

イトーヨーカ堂 ネット推進室

飯塚 竜太 氏に聞く

イトーヨーカ堂が展開するネットスーパー(NS)の13年2月期における売上高は前期比14・3%増の400億円だった。会員は全国で145万人に拡大。セブン&アイグループのEC事業と連携を図ること、16年2月期に売上高を1000億円に引き上げる。1月からはEC支援のゼロスタート(本社東京都、山崎徳之社長)が提供する検索エンジンを導入し、検索によるユーザーの利便性向上も図っている。ネット推進室の飯塚竜太氏に、NSの現状と検索エンジンを導入した理由について聞いた。

13年2月期におけるネットスーパーの増収要因は、13年2月期のネットスーパー事業の売上高は前期比14・3%増の400億円だった。売り上げに比例するように、会員も13年2月末で145万人と順調に伸びている。

会員を増やすための販促活動は、グループ企業の「セブンネットショッピング」が担当している。当社だけで販促を行うのではなく、グループ全体のEC事業として連携を図りながら拡大を進めている。



商品購入の構成比は、食品が8割を占める。一つのメニューを完成させることを目的に食品を購入するケースが多い。1回当たり20、30品目の商品を購入し、平均購入単価は6000円となっている。

商品購入の構成比は、食品が8割を占める。一つのメニューを完成させることを目的に食品を購入するケースが多い。1回当たり20、30品目の商品を購入し、平均購入単価は6000円となっている。

また、NSで販売する取扱品目は現在も3万点を超えるが、今期(14年2月期)は衣料品をもっと充実させていきたい。16年2月期に売上高を1000億円に引き上げていきたい。

ゼロスタートの検索エンジンを導入した。ゼロスタートが提供する検索エンジン「ゼロゾーンサーチ」を1月から導入した。この狙いは、

16年に1000億円規模へ

通常、ECサイトを1店舗と考えると、当社のNSの場合、141個のシステムが存在するということになる。こうした膨大なデータを店舗単位で切り分けて検索していくにはシステムの負荷が高く、課題となっていた。これまででは当社のスタッフが検索キーワードを登録していく必要があった。ユーザーからの要望によって登録キーワードを随時追加するため、そのため多大な労力を必要としていた。検索エンジンの導入でこれらを解消し

また、NSで販売する取扱品目は現在も3万点を超えるが、今期(14年2月期)は衣料品をもっと充実させていきたい。16年2月期に売上高を1000億円に引き上げていきたい。

また、NSで販売する取扱品目は現在も3万点を超えるが、今期(14年2月期)は衣料品をもっと充実させていきたい。16年2月期に売上高を1000億円に引き上げていきたい。

検索エンジンは当社のサービスにとって基幹と位置付けている。今後は、検索と連動させたレコメンド機能などで、食品メニューの提案をしたいと考えている。例えば、お客さまがじゃがいもとニンジンを購入した場合、サイト上にシチューやカレーのルーをお薦めするといったイメージだ。レコメンド機能が付加すれば、買い忘れなどを防止することもできると思っている。

また、NSで販売する取扱品目は現在も3万点を超えるが、今期(14年2月期)は衣料品をもっと充実させていきたい。16年2月期に売上高を1000億円に引き上げていきたい。

また、NSで販売する取扱品目は現在も3万点を超えるが、今期(14年2月期)は衣料品をもっと充実させていきたい。16年2月期に売上高を1000億円に引き上げていきたい。