでの 手厚い支援

多くの成果を挙げ始めている、TSIのオムニチャネルサイト。その手応えを鈴木氏は次のように話します。「昨年から今年にかけてデマンドウェアで立ち上げてきた各ブランドサイトでは、オープン初日から好調な売上を記録しており、スムーズな立ち上がりと言えます。例えば、HUMAN WOMANでは、サイトオープンした初日に100万円を超える売上がありました。これらのブランドは従来、ブランド直営のECサイトがなく、オンラインでの

商品購入ができませんでした。今回のサイトローンチで普段は店舗でお買い上げいただいているお客様や、まったく新規のお客様が、違和感なくデマンドウェアのサイトで購買行動をされているということになります。今後は、デマンドウェアを使って、どのような顧客サービスを提供していくか、また、店舗と連携したオムニチャネル展開をどのようにしていくかなど、検討を続けていきます」

今回、デマンドウェア株式会社では、導入から運用にいたるまで、TSIホールディングスグループの支援を積極的に行っています。岸氏は、「特に、運用サポートの部分では大いに助けていただいています。定期的なトレーニングなども実施いただいております。デマンドウェアの多彩な機能を活用していく上で、心強いサポートになっています」とデマンドウェアの支援を評価しています。

TSIホールディングスグループでは、今後もブランドごとのオムニチャネルサイトを、デマンドウェアを活用して構築していく計画です。最後に柏木氏は今後の展望を「大事なのは今後の展開として、本来の目的のひとつであるグローバルEC化を進めていくことです。この春から順次、クロスボーダーECの実装をスタートしていきます。加えて、さまざまなアプリケーションと連携するなど、オムニチャネル化もさらに強化していきます」と話してくれました。



株式会社 TSI EC ストラテジー (TSI ホールディングス)

所在地：〒158-8575 東京都世田谷区玉川 2-21-1 二子玉川ライズ・オフィス

設立：2014年3月3日

店舗数：約1,600店舗

<http://tsi-ec.com/>

デジタルマーケティング部
部長 岸 武洋氏

代表取締役社長
柏木 又浩氏

EC事業支援部
部長 鈴木 雅也氏



demandware.com

© 2016 Demandware, Inc. | www.demandware.com

本文書は過去の情報を含み正確でない可能性があるため、最新情報であるとは限りません。
配布制限はありません。


move faster, grow faster

デマンドウェア株式会社
〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南 1-5-5 JR 恵比寿ビル 11F
TEL: 03-6759-8281
info@demandware.co.jp