

菊正宗酒造 登壇!

購買心理にあわせたサイト改善で 自社EC売上120%アップを 実現した方法

zoom
7/25

老舗酒造メーカーが実践した
課題発見から売上アップの具体的施策を解説



菊正宗酒造株式会社
事業開発部 通販事業課 課長
山内 健太郎 氏



船田 美希 | 代表取締役社長／WEBコンサルタント

大学卒業後、放送事業会社にてWEB担当者として音楽系オウンドメディア企画立案などに従事。2012年へノブファクトリー入社。WEBマーケティング全般を専門領域としながら、ECサイト・サービスサイトの改善・効果UPを幅広く支援。その後、通販化粧品メーカーにて戦略・マーケティング責任者を経てへノブファクトリーに再度Join。様々な業種・商材のWEBマーケティング戦略の実施と、効果検証を実行する。ウェブ解析士。



村瀬明希 | 取締役／WEBコンサルタント

大手プロダクトデザイン企業にてパッケージデザインや広告デザインを手掛けたのち、ウェブデザインの世界へ。持ち前のデザイン設計スキルにより数多くの企業のサイト改善に貢献。シュワルツコフ、ヌーブラジャパンなどジャンルを問わずサイトリニューアル等でクリエイティブデザインを管理・運営。成果を上げるデザイン設計に力を入れている。セミナー講師としても活動中。クリエイティブデザインプロデューサー。

ヘノブファクトリーのご紹介



- ・2004年創業・業界18年
- ・自らも自社ECを5サイト運営
- ・サイト運営・育成の専門企業

株式会社へノブファクトリー

企業様の叶えたいこと

ECサイト

売上を上げる
顧客を増やす

BtoCサイト

申し込みを増やす
見込み顧客を増やす

BtoBサイト

申し込みを増やす
見込み顧客を増やす

採用サイト

応募を増やす
マッチ度を上げる

「目的を叶える」ことを軸にお手伝いをいたします

コンサル事業

戦略設計から実行まで
まるっとお任せください

人材育成事業

成果をあげるWEBチーム
をインハウス化します

「目的を叶える」ために、どんな手段を取るべきか？からご提案し、実行まで行います

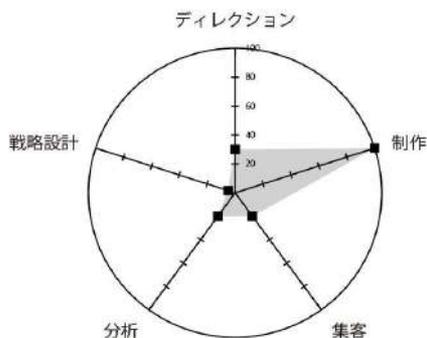
ヘノブファクトリーとは

「WEB専門企業」と言っても、得意分野は様々です。

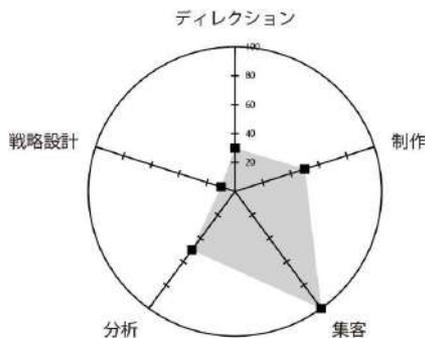
ヘノブファクトリーは **WEBで成果を出す「成果の専門家」**です

WEBを使って成果をあげようとする、**1つの小さな会社を運営するようなもの**ですので、全ての専門性をバランスよく兼ね備えている必要があります。

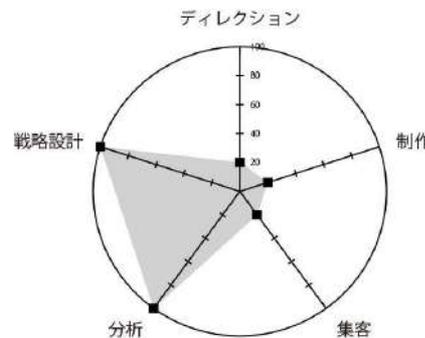
一般的なWEB制作会社



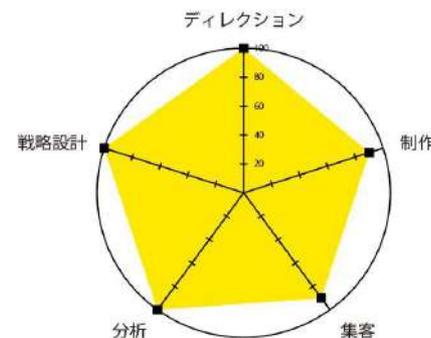
一般的なWEB集客会社



一般的なWEBコンサル会社



ヘノブファクトリー



ディレクション: 関係者を取りまとめ、実行していく力

制作: デザイン、システム、コピーライティングなど、WEBならではの専門知識を持ち、設計・構築する力

集客: SEO、WEB広告、プロモーションなど、WEBならではの専門知識を持ち、設計・実施する力

分析: マーケット分析、ターゲット分析、アクセス解析など、WEBならではの専門知識を持ち分析する力

戦略設計: 企業理解、顧客理解し、各専門分野の知見を合わせて、WEB戦略を設計する力

このようなことに対応しています

やりたいことが明確な企業様も、漠然としている企業様もまずはご相談ください



ECサイトの売上を伸ばしたい



広告の費用対効果を改善したい



WEBサイトからの問い合わせを増やしたい



WEBを活用して採用応募を増やしたい



社内にWEB担当者・チームを作りたい



実店舗のマーケティングにWEBを活用したい



WEBサイトのアクセス解析をしてほしい



WEBコンサルティング



改善型WEBサイト運用代行



WEBサイト診断



SEO診断/SEO対策



MEO対策
(マップエンジン最適化)



リスティング広告
SNS広告運用



LINE構築/LINE運用



WEBサイト制作
リニューアル



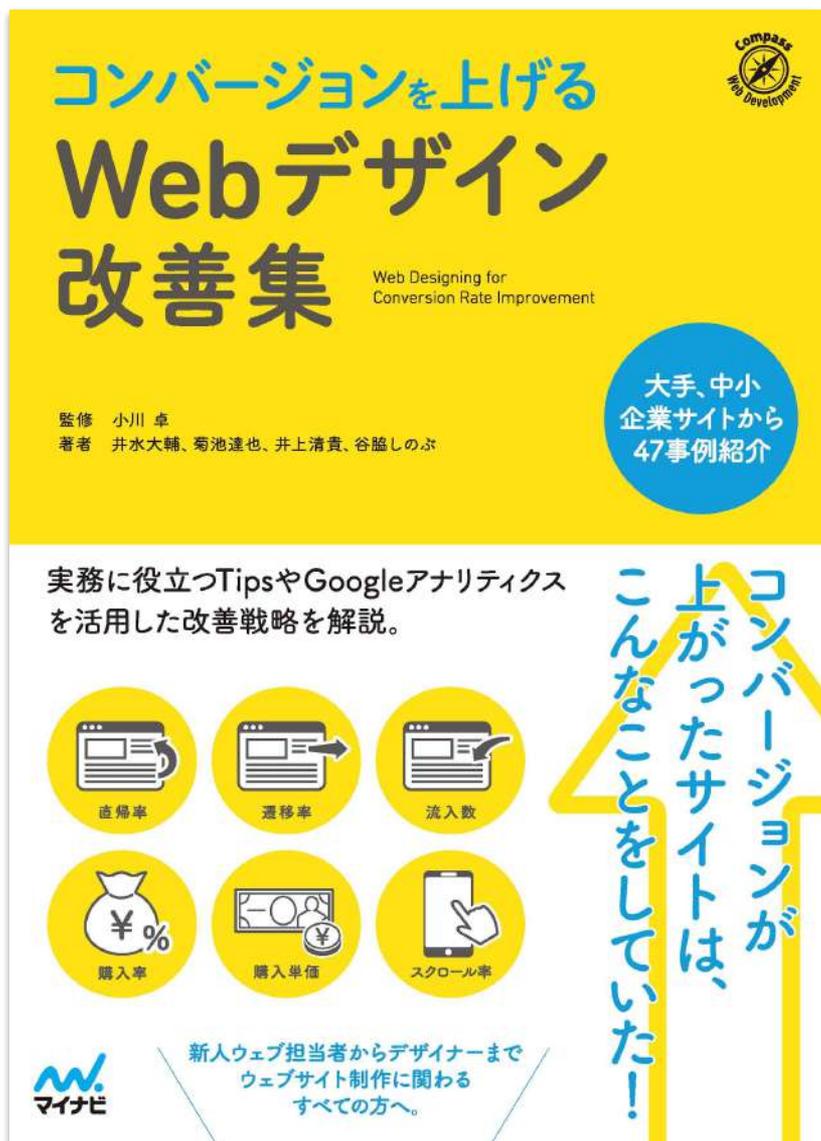
採用サイト制作



LP制作



WEBデザイン・
UIデザイン



「コンバージョンを上げる Webデザイン改善集」

マイナビ出版

井水大輔（著）、菊池達也（著）、井上清貴（著）、
谷脇しのぶ（著）、小川卓（監修）

<https://amzn.to/3eSUhHe>

ヘノブファクトリーで 本を出版しました！

プロが現場で行う改善のプロセスを解説し、
次の一手を打ち続けていくために必要な考
え方についてまとめています。

これまでの実績に基づいた実際のデザイン
事例 Before&After、汎用的に使える改善
Tipsやコンバージョンに貢献しやすい施策を
解説しています。

運営支援サイトの一例

新規制作・運営・コンサル実績数
1000 サイト以上



**あなたのサイトはどっち？
売上が**

[伸び続けるサイト]と[伸び悩むサイト]

色々な企業様を見る中で ある傾向が見えました

同じように一通りの
WEBマーケティングや
サイト改善に
取り組んでいるが

売上が
伸び悩む企業



売上を
伸ばし続ける企業



順調に売上が伸びる企
業とそうでない企業が
ある

「市場の大きさ」と「売りやすさ」が 比例しているわけでもなさそう…

同じ「お菓子」というジャンルでも
企業によって差がある



売上が
伸び悩む企業



売上を
伸ばし続ける企業



どちらかという、
こちらの企業の方が
よりニッチで難易度が
高く見えるが…

15年以上様々なサイトを見てきて気づいたこと

取り組んでいる施策にあまり大きな差はない ...
同じようなことをやってるのになぜ差が??

売上が伸び悩む企業



常連さんの購入+ギフト需要

- ▼やっってること
- ・広告
- ・サイト内改善
- ・LINE運用
- ・分析、PDCA

売上を伸ばし続ける企業



常連さんの購入+ギフト需要

- ▼やっってること
- ・広告
- ・サイト内改善
- ・LINE運用
- ・分析、PDCA

**ズバリ、
売上を伸ばすポイントとは？**

元々は、
普通のウェブ制作会社



WEB制作の仕事だけじゃ売上きつい ...
他に売上の柱を作れないかな ...



2008年
自社ECを立ち上げ
運営スタート



ECサイトなら自分達で作れるし、
ECで売上を作れないかな！

当たり前ですが、
そう簡単には
売れない....



全然売れないじゃん ...
ECで売上作るのってこんなに難しいの
でも、売れないと困るんだよ！
社運がかかってるんだ！

苦節4年...



なんとしても売上あげるぞー！！
広告、SEO、CVR改善、商品開発
などなど、とにかく売るために
なんでもやるぞー！！

自社ECが売上の柱の1つにまで成長！

売上を作れたポイント

実は、やったことは **誰でも思いつくようなこと**
(競合サイトを研究して真似したこともたくさんある)



でも、**ただやるだけでは売れなかった。**

売上を作れたポイント

- ① 消費者の購買心理に沿って、最後まで繋げて考えられてるか？
- ② 実施する施策が全部連動できてるか？



この「精度」がとても大事

そのためには、

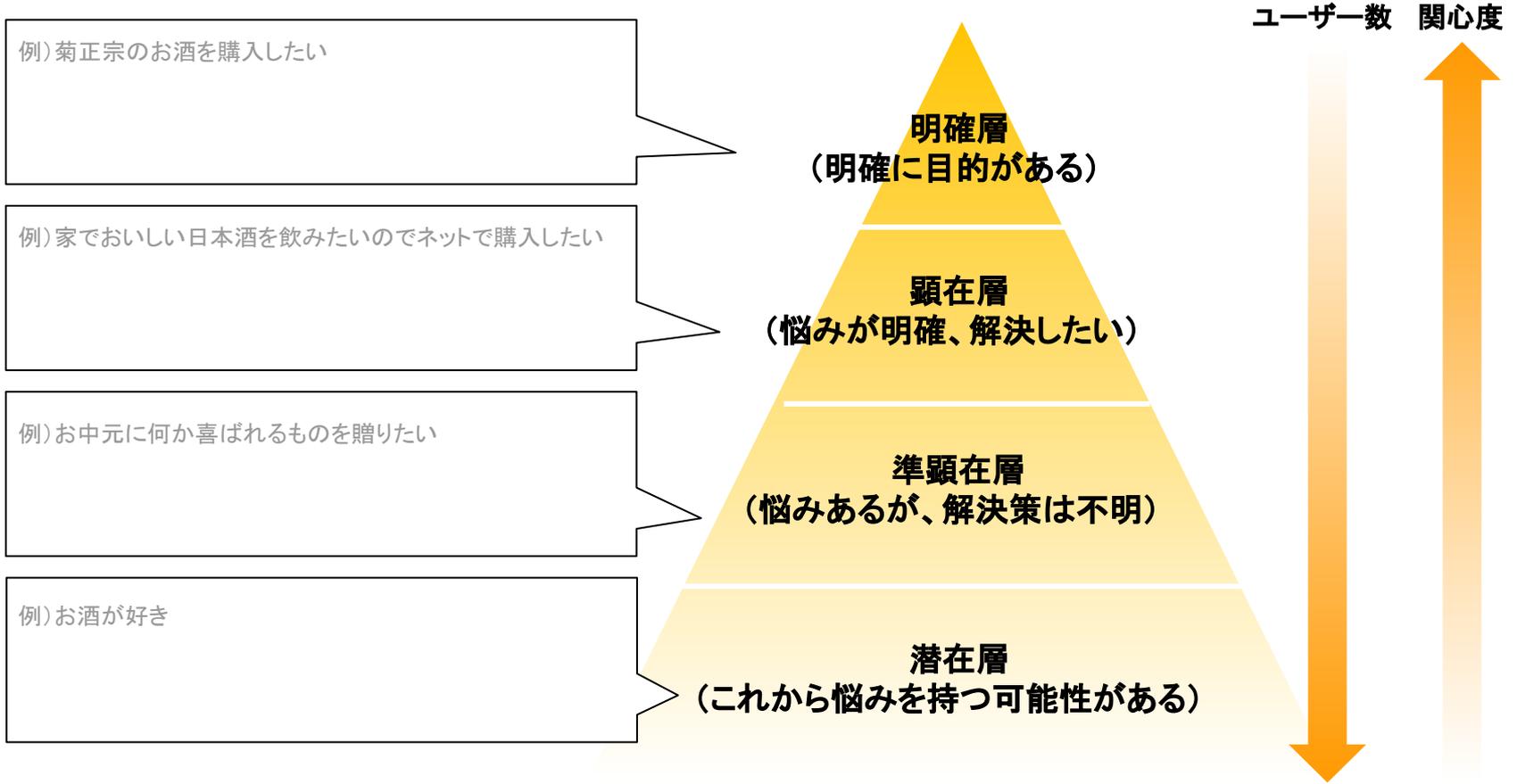
- ③ 購買心理をベースにした数字の分析も必要

①消費者の購買心理を理解する

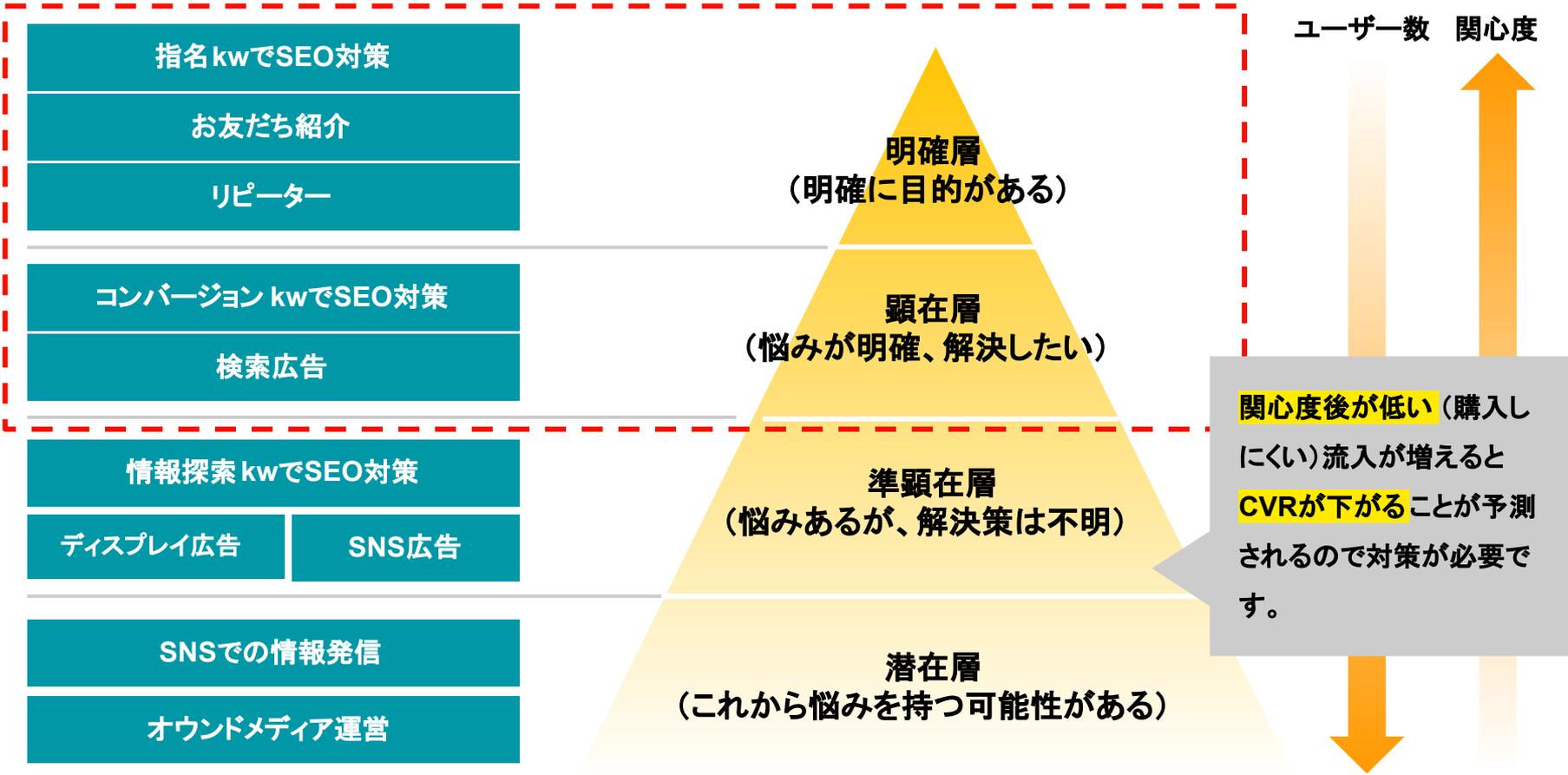
あなたのお店のお客さんはどんな人たちですか？

あなたのお店の商品を購入するのはどんな人でしょう？

あなたのお店の商品を購入する人はどんな人か書き出してみましょう！
(年齢、性別、どんな行動・情報収集をする？など)



流入経路のデータを確認すれば、大体どの層がどれくらいサイトに訪問しているかが把握できます！



何を見て、どんな気持ちになるか想像してみる

広告では

とりあえず、
上から順に見てみるか

でも、
一番上は広告だからな
鵜呑みにしはしないでお
こう

LPでは

この商品いいな！

でも、
どうせ広告だし
大袈裟に言ってるだろう
から、ネットで評判しらべ
よ～

サイトでは

これ欲しいな～！

でも、
他でもっと安く売っている
かも
メルカリで調べよ～

SNSでは

へー、こんな商品あるんだ！知らなかった！
なんだ#PRか！どうりでベタ褒めだと思った

普段のご自身の購買行動を思い出すとイメージできます

② 施策を連動させる方法

[効果]と[成果]について

効果の先に成果があります いきなり成果を出せる方法はありません



働きかけ(施策)によって現れる、
望ましい状況。(KPI)

- 認知が広がった
- 集客が増えた
- 直帰率が下がった
- CVRが上がった etc.

成し遂げた**結果**。
効果の積み重ねで得る(KGI)

- 売上アップ
- 目標達成
- 利益率改善 etc.

ただ取り組めば、成果が出るわけではない。

それぞれに施策を実行

やると良さそうなことに
一通り取り組む

- 広告をかける
- キャンペーンを実施する
- メルマガを送る
- SEO対策をする
- サイトを使いやすくする
- お客様の声を増やす



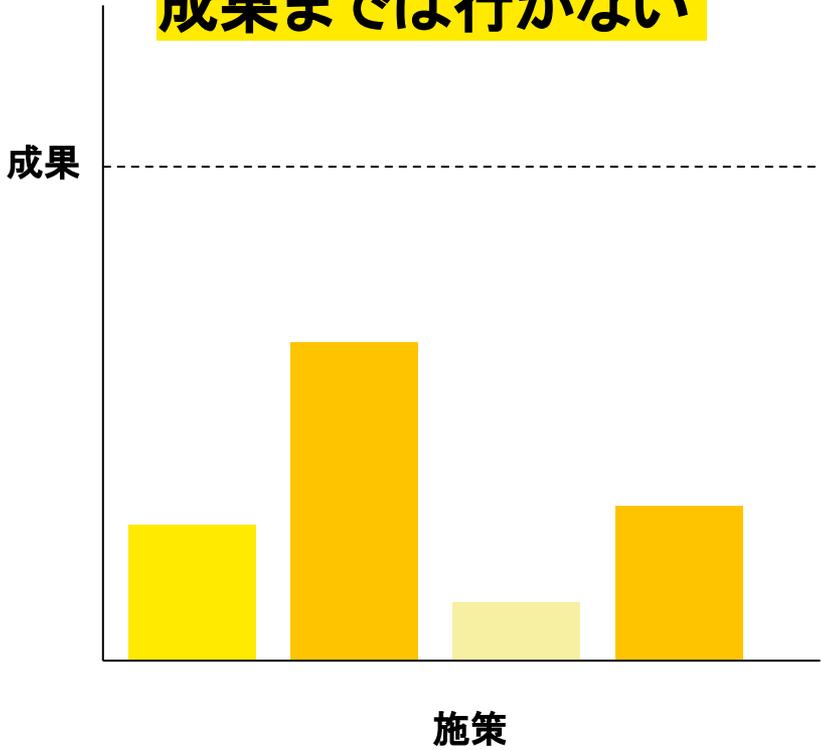
成果がでない

色々やったけど
一部効果が出ただけ...

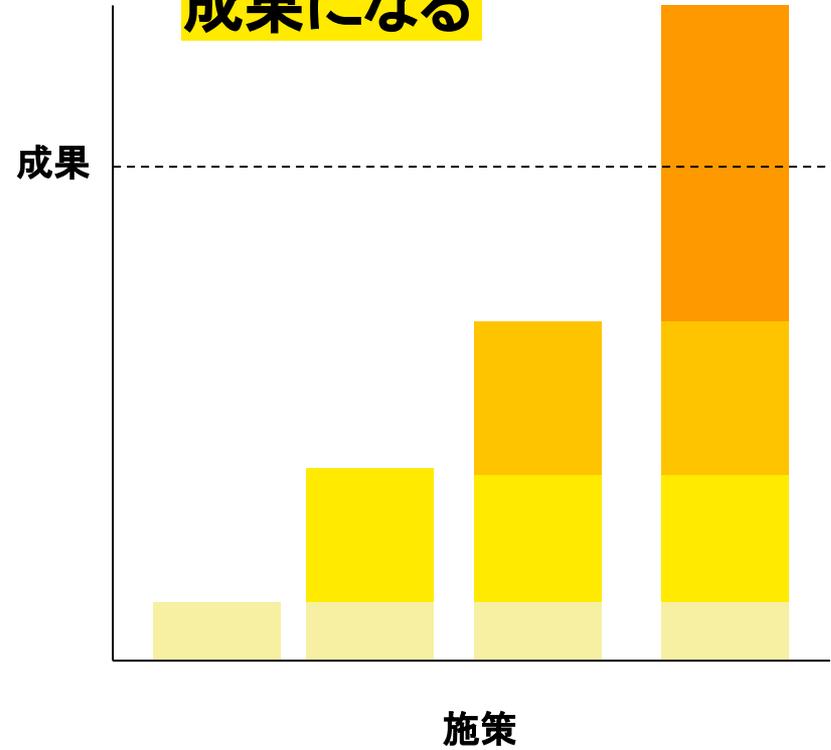


効果が連動すると成果になる

施策が連動しないと
成果までは行かない



施策が連動すると
成果になる



例えば、広告に取り組もうと思うと...

それぞれに施策を実行

やると良さそうなことに
一通り取り組む

- 広告をかける
- キャンペーンを実施する
- メルマガを送る
- SEO対策をする
- サイトを使いやすくする
- お客様の声を増やす

広告で新規客が入ってくる前に、
新規客にとって使いやすくしておこう

広告をかけると、「〇〇 口コミ」
で調べる人が増えそう。
その時にサイトが上位表示されてないと
もったいないな

連動を意識することで 実施の**順序・クオリティ**が変わる

連動を意識して 施策を実施

1. サイトを使いやすくする
2. SEO対策をする
3. お客様の声を増やす
4. 広告をかける
5. キャンペーンを実施する
6. メルマガを送る

広告で新規客が入ってくる前に、
新規客にとって使いやすくしておこう

広告をかけると、「〇〇 口コミ」
で調べる人が増えそうだから、
SEO対策をしておこう

キャンペーン期間が1週間だから、最終日
にメルマガを送って、追い込みをかけられ
るようにしよう

効果が連動すると成果になる

連動を意識して 施策を実施

連動を意識することで
実施の順序・クオリティが変わる

1. サイトを使いやすくする
2. SEO対策をする
3. お客様の声を増やす
4. 広告をかける
5. キャンペーンを実施する
6. メルマガを送る

効果が連動して成果に

色々やったことが
繋がって大きな効果に



③ 消費者の心理を読み解く データ分析

購買心理の7段階を活用した数字の分析

数字スタートの改善になっていませんか？

セッション
350,465

直帰率
55.8%

CVR
2.3%

滞在時間
00:02:05



改善できそうな
数字はどこかな？

やりがちなパターン



カート以降の離脱率が高いので
ここを下げれば CVに繋がりそう！



購入フロー内のこのボタンの位置を上
にしてみよう

注意書きの表記の色を変えてみよう

やりがちなパターン



改善を実施してみたものの、
ほとんど数字が変わらないな ...

もしくは

KPIレベルでは少し変わったけど
売上はほぼ変化なしだな ...

あなたのサイトを見ているのは **生身の人間** です。



サイトを
見る

心理状態
が変化

行動が
変化

行動が
数字として
現れる

相手にしているのは、「数字」ではなく「生身の人間」
数字から逆算して **サイト訪問者の心理状態** を探ります

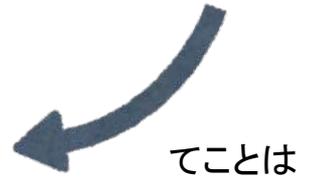
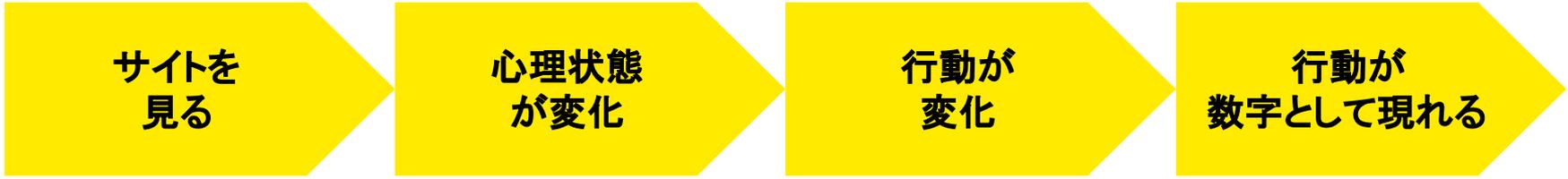
サイトに当てはめてイメージしてみる

左から順に、どこまで進んでいるかをチェック！



心理段階	認知する段階		感情を動かす段階			行動を起こす段階	
ユーザーの状態	知らない	興味ない	他人事	いいが決められない	これが一番ではない	今すぐではない	方法がわからない
行動させるには	露出・理解を深める		意欲喚起・動機の提供			実行機会の提供	
働きかける場所	サイトに入る前		サイト内の各所導線			CV付近	

購買心理を読み解けば、どう積み上げればいいのかが見える



具体的なやり方の違い

売上が伸び悩む企業



1. サイト全体の数字をチェックし悪い数字に着目
2. カート内の離脱率が改善できそうなので対策しよう
3. 一般的にはこんなUIが離脱を下げやすいと言われているので、この形にしましょう

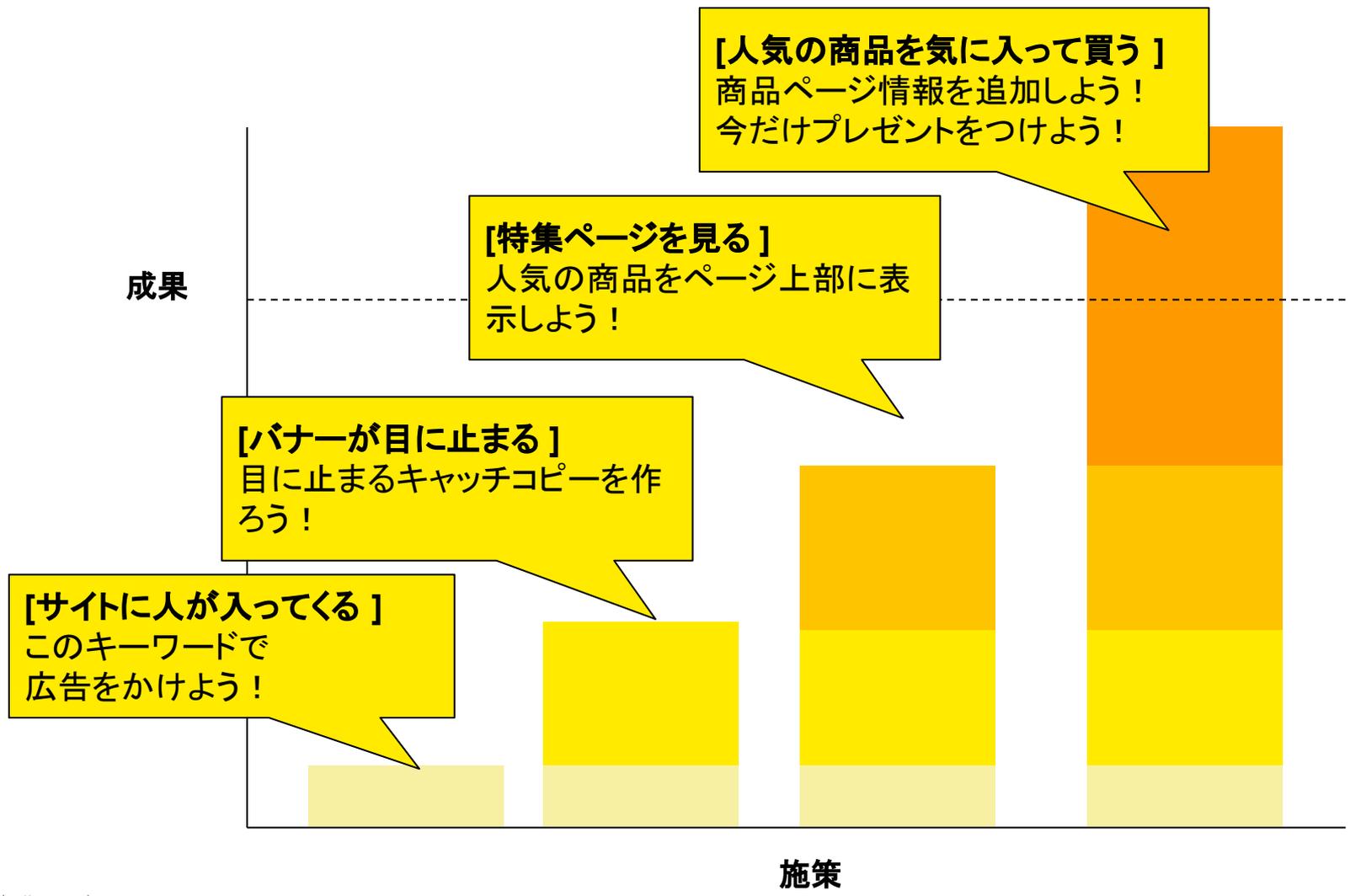
4の段階で初めて
数字を具体的に見に行く

売上を伸ばし続ける企業



1. 戦略に沿った数字が出せているかに着目
2. 理想と現実の乖離に着目
3. なぜその乖離が起きてるのか、購買心理から分析
4. 実際の数字がどうなっているかをチェック
5. 心理分析と数字の分析を掛け合わせて、施策立案

効果が連動すると成果になる



ということで！
後半では正しいやり方の事例として
菊正宗さんの売上UPを叶えた
施策の数々をご紹介します！



菊正宗酒造株式会社

創業万治2年(1659年)、四代将軍家綱の時代。江戸の発展に合わせて「下り酒」(灘から江戸送りの酒)として人気を博し、江戸後期の文化・文政期に大いに発展。「伝統と革新」をビジョンに掲げ、今も江戸時代から続く灘の伝統的な酒造技術である「生酛造り」を継承している。その一方で新しい商品開発で生まれた「しぼりたてギンパック」は特許酵母と技術で多くのコンテストで賞を獲得しヒット商品に。新ブランド「百黙」も人気ブランドへ成長。

菊正宗酒造記念館に併設する樽酒マイスターファクトリーでは樽職人が製樽技術を公開している。

山内 健太郎 | 菊正宗酒造株式会社 事業開発部 通販事業課 課長

1995年菊正宗酒造に入社し、2015年まで酒造りに従事。

2016年製品部へ異動。商品の多さに驚く。

2017年～2022年SCM部調達管理Gで曇詰め資材の調達に関わる。

コスト削減を進める一方で、関連部署との連携を深めることができた。

2023年4月に事業開発部 通販事業課課長として着任。

知識が乏しい中、新規顧客獲得に向けて日々奮闘。現在に至る。



菊正宗酒造株式会社のご紹介



お取り組みの実績



菊正宗ネットショップ

<https://www.kikumasamune.shop/>



2022年4月よりご支援開始

- 👏 2022年12月に過去最高売上を記録！
- 👏 LINE経由のセッション、売上を毎月安定的に獲得！
- 👏 前年比120%を連続達成！

1. サイトを訪れたユーザーの心理状態に合わせた導線の最適化

「購入する気満々」のユーザーなのか、「買うかどうかはわからないが、なんとなくよいと思っている」ユーザーなのかなど、顧客の心理状態によって見たい商品やコンテンツは異なります。既存の情報を整理し、ターゲットごとの導線最適化を図ります。

2. 日本酒の楽しみ方を提案、菊正宗ファンを増やして購入単価、リピート売上UP

自分の好みや、味の違いがなかなか理解できない日本酒。歴史ある老舗メーカーだからこそ提供できる商品ラインナップや日本酒の楽しみ方を提案し、菊正宗ファンを育成することによりリピーターによる売上の底上げや、購入単価の向上を目指します。

3. 「今は買わない」ユーザーとの接点を増やし、サイト内外で購買心理を醸成することで漏れなく刈り取る

見込み顧客との接点を増やし、購買心理の段階にマッチしたコンテンツに誘導。広告媒体ごとのCPAではなく、間接効果も含めた集客全体でのCPAを指標とすることで、広告運用を最適化し、新規顧客獲得の最大化を目指します。

共通ヘッダーの改善(PC)



・ショルダータイトルや送料情報を追加
 ・パッケージの画像で選べるように改善

共通ヘッダーの改善(スマホ)



帯バナーでキャンペーン・特集に誘導

何を売っているお店かわかるようにカテゴリ導線を追加

欲しいと思ったときにすぐ使えるように固定表示

特集ページのフォーマット化



買うきっかけ作りと、顧客接点を増やすためのLINE設計

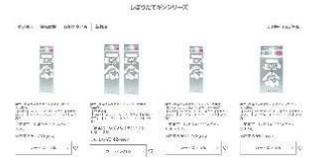


👉 友だち追加してチェック！

LINE経由のセッション、売上を安定的に獲得できていたので友だち追加広告でさらに強化！



カテゴリページのフォーマット化、キャンペーン企画



菊正宗さまからみなさんへ

5000円以上で使える 500円OFFクーポンをプレゼント 

 **クーポンコード: fskikumasa202307**

- ・5000円以上で使える500円OFFクーポン
- ・クーポン期限: 2023年8月24日 23:59まで
- ・LINE連携クーポンとの併用可能！先に会員登録・LINE連携いただくと最大1000円OFF！！

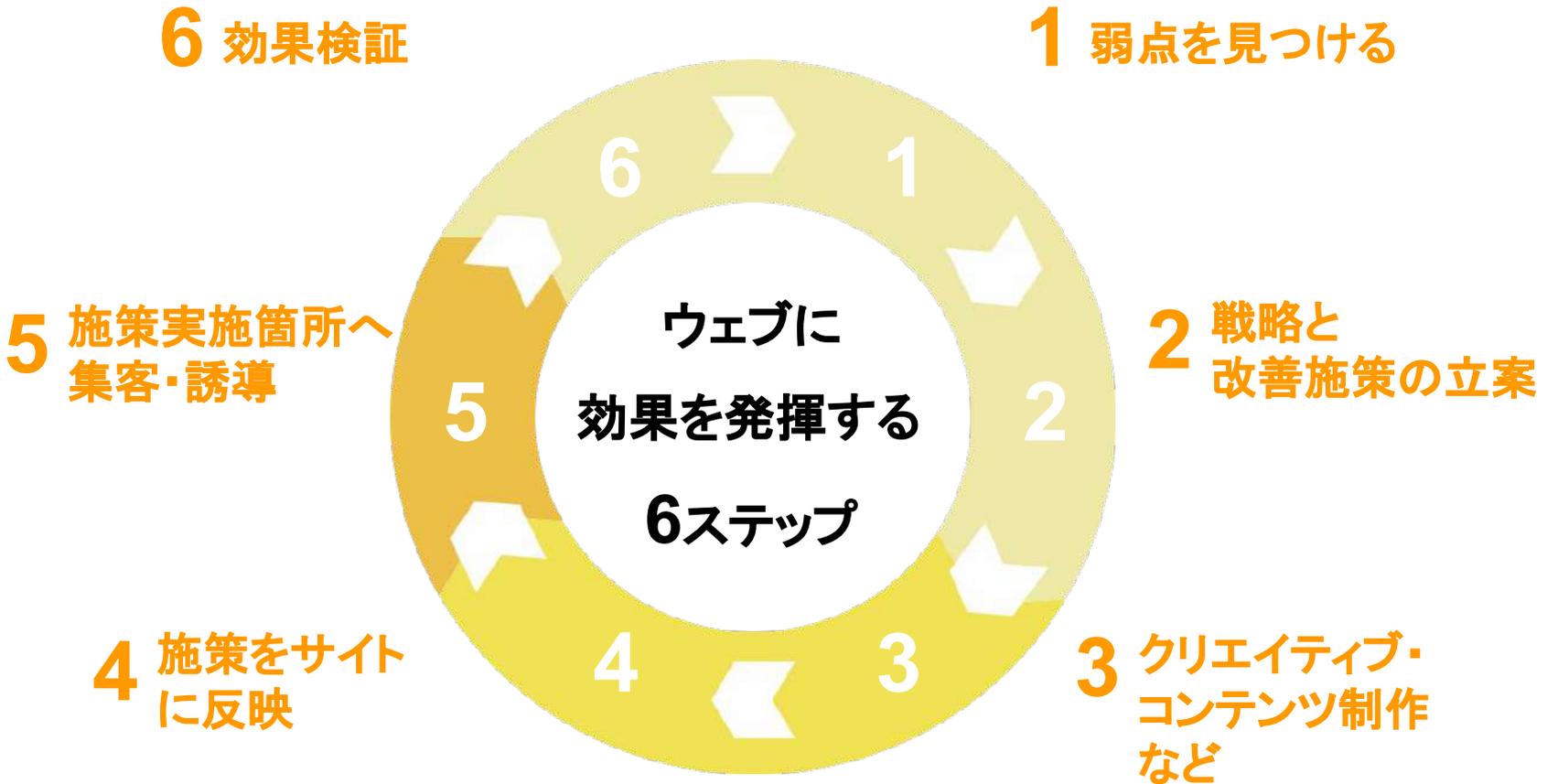
さらに、本日25日はニコニコの日  ポイント2倍のお得デー♪
ぜひこの機会に菊正宗さんのお酒をお楽しみください！

何事も1回で完璧な精度を
目指すのは不可能です

「徐々に精度を上げる」を忘れずに
(途中で諦めずに)

改善のサイクルを常に回して、精度を継続的に上げていく

やりっぱなしにしない、1つ1つの施策を確実に回す ことで、改善のクオリティが上がり、数字に変化が現れてきます。



**とは言っても、
最短で精度を上げたい！
という方へ**

ヘノブファクトリーにお任せください

新規制作・運営・コンサル実績数
1000 サイト以上

BtoC、BtoB、ECでも、
あらゆる商材の企業様に対して
最適なお提案をいたします

御社の課題に合わせて最適なご提案をいたします

ヒアリング

企業ごとに、ご状況・お悩みは異なります。1社1社丁寧にヒアリングさせていただき、課題認識の共有と解決方法のヒントを探っていきます。



戦略設計

課題、企業ごとの強み、強みに合わせたマーケットの策定から、企業様に合わせたオリジナルのWEB戦略を設計し、年間の数値シミュレーションまで落とし込みます。



戦略に沿った 施策設計

戦略に沿って数字を改善するためのやるべき事と、具体的な実施方法を設計します。やるべき事は企業様の状況や目指す数値によってオリジナルで設計します。



精度高く 施策を実施

施策設計に沿って、「数字を改善する」事を軸に精度高く実施します。



効果検証、PDCA

実施した施策が想定通りの効果に繋がっているか検証します。以降、目標達成を目指して、PDCAサイクル(Plan/Do/Check/Action)を回し続けます。