

オンライン中心に変化する市場に対応 デジタルシフトに向けて好調なスタート



「アドビのソリューションを導入してから、メンバーの分析力が向上しました。その結果、売り上げ向上などの成果にも結びついています」

Web販売戦略部 沓名 恵氏

導入製品

- Adobe Analytics
- Adobe Audience Manager
- Adobe Campaign
- Adobe Experience Manager
- Adobe Target
- Adobe Professional Services

導入メリット

オンラインの売上が
111% アップ

導入初年度、
設定した目標をクリア



少人数で
デジタルマーケティングを運用

アドビのコンサルティングサポート
も活用



パーソナライズ広告で
CVRを118%向上

お客様のニーズに応じて配信。
広告の費用対効果も向上



メルマガのCTRを
517%向上

配信基盤を整備、
コンテンツの種類と頻度を増やす



写真提供: JR東日本

株式会社びゅうトラベルサービス

JR 東日本グループの旅行会社として、関東・東北・信越エリア内の新幹線を利用した旅行を中心に、人気の北陸・北海道の列車旅も提案している。



Web販売戦略部
沓名 恵氏

JR東日本グループの旅行会社である「びゅうトラベルサービス」。同社は、顧客の旅行商品の予約がオンライン販売へとシフトしていることを受け、デジタルマーケティングの強化に取り組んでいる。デジタル広告からメルマガ配信、web運用などデジタルマーケティングの運用に必要な環境をアドビのソリューションで構築。広告の費用対効果の改善などに取り組み、高い成果につなげている。

■ 導入の経緯

店舗販売を終了し、オンライン販売に一本化

関東・東北・信越エリア内の新幹線を利用した旅行を中心に、人気の北陸・北海道の列車旅も提案しているびゅうトラベルサービス。店頭とwebで販売している旅行商品「びゅうパッケージツアー」、完全にwebのみで販売し、列車や宿の価格が変動する旅行商品「JR東日本ダイナミックレールパック」を主力商品として提供している。

旅行業界、特に国内旅行はオンライン販売への移行が顕著な業界の1つである。

「webでチケットや旅行パックなどを予約・購入するお客様の割合が年々高くなっています。そうした変化を受け、当社も2015年からオンライン販売に力を入れてきました。2021年中には店頭販売は終了し、オンライン販売に一本化する予定です」と同社のWeb販売戦略部の沓名恵氏は話す。

しかし、オンラインへのシフトは容易ではなかった。JR東日本ダイナミックレールパックの販売開始に伴い、販売サイトや予約システムを改修して商品は用意できたものの、販売促進、つまりデジタルマーケティングに対する理解、そして、環境が十分ではなかったためだ。

「お客様を理解するためのアクセス解析ツールも自社では保有しておらず、自分たちが知りたい情報を知るのが難しい状態。メルマガ配信も同様で、自社で配信システムを持っていないため、どうしても制限があり、月に一度、全てのお客様に同じ内容のメールを配信している状況でした」（沓名氏）

web制作にも問題があった。「外注で制作、運用していたため1文字のテキストを修正するだけでも、そのための指示書を作成して依頼しなければなりません。もちろん外注コストがかかるため、簡単にはページを追加したり、変更したりすることもできませんでした」と同社の内田 奈緒氏は言う。



Web販売戦略部
内田 奈緒氏

株式会社びゅうトラベルサービス

<https://www.jre-travel.com/>

本社：東京都墨田区錦糸3-2-1 アルカイースト10階

設立：1992年9月1日（営業開始：1993年2月8日）

従業員数：1010名（2020年4月1日現在）

事業内容：

国内旅行事業、海外旅行事業、訪日旅行事業、そして、地域進出を支援する地域事業などを展開。「旅とサービスを通じてお客様の人生を豊かに」することを目指す。

製品情報

adobe.com/jp/experience-cloud.html



アドビ株式会社
〒141-0032 東京都品川区大崎1-11-2
ゲートシティ大崎イーストタワー
www.adobe.com/jp/

Adobe
345 Park Avenue
San Jose, CA 95110-2704
USA
www.adobe.com

体制面でも、人手不足、スキル不足に加え、デジタルマーケティングへの理解の低さが顕著。例えば、デジタル広告への投資は増加しているものの、その費用対効果を計測し、メニューを改善していくための仕組みや社内プロセスもなかったという。

■ 選択のポイント

広告、メルマガ、web運用までトータルな提案を評価

顧客を理解し、ニーズに合った提案ができなければ、オンラインへのシフトが進む市場で確実に競争力を失っていく。危機感を感じた同社は抜本的な改革に着手。パートナーに選定したのがアドビである。

まず評価したのがセキュリティだった。「複数の提案を受けましたが、JR東日本グループが定めるセキュリティ基準に標準で準拠できるのはアドビのソリューションだけでした」（匿名氏）。

また、要件をよく理解したトータルな提案も評価した。

同社はアドビのソリューションのうち、SaaS型のAdobe Analytics、Adobe Target、Adobe Audience Managerを、そしてソフトウェアに加えてインフラ環境や運用も含めて提供するマネージドサービス型のAdobe Campaign、Adobe Experience Managerを導入している。「まずは広告の最適化が目先のテーマだったのですが、私たちの課題全体を理解し、将来を見据えて、デジタルマーケティングに必要な環境をトータルに整える提案を行ってくれました」と匿名氏は言う。

中でも広告費用対効果についてはCVR（Conversion Rate）の向上を目的に据えたPoC（概念実証）を実施して、実際に成果が期待できることを確認した。

さらに、少人数での運用が強いられる中、アドビなら導入後もコンサルティングによる継続的なサポートが受けられることも採用を後押しした。

■ 導入効果

施策実施数が150%増え、売り上げも111%アップ

導入に当たり、同社は5年間で投資を回収することを前提に具体的な目標を設定した。「導入初年度のデジタルマーケティング施策による売り上げは111%アップ。施策実施数は150%アップしています。この段階までは、予定通り目標をクリアしています」と匿名氏は言う。

匿名氏をリーダーとするチームの人員は5名。コンテンツ制作やwebの運用は内田氏のチームが担ってはいるが合わせても少人数には達しない。

「そのため、アドビのコンサルタントのサポートが欠かせません。2週間に一度、コンサルタントと共に広告の費用対効果を評価して、セグメントや広告メニューをチューニングしています。データを基に施策を考え、結果を踏まえて、次の施策を練る。アドビのコンサルタントとソリューションが、この建設的なサイクルを実現してくれたことが、メンバーの分析力の向上につながっています」と匿名氏は話す。

具体的な施策としては、まずパーソナライズ広告の開始が上げられる。別のツールで計測していたweb行動データと予約システムのデータをAdobe Audience Managerに投入して、セグメントを作成し、ディスプレイ広告、検索広告のパーソナライズを実施。「これによって潜在ニーズを持つお客様に向けて広告を配信できました。パーソナライズしない場合と比べてCVRを118%向上することができました」と匿名氏。

また、サイト改善でも大きな成果を上げている。行動データを基に仮説を立て、webの遷移構成、見やすさ、使い勝手を繰り返し改善した結果、ある機能については訪問者が195%も向上した。「Adobe Experience Managerを導入し、私たち自身でwebを運用できるようになった結果、自分たちのビジネスに応じて最適なタイミングで改修できるようになりました。JR東日本ダイナミックレールパックの特徴である価格変動型とwebの親和性も高まりました」と内田氏は話す。

このAdobe Experience Managerは、メルマガコンテンツの制作にも利用している。「操作性が高いため、よりリッチなHTMLメールの制作が容易になり、コンテンツ制作のスピードが向上したため、多様なコンテンツを用意できます」と内田氏。このメールを自社独自のメルマガ配信基盤として導入したAdobe Campaignを通じて配信。以前のように一律ではなく、セグメントごとにコンテンツを分けたメルマガ配信を実現している。「例えば、同じ東京着の商品でも、青森、仙台、新潟と住んでいる地域が違えば利用する路線、駅が変わります。それに応じたコンテンツを配信することでメルマガのCTR（Click Through Rate）は517%、CVRは250%向上しました」と匿名氏は続ける。

■ 今後の展望

好調なスタートを次のステップにつなげる

今後同社はオンラインに大きく舵を切ったビジネスの成長のためにデジタルマーケティングへの取り組みを加速させる考えだ。「まだ、私たちの取り組みは始まったばかりですが、好調と言えるスタートを切ることができたのは、積極的にリードしてくれたアドビのおかげ」と匿名氏は言う。

オンラインと親和性の高い新商品の開発、その提案を通じた新しい旅行体験を提供など、同社のビジネスに注目したい。

※掲載された情報は、2020年10月現在のものです。

© 2020 Adobe. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners. ASJ5172710/20