



データには宝が眠っている！

ECデータドリブン

集計・分析を代行します！

## TABLE OF CONTENTS

- 01 ECデータドリブンとは？
- 02 ECサイト最大の課題
- 03 海外ECサイトとの比較
- 04 海外ECサイトとの差
- 05 返品を売上に繋げる発想
- 06 ECデータドリブンの進め方
- 07 ECデータドリブンによる成果
- 08 料金のご案内
- 09 お問い合わせ先

## 由来

**ドリブンはドライブに由来**

ドライブは「駆動する」「推進する」「動かす」を意味します。  
ドリブンは「〇〇によって動かされる」を意味します。

## つまり

**データを活用してECを推進する**

データドリブンは「データによって動かされる」となります。  
ECデータドリブンでは、「データを活用してECを推進する」ことを示します。

## メリット

**確実に売上と利益UPに繋げる**

顧客の行動データを分析し、最適な商品提案や販促施策を実施できるため、  
売上と利益向上に繋がります。

## 02

## ECサイト最大の課題

[売上の公式]

売上

- 集客
- 転換率
- 平均注文単価

### 01 転換率(CVR)が圧倒的に低い

訪問者の97%~99%が購入せずに離脱しています。

### 02 カート離脱率が圧倒的に高い。

ユーザーの70%がカートに入れたまま購入しません。

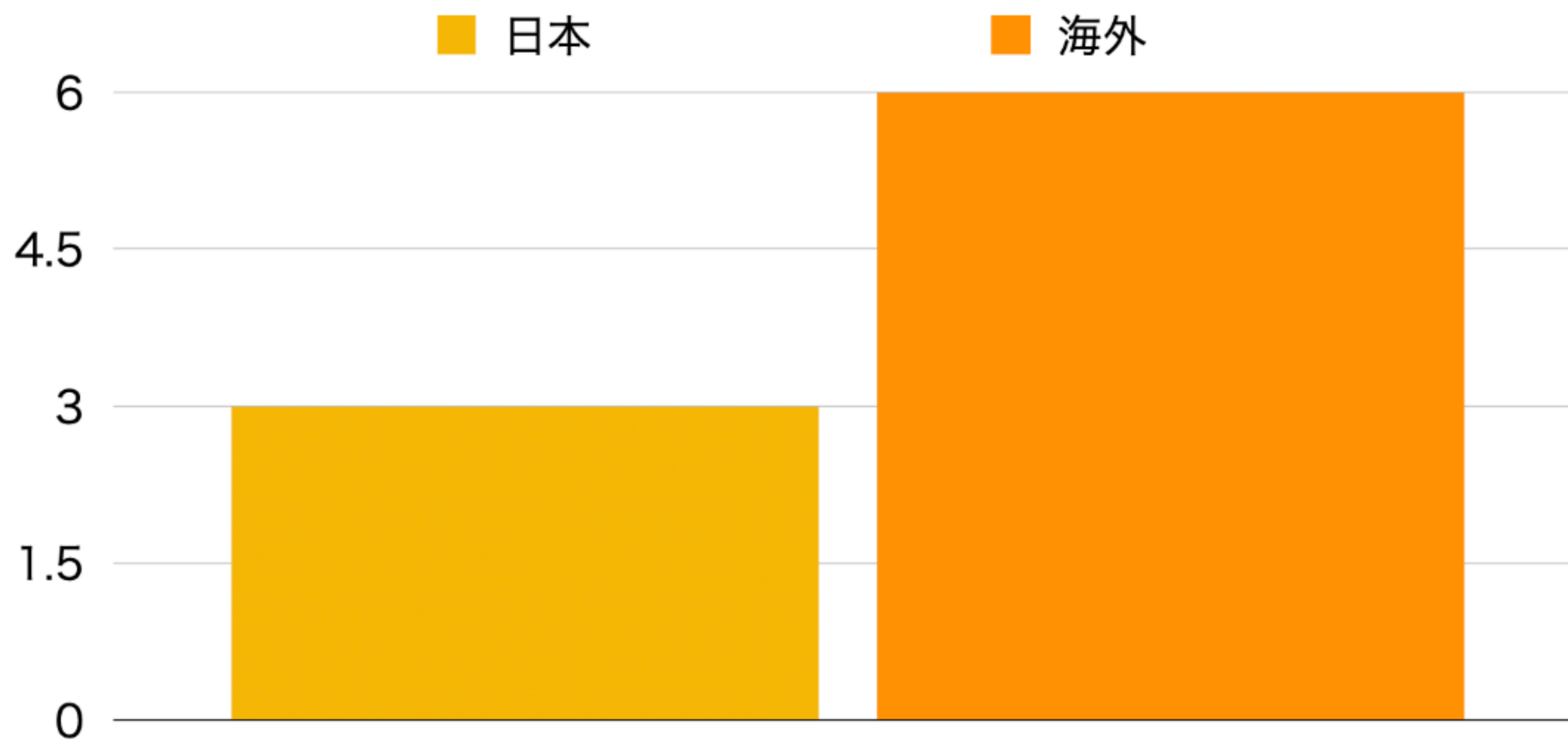
### 03 広告ROIが大きく低下

広告単価が高騰し、費用対効果が悪化しています。

03

## 海外ECサイトとの比較

海外ECサイトと日本のECサイトの転換率は、約2倍の差がある





## 04

## 海外ECサイトとの差

項目	欧米	日本
施策の決定方法	素早くテストを実施し、データに基づいて即座に検証・改善。テスト中も改善を行う。	データを収集しているものの、それを意思決定に活かされてない。
データの活用スピード	リアルタイムデータを活用し即改善	データを収集するが活用が遅い
マーケティング戦略	購買履歴・閲覧履歴・行動データを基にAIが個々のユーザーに最適な商品やコンテンツをレコメンド（Amazon、Netflixなど）	全ユーザーに同じキャンペーンやおすすめ商品を表示し、個別最適化がされにくい

## 05

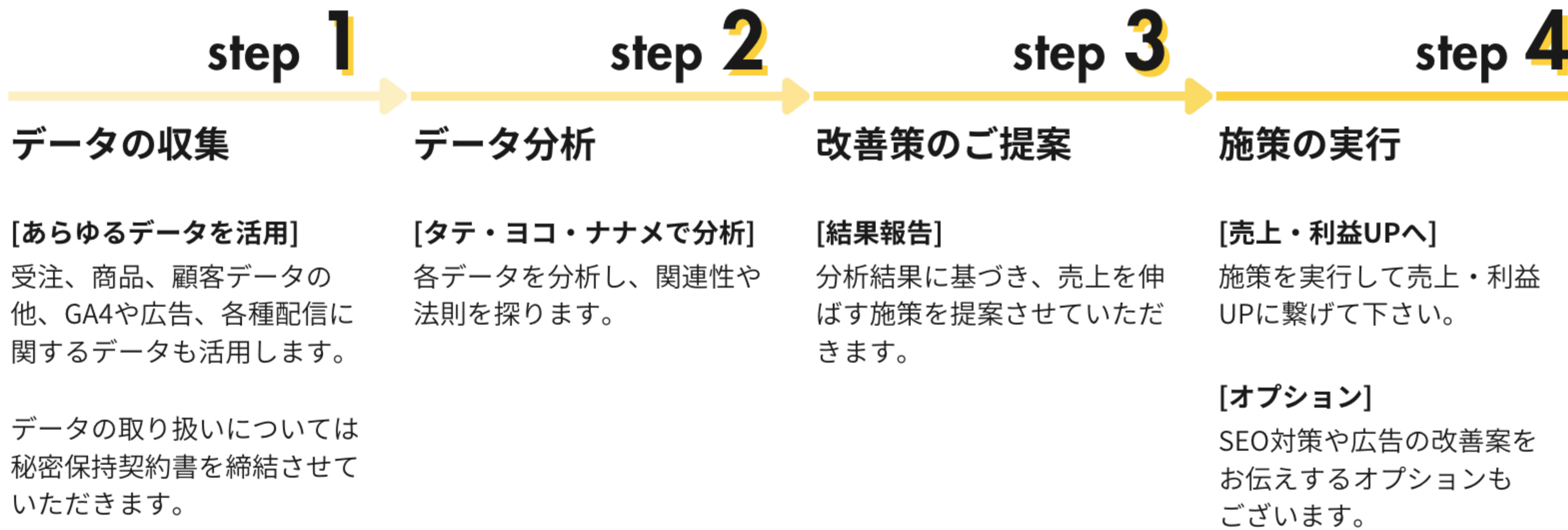
## 返品を売上に繋げる発想

項目	欧米	日本
返品ポリシーの設計	返品率と売上の相関を分析し、最適な返品ルールを設定	「返品＝損失」と考え、返品を避ける傾向
顧客ごとの対応	リピーターには無料返品を提供するなど、個別対応を実施	全顧客に一律の返品ポリシーを適用
データ活用	返品理由を分析し、商品の改善や返品削減に活用	返品データを収集しても、意思決定に十分活かしていない
CVR（コンバージョン率）への影響	「返品できるなら試しに買おう」と購入ハードルが下がる → CVR向上	返品条件が厳しく、購入をためらうユーザーが多い → CVRが低下

## 06

# ECデータドリブンの進め方

研修の効果測定は、以下のステップで実施します。





2008年から2025年まで積み上げた数多くの実績がございます。

### 1. まとめ買い需要を活かしたセット販売で客単価向上

特定のカラーの下着をまとめ買いするお客様が多いことに着目し、2個セットを作成。これにより、客単価の向上とお客様の利便性向上を実現しました。

### 2. デニムと帽子の相関関係を活用したクロスセル戦略

デニムを購入したお客様が帽子を、帽子を購入したお客様がデニムを買う傾向を発見。購入履歴に応じたレコメンドを行った結果、リピート注文が増加。同じページに掲載することで、両方を同時に購入するお客様も増え、客単価向上に成功しました。

### 3. 閲覧ページと購入商品の関係を活かしたCVR向上施策

商品Aを購入するお客様の多くが、事前に特定のページを閲覧していることが判明。そのページに商品Aを掲載したところ、コンバージョン率が上昇し、離脱率も大幅に減少しました。

2008年から2025年まで積み上げた数多くの実績がございます。

#### 4. 競合の少ない市場で商品ラインナップを拡充し売上10倍

少しずつ販売数が伸びていたインナーに着目。競合が少ないジャンルであるため、商品数を増やす戦略を採用。カラーや種類を増やしたところ、売上が10倍に拡大しました。

#### 5. ヒット商品の特徴を活かした新商品開発で爆発的ヒット

売れ行きの良いスイーツを分析した結果、「舌がとろける」食感のスイーツが人気と判明。これを活かし、スイーツ店と共同開発したプリンを販売したところ、30分で1,800点売れる大ヒットとなりました。

#### 6. クーポン戦略で客単価25%アップを実現

アパレルや雑貨を販売するECサイトで、平均注文単価が4,000円台でしたが、条件付きクーポンを発行したところ、まとめ買いが増え、客単価が5,000円を超える成果を達成しました。



2008年から2025年まで積み上げた数多くの実績がございます。

#### 7. クロコダイル愛好者の購買傾向を活かしたアップセル

クロコダイル財布を購入するお客様は、同素材のバッグやキーケースも好む傾向が判明。財布の5倍の価格のバッグの注文に繋げることができ、高単価商品の販売に成功しました。

#### 8. インナーのブーム到来を捉え、広告強化で売上10倍

あるインナーのコンバージョン率が急上昇。ブームの兆しと捉え、広告費を20%増加させたところ、売上が10倍に伸びる結果となりました。

#### 9. 防災視点での特集ページが検索1位 & 販売数2倍に

ペット用品をカテゴリごとに販売していたところ、「防災」というテーマで特集ページを作成。さらに、「ペットと一緒に避難する際のポイント」をまとめた記事を掲載したところ、自然検索で1位を獲得。結果として、特集ページに掲載した商品の販売数が通常の2倍に増加しました。

## 08

### 料金のご案内

料金は1日単位で計算させていただきます。  
お見積り時に、必要な作業日数についてご相談のうえ決定いたします。

---

基本プラン： ￥30,000(税抜) / 1日

---

内容：

---

・データ分析業務

---

・施策の提案資料作成

---

#### [オプション]

- GA4の詳細設定・カスタマイズ
- Google Tag Manager (GTM) の導入
- 検索広告・SNS広告の設定代行
- リターゲティング広告の最適化
- その他効果測定ツールの設定



お気軽にお問い合わせください。

■会社名：モバイルプロデュースオフィス株式会社

■担当：木元 典嗣

■所在地：

東京本社：東京都渋谷区桜丘町26-1セルリアンタワー15F

秋田支社：秋田県仙北市西木町西荒井字熊野田107-3

■TEL：03-5456-5619

■URL：<http://www.mobileproduce.jp>

■メール：[info@mobileproduce.co.jp](mailto:info@mobileproduce.co.jp)