

# お客様視点による利便性と品揃えの追求



持続的かつ加速度的なECの成長を実現すべく、  
お客様視点をとことん追求し  
「使いやすい、分かりやすいサイト」の構築にこだわる

執行役員  
EC・ロジスティクス本部副本部長  
兼EC事業部長  
備田 雅樹

## 人財

ECサイトの成長というシステムのレベルアップを想像するかもしれませんが、ECサイトを運営しているのも人です。お客様に喜んでいただくために、どんどんチャレンジしていく。そのために人の成長は欠かせません。若手だろうが、先輩だろうが、常に“若けりゃいいってもんだ”という考え方のもと、積極的に行動できる環境を整えていきたいと考えています。実際にEC経験が1年目のメンバーもベテランに臆すること無く活躍してくれています。



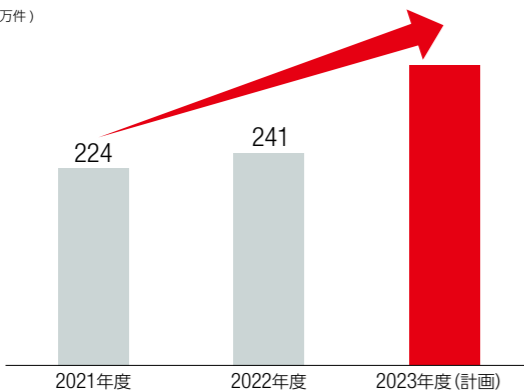
チーム内のミーティングでは若手社員も積極的にECサイトの改善策を提案

## 品揃え

お客様の“ほしい商品の取り扱いがあること”が我々を選んでいた大前提と考えています。まだまだ十分ではありません。年に1個しか売れない商品でも必要とするお客様がい

## 商品掲載数

(単位：万件)



らっしゃる限り、こだわりをもって追求していきたいと考えています。もちろん今まで取り扱ってこなかったような非家電分野も取り扱いを検討し、チャレンジしていきます。まず2023年中には100万SKUの追加を目指します。

## 最適な納期

いかに品揃えを追求しても、在庫が無かったら、逆にお客様の期待を裏切ってしまう。お客様に安心してご利用いただけるよう、最適な納期を追求していきます。直近はセンターにある在庫の出荷引当率90%以上を目標に取り組んでいます。今後、品揃え拡大に伴う物流戦略を明確にし、ほしい商品をほしいタイミングでお届けできるよう努めていきます。

### 選べる配送日時



設置作業を伴う配送も時間指定可能

### 選べる受取場所

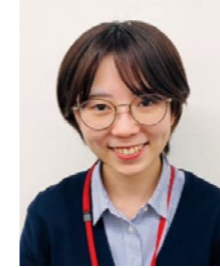


全国のコンビニ ヤマト運輸の営業所

ECサイトにおいても、店頭で案内を受けているような安心感や、ワクワク感を感じていただけるサイトの構築に向け様々な挑戦をしていますが、特に以上の3点にこだわってECサイトを運営していきます。

## お客様視点をとことん追求したサイトへのこだわり

### 誰にでも使いやすいサイト



EC事業部  
デザインチーム 制作担当  
富岡 文香

サイトデザインという、おしゃれ・かわいいなど見た目の良さを思い浮かべる方が多いかもしれませんが、もちろん見栄えも大事ですが、それ以上に使いやすさが大切だと感じています。私がEC事業部を希望したきっかけは、ECサイトでの買物に不満を漏らす母の言葉でした。どんな人でもストレスフリーで使えるサイトをつくりたい。そんな想いから、デザイン作成やコーディングなどの専門知識の習得に励み、少しでも疑問点・改善点があれば積極的に意見を述べています。若手でも臆せず声をあげられる環境は、ビックカメラの強みだと感じています。サイトの仕事は無機質なイメージかもしれませんが、粘り強くお客様と向き合うことをモットーに、どこにも負けないECサイトを目指しています！



EC事業部  
MDチーム 分析担当  
金 龍之介

### データ分析のプロとしてお客様視点に立ち続ける

私は入社2年目ですが、ECサイトのデータ分析担当として、Webサイト解析データなどの各種データを活用し、課題解決・意思決定のための提案を行う業務を任されています。会社全体の数値を把握しつつ業務を行うため、やりがいがある一方、目の前の数値だけに拘泥し、その向こうにお客様がいるという意識が薄れてしまうことがあり、常に上長から「お客様視点に立っているか」とアドバイスももらっています。その結果、お客様から学ぶことの大切さを日々実感しています。私のこだわりは、押し売りのような独りよがりな営業ではなく、お客様にとって本当に必要なことは何かということを考えマーケティングを行うことです。年齢や社歴は関係なく、お客様のニーズに応えるために、この会社で誰よりもデータを活用できる人財になりたいと考えています。

### お客様のためのECサイト改善事例



お客様が必要としている情報に絞り、視認性を高めたデザインにすることで、迷わずほしい商品に辿り着けるように改善



EC事業部  
集客チーム 記事担当  
久富 絵理

### 「お客様視点」で分かりやすい記事コンテンツを作成

私が作成している記事コンテンツは、検索サイトで「おすすめ」商品を探している方に向けて展開しています。検索した際に1番上に表示され、お客様に訪れてもらうことを目標に取り組んでいます。お客様にとって知りたい情報がある・分かりやすい内容であることが非常に重要です。そのため、まずは「お客様視点」にこだわり、記事を作成しています。最近では店舗の販売員と連携し、選び方の解説や販売員「イチオシ」商品の展開を始めました。まだまだ改善すべき点はありますが、自分の記事が信頼され、商品を通してお客様の生活のお役に立つきっかけとなるよう、多くの記事をつくり、多くのお客様にサイトはもちろん店舗にもご来店いただけるよう取り組んでいます。



記事コンテンツに販売員のおすすめ動画を展開し、お客様が知りたい情報をより分かりやすく解説