

販売・マーケティング・決済の3つの視点でIT化を促進

2021年02月09日 | 株式会社 Quantize



株式会社 Quantize は 2006 年に設立された会社です。オートクチュールドレスブランドとしてスタートし、現在は百貨店や学校、行政などの制服制作の OEM やファッションショーなど各種イベントの企画・運営まで幅広く事業を展開しています。新型コロナウイルスの影響で結婚式などのイベントが減少傾向にある現状を打破すべく、オンライン販売やクレジット決済、スマートフォン決済などの IT 導入を行っています。



代表取締役：川野季春さん

弊社は「特別な日の1着」をコンセプトに、ウエディングドレスにとどまらず、音楽家・アーティスト、SNS 上で活躍するインフルエンサーからの衣装依頼などに対応しています。オーダーメイドは既製品と違い、お客様のご要望に細かな部分まで対応できることが魅力です。お客様の洋服のサイズを S・M・L と測るのではなく、「あなたサイズ」と定義して、世界に一つしかないものをお届けしています。また代表には大学時代から学園祭などのファッションショーの企画・運営を行ってきたという経験があり、そこから得たノウハウを活かして各種イベントの企画や運営にも携わっています。ファッションとエンターテインメントのコラボレーションにより、多くの人々を魅了している会社です。

【課題】実店舗販売の中止や決済方法などによる課題点が発覚

弊社ではお客様のニーズを細部までヒアリングして製作するオーダーメイド商品と、タイツやストール、バッグなどの既成小物類を販売していました。主力商品であるオーダーメイドの商品ではお客様のお話を聞くことが何より大事です。そのためこれまではオンラインでの販売経験はなく、小物類の販売についても、オーダーメイド製品と同様に、基本的に百貨店やショッピングモールなどの期間限定ショップで実店舗販売を行っていました。

しかし、コロナの感染拡大とともに販売が困難になってしまいました。そこで、もともとあった自社のオンライン販売サイトを本格的に稼働させました。また、SNS から依頼を受けて、販売を行うこともありましたが、SNS での販売では、予想以上の反響を受けたときに対応が追い付かず、レスポンスが遅れることがあります。折角興味を持っていただいたにもかかわらず商品の販売機会を逃すことは、重大な機会損失であると感じていました。

加えてオーダーメイドという高額商品を扱っているにもかかわらず、弊社ではこれまで現金以外の決済方法がありませんでした。商品を気に入っていただいても、お客様がその場で現金を持っておらず、販売に結びつかないという事例も多くありました。顧客のロスを防ぐためにもオンライン販売の強化やクレジットカード決済の導入が必要だと考えました。

【導入】ネットショップと SNS を連動し、シームレスな購買体験を

まず、オンライン販売について独自にリサーチし、「BASE」によるネットショップの開設に取り組みました。「BASE」を選んだ理由は、自ら商品を企画・生産・製造されている方や、オリジナルブランド立ち上げの一環として利用されている方がユーザー全体の 8 割を超えているという点に惹かれたからです。

さらに導入当時、「BASE」が「Instagram」と連動している希少なサービスだったのも大きな理由です。アップしたアイテムの写真をクリックすると商品ページへ案内されるというわかりやすい作りも魅力的でした。

「Instagram」はもともと個人でも利用していたので、システムの流れをイメージしやすく、導入してから改めて私たちの事業と「BASE」との相性が良いと感じました。また、実店舗販売で「Square Contactless and Chip Reader」を導入しクレジットカード決済ができるようにしていたことに加え、現在ではスマートフォンでの決済にも対応できるように「PayPay」も導入し、決済面でのお客様の利便性の向上を図りました。



【効果】コロナ以前と比較して売り上げは10倍以上になった

これまではお客様1人に対して、1人の従業員が接客をしていました。しかしオンライン販売に変更し、お客様が見たいものをご自身でご自由に閲覧いただけるようになったため、人件費の削減にもつながりました。これまで、商品をご購入いただいたお客様に顧客名簿として「名前」「住所」「電話番号」「お支払方法」を記入して頂いていたのですが、自動で処理できるようになりました。また、発送や売上管理など、販売した後の対応もスタッフ全員で行えるので業務の効率化につながっています。

また「BASE」は、私たちのアカウントをフォローしていただいた方に「新商品のご案内」などをプッシュ通知できたり、今まで手入力していた納品書が商品のご購入と同時に作成できたりと、さまざまなメリットがあります。SNSを通して口コミや紹介など、お客様に宣伝していただける機会も増えました。こうした各種ITツールの効果もあり、売上は以前と比較して10倍以上に増加しています。またコロナの影響で来店客数が減少していた実店舗販売においては、クレジットカード決済を導入するなど工夫し、20%以上の売り上げアップを実現できました。「PayPay」の場合はポイントが付いたり、「PayPay」独自の割引が付いたりなどの特典もお客様の購買意欲を後押ししたのではないかと思います。コロナにより結婚式やイベントなどが減少したため、オーダーメイド事業はかなりの打撃を受けていますが、マスクの売り上げは好調、そしてオンライン販売が軌道に乗ったことで、変わらずに会社を運営できています。

【展望】今までしてきたことではなく今できることと向き合っていく

コロナの影響で結婚式ができなくなり「延期期間」や「再度開催する日程」を決めかねているというお客様の声をたくさん聞きます。そのような状況の中で、お客様が記念として行っているのが新郎新婦の写真だけを事前撮影する「フォトウェディング」です。私たちはそういったお客様のニーズに合わせて、オーダーメイドドレスのレンタル事業を新たにスタートさせようと考えています。他にも、在宅ワークや外出自粛の影響によりルームウェアなどの需要も増加中です。SNSで活躍するインフルエンサーの方からご注文をいただくこともあります。そういった背景からも、これまでの事業に縛られすぎるのではなく、今の自分たちにできる事業を展開していこうと考えています。

社名：株式会社 Quantize

HP：<https://www.quantize-dressline.com/>

代表：代表取締役 川野季春

主な事業：アパレル事業、ブライダル事業、OEM 事業、マ
ネジメント事業、海外事業

所在地：

Tokyo Salon & Showroom

東京都渋谷区東 2-27-2 est #101

Fukuoka Office&Atelier

福岡市中央区六本松 3-16-62 #101

創業：2006 年 4 月



ここからアプリの事例ページはこちら