

## ec CASE STUDY



## 株式会社メアシス

「ecOrigins（イーシーオリジン）」を採用してから、  
月間の新規顧客獲得数が **2.5** 倍。  
カートイン後の購入率は **9** 割になりました。

株式会社メアシス様は国内正規品のみを取り扱うコンタクトレンズ関連製品の通販事業を展開されています。コンタクトレンズ業界において、他社に先駆けて 2010 年からインターネットでの販売を行なっております。なぜ早くに EC に着目され、また今回 ecOrigins をご採用頂いたのか、ご担当者にお話を伺いました。

### メアシス Web サイトの有効性 —コンタクトレンズ販売が EC に向いている理由

— 従来、医療機関や店舗型の販売が主流であったコンタクトレンズの販売ですが、昨今は EC が主流になってきています。メアシス様が早い時期に EC を始められた理由を教えてください。

コンタクトレンズは、複数の会社から多数の商品が販売されており、色のついていない「クリアレンズ」と呼ばれるものから、いわゆるお洒落を意識した「カラーコンタクト」など医療とファッションの両方から現代には欠かせないアイテムになっています。コンタクトレンズは、左目、右目、それぞれで度数や眼球のカーブ、乱視などで型番が細分化されています。保有できる在庫には限りがありますから、店舗では取扱商品の種類や在庫が限られ、どうしても品切れが多くなってしまいます。その点、EC の場合は、メーカーへすぐ発注してお客様へ発送することで、極力在庫を持たず、多くの商品を取り扱うことができ、品切れの発生を防ぐことが出来るのです。

そのため、コンタクトレンズの販売には EC が大変向いていると考えています。

### 「ecOrigins」を選定するまで

— 今回、従来のシステムからリニューアルすることになった理由、「ecOrigins」を御採用いただいた経緯をお聞かせください。

実は、今回のリニューアルは EC サイトだけでなく、基幹システムと EC サイトの両方を同時にリニューアルし、同じタイミングで運用を開始しました。EC サイトを 2010 年に始めましたので、サイトデザインやプロモーション、購買フローなどまとめて見直しが必要な時期に来ていました。

EC サイト側への要件としては、「デザイン」「柔軟性」「運用、メンテナンス」「NP 後払い対応」「コスト」など多くの要求がありましたが、「ecOrigins」は総合的に優れていると評価しました。また、システムのリニューアルにあたっては、弊社と基幹システムリニューアルを行う会社、そして EC サイトリニュー



プロジェクト責任者 通販システム企画課 小林様

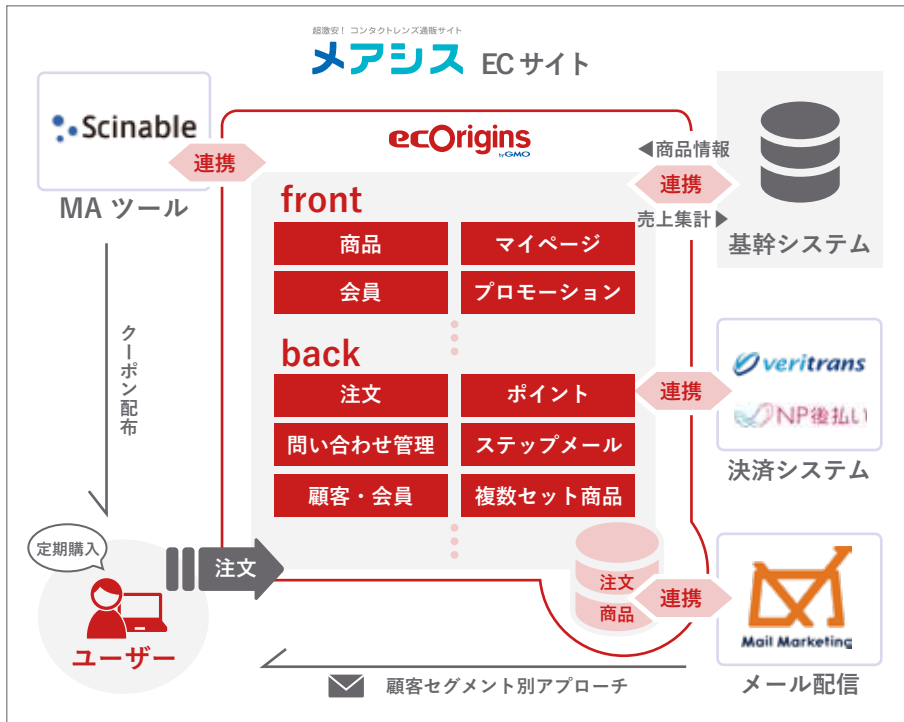
アルを行う会社の 3 社で綿密に連携しながら実装していく必要があったのですが、多くの企業の IT システムを構築している SI 会社でもある、という側面から今回の基幹システムとの連携という点でも安心できました。

2017 年 8 月にキックオフし、2018 年 3 月 22 日にリリースとなりました。

### 「ecOrigins」導入効果について

— 「ecOrigins」の導入効果を教えてください。

まず、月間の新規顧客獲得数が 2.5 倍になったことは、大きな効果です。また、カートコンバージョンは 9 割にまで上がりました。これはカートに入った商品の 9 割が決済に至ったということです。いわゆる「カート落ち」の平均が 70% と言われていますので、大変高い確度で購買に至っています。これはお客様がお求め易い商品マスターの持ち方が出来る「ecOrigins」の柔軟性のお陰と言えますね。リピーター様の場合は、「再購入」ボタンをわかりやすく配置しており、購入履歴から最短ルートで決済まで至る工夫をしています。運用面でも業務が大幅に効率化できました。リニューアル



ecOrigins サービスご提供図

**Measis**  
超激安!  
コンタクトレンズ通販サイト  
**メア시스**

会社名: 株式会社メア시스

所在地: 静岡県静岡市駿河区南町 14 番 1 号

水の森ビル7階

設立: 2010 年 10 月

資本金: 1,000 万円

事業内容: コンタクトレンズ・コンタクトレンズ関連商品  
の通信販売

前は受注一件ごとに基幹システムに連携してメーカーへ即時発注処理を行っていたため、キャンセルや注文ミスの際には、EC システム側では対応ができず、マニュアル処理で対応していたのですが、基幹システムとのデータ連携処理を改善できたことから、マニュアル処理が減少し、効率化できました。決済代行会社との連携もすでに提携済みのサービスが複数あって、そこの結合テストなどが省力化され助かりました。特に「NP 後払い」とすぐに連携できたのが高評価でした。

## 「お名前.com メールマーケティング」「シナブル EC Intelligence」も併せて運用

—GMO インターネットグループの「お名前.com メールマーケティング\*1」と「シナブル EC Intelligence\*2」も併用して運用されていますが、具体的な運用イメージを教えてください。

現在 (2019 年 2 月時点)、メア시스にご登録頂いている会員様は 21 万人、このうちメルマガ会員様は 6 万人です。

商品の購買に関わる「注文受付」「出荷のご連絡」などは「ecOrigins」から、メール配信しています。メルマガ会員向けのメール配信は、「お名前.com メールマーケティング」を利用しています。セグメント分けをしてセグメントに応じた内容でお得なクーポンをつけることで、クーポン使用率が 4% 向上しました。メール配信は週に 3~4 回の頻度ですが、セグメント分けをしていることから、配信停止依頼の発生は少なく出ています。Web 接客と MA の観点で、「シナ

ブル EC Intelligence」の利用を開始しました。広告経路ごとなど、特定の条件に応じて、Web サイト上でのクーポン表示を制御しています。人気商品などの、ある特定商品の紹介ページ上で、「今、〇人が閲覧中です」といった表示を出しています。先日から利用を開始し始めたばかりのため、効果の検証はこれからですが、効果が出るものと期待しています。

## メンテナンスや、運用管理での効果

—社内で「ecOrigins」を運用された使い勝手などいかがでしょうか。

運用業務を効率化できたことから、運用チームメンバーを 2 名削減することができました。「ecOrigins」は簡単な HTML を覚えてしまえば、編集が可能なので、自分も画面の編集をしていますよ。

## 今後の展望について

—今後、展開する御社のサービス、や「ecOrigins」への期待についてお聞かせください。

Web サイトのトレンドやセキュリティ要件、決済方法などは常に変化していますし、コンタクトレンズという消費材のお客様の嗜好も同様です。今後も「コンタクトレンズを買うならメア시스で」というブランディングを GMO システムコンサルティングとパートナー各社と一緒に作って行きたいと思っています。

販売元 \*1 GMO インターネット株式会社 \*2 株式会社シナブル