

株式会社ヒューメリア
代表取締役
西紀之

事例紹介

株式会社ヒューメリア

インターネット関連を事業の柱としていた頃、ドイツからのインターンを受け入れたことをきっかけに従業員のスキルアップを目的に立ち上げたドイツビール専門のECサイト「bier.jp」。今ではこのECサイトが事業の柱となっている。

デジタルマーケティングを駆使した ECサイトの売上向上により事業を拡大 従業員への利益還元を目指す

インターネット関連事業と並行してドイツビールの販売を手がけるヒューメリア。ECサイトでのさらなる売上拡大を目指しデジタルマーケティングに取り組み、事業を拡大している。自社制作ならではの機動性を活かし、Web解析ツールで効果を検証しながら改修を進行中。

本事業に申し込んだ背景

事業拡大で従業員への還元を目指す

当社の主な事業は大きく分けて2つあります。ドメイン管理やホスティングサービスなどのインターネット関連事業と、ビールの輸入販売です。ドイツビールを中心に各国のビールを揃え、温度管理も徹底していますので、ビール評論家や飲食店などコアなリピーターが多いのが特徴です。安定経営を重視し最小な運営形態を維持してきましたが、昨今の物価高騰により従業員の給与水準を引き上げたいと考え、ECサイトでの売上向上を図り、事業の拡大を目指すことにしました。2022年に公社の「DX人材リスキリング支援事業」を受け、オンライン学習プログラムにてデジタルマーケティングの基礎知識をしっかりと習得し、準備を整えてハンズオン支援（アドバイザーが専属で継続的に支援）を申請しました。

「ECサイトの売上を2倍に伸ばすこと」、これがゴールです。

アドバイザーによるハンズオン支援の内容

Webサイト改修に向けたロードマップを作成

まずはアドバイザーと一緒にゴールまでのロードマップを作成しました。現状をヒアリングしていただき、目標を設定し、次にヒートマップ分析などのWeb解析ツールの導入と解析データに基づいたECサイトの改修箇所を検討していただきました。さらに、メルマガの改善を行い、余裕があればInstagramにも挑戦したいと考えていました。

課題はスマホのUIとカート画面からの離脱率

Web解析ツールを導入し、アドバイザーからデータの見方を教わりながら解析を進めていきました。長年やっているの

オーガニック検索からの流入はかなり多く、「ドイツビール」での検索結果も常に上位です。一方、課題はスマートフォンからの購入率が低いこと、カート画面からの離脱が多いことでした。古いサイトなので、スマートフォンに合わせたUI（ユーザーインターフェイス）になっておらず、商品ページが見にくい上にカート画面から他の商品を見つけにくい点をアドバイザーに指摘され、すぐに改修に取りかかりました。



「ハンズオン支援が、こんなに多くの実践的なアドバイスをいただけるプログラムだとは思ってなかったのですがとても驚いています」と話す西さん。

具体的な販路開拓への取り組み

AIを活用して複雑なコードを修正

ただし、長年にわたって自社で修正を積み重ねていたため、構造が複雑になり、ちょっとした改修でも時間がかかるといった問題がありました。そこで、生成AIを活用して修正や機能追加を行い、コードを順次置き換えていくという手法を取りました。また、カート画面には、「同一送料であと〇本同梱可能です」の下部に、閲覧履歴やお気に入り商品を表示させる機能を追加し、再び商品一覧に戻らずにカート内の商品追加が可能になったことで離脱を防ぎ、「あわせ買い」での購入単価向上も狙いました。さらに、スマートフォンからのアクセスを解析したところ、長いページを一番下までスクロールしているユーザーが多いことが分かりました。一番下にある企業情報やバナーを上部に移動することで利便性を向上させるレイアウトに変更予定です。

ロードマップの予定を変更

改善を図ったメルマガは配信を開始していますが、さらに、ターゲットごとに文面や配信のタイミングなどを変えていきたいので、メールソフトの導入も含めた運用方法などを再度検討しています。アドバイザーとは定期的に行うミーティングで進捗を共有し、状況に応じてロードマップを変更しながら進めています。アドバイザーの長期的な視野での状況に合わせたフレキシブルな対応にはいつも助けられています。

デジタルマーケティングの効果

Web解析ツールで効果を確認しながらサイト改修



西さんはベテランのプログラマーで、ECサイトの改修も自らの手でやっている。アドバイザーとのミーティングでは改修箇所の技術的な部分にまで話が及ぶ。

Webサイトの改修はまだ始めたばかりですが、Web解析ツールで検証するとスマートフォンでの購入率が向上しています。購入単価も上がっていますので、出だしは順調だと思います。次に改修するのはトップページのバナー位置の変更とサイト内検索ツールの設置です。技術的には簡単なのですが、やはりページの構造が複雑なので慎重に進めていきます。また、バナーの内容も季節ごとに変更していく予定です。

自走体制を整えWeb広告運用を目指す

今後もサイトの改修を進め、余力があればInstagramにも挑戦したいとは思いますが、まずは自力でWeb解析ツールのデータを検証しながら改修できる社内体制を整えたいと考えています。Web解析ツールを扱える知識を習得した後は、Web広告にも挑戦していきます。そして、会社には継続支援の申請も行う予定です。

■事業内容：インターネットインフラ事業（ドメイン名登録・管理、ホスティングサービス、SSL証明書販売）／酒類輸入販売（ドイツビールほか国内外ビール、ノンアルコールビールなど） ■設立：2004年3月 ■住所：東京都文京区本郷3-28-10-6F

HP：<https://www.humeia.co.jp/>



ECサイト：<https://bier.jp/>



実績もポテンシャルも充分な ECサイトでさらなる売上向上を目指す

輸入ビールの通販サイトとして18年の実績を持つ「bier.jp」。ビール好きにはすぐ分かる良いドメインです。検索順位も初めから高く、流入は充分。あとは購入につなげる導線を作れば確実に成果を見込めると感じました。実際に少しずつ改修を進めた結果が購入率や購入単価に表れています。西社長はプログラマーだけあってシステムの理解と実作業のスピードが驚くほど速いので、今後の成長が楽しみな企業です。

デジタルマーケティング・営業のDXサポートプログラム
アドバイザー 原田 隆治

