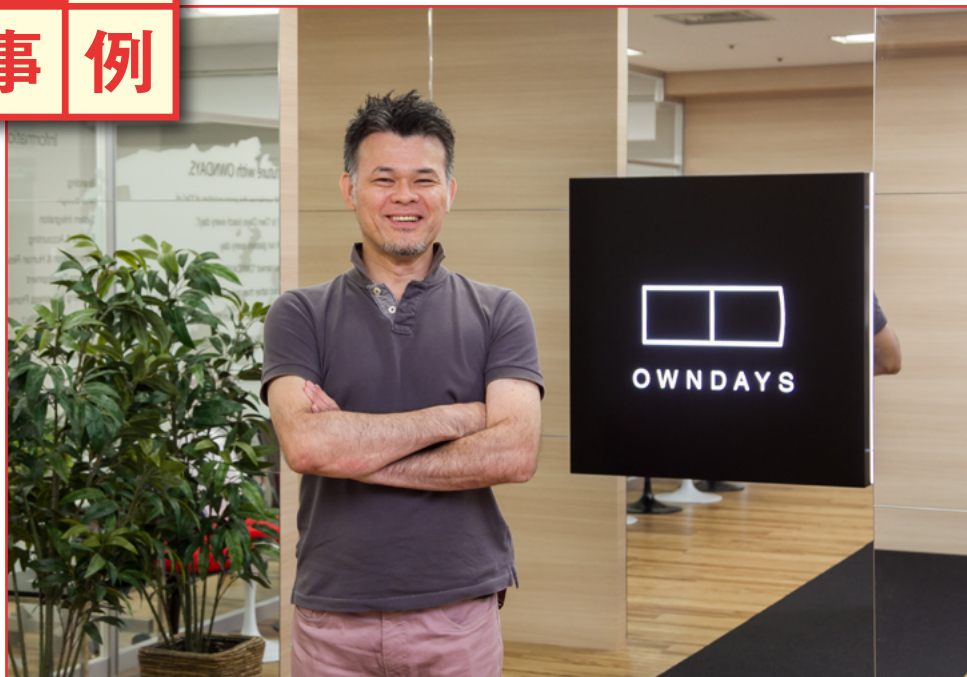


活用  
事例

活用サービス：リスティング広告  
(検索連動型広告、興味関心型・コンテンツ連動型広告)



## 株式会社オンデーズ様

## 信頼できるパートナーであることを何より重視 実現性の高い提案と明確な料金体系に安心感

気軽に立ち寄れる店舗展開とさまざまなデザインでメガネの新しい楽しみ方を提案している株式会社オンデーズ(以下、オンデーズ)。その戦略の一環として、同社はWebサイトのチャネル強化にも取り組んでいます。インターネット広告に関するノウハウの蓄積が少ない同社にとって、信頼できる広告代理店を選ぶことは何より重要な課題。そこで、同社が選定した代理店がソフトバンクテレコムでした。実現性の高い提案ときめ細かな対応を通じて、今後のWebマーケティングのベースになる指標ができた大きな手応えを感じています。

## 課題と効果

## 課題 ▶

## 1

オンラインショップの開設など、販売チャネルとしてのWebサイト強化に力をいれていますが、インターネット広告に関するノウハウが少なく、費用対効果の高い施策が打てずいました。

## 効果 ▶

ソフトバンクテレコムとともに実施した施策では、オンラインショップへの流入ユーザ数など、いずれも設定したKPIを満たす成果を上げることができています。

## 2

複数の広告代理店と会う機会を持ちましたが、説明が分かりづらく、実現性が不明瞭だったり、すぐに追加料金が発生するなどサービスのメニュー体系に不満がありました。

ソフトバンクテレコムは不可能なことをあやふやにせず、実現性の高い提案をしてくれる信頼できるパートナーでした。また、料金体系も追加料金の発生しない定額パッケージとなっており、安心してサービスを利用できます。

## 活用事例

### 活用サービス：リスティング広告

(検索連動型広告、興味関心型・コンテンツ連動型広告)



株式会社オンデーズ  
WEB 担当  
田郷 伸司氏

## 背景

### メガネの新しい楽しみ方を提案するためにWebサイトを有効活用

メガネ・サングラスの企画・製造・販売を行うオンデーズ。全国に100を超える店舗を展開し、年間50万本以上の商品を顧客に提供しています。

かつてメガネは高価なもので買い替えは壊れたときなどに限られていました。一方近年では、リーズナブルでさまざまなデザインのメガネが増えたこともあり、その日のファッションにあわせてメガネを選ぶユーザも増えていきます。

こうした市場環境の変化をとらえた戦略が同社の成長の要。「幅広い年齢層のお客様に気軽に店舗に立ち寄っていただき、メガネとおしゃれを楽しんでいただければと考えています」と同社の田郷 伸司氏は言います。

この「気軽にファッション性の高いメガネを楽しんでもらう」という同社の姿勢

は、Webサイトの活用にも表れています。

まずブランド認知のさらなる向上を目指し、自社のWebサイトを全面リニューアル。また、オンラインショップを楽天市場に開設し、販売力のさらなる強化に着手しています。

ここで課題となったのが、Webマーケティングに関する取り組みです。

「オンライン販売は、近所に店舗のないお客様を中心に想定以上の販売実績を上げていますが、より高い成果を上げるためにはインターネット広告などの有効活用が不可欠だと感じていました」(田郷氏)。

## 選択のポイント

### 実現性の高い提案と真摯な姿勢に信頼感

もちろん、それ以前にも同社はインターネット広告を利用していました。しかし、十分なサポートを行える担当がおらず、有効活用できていなかったと言います。

そのため、田郷氏が担当することになった当時は社内にノウハウも蓄積されておらず、費用対効果の高いインターネット広告を実施するには、パートナー選定がカギとなりました。「Webサイトの制作経験は長いのですが、インターネット広告に関しては手探りの状態。ですから、どんな商品やサービスを提供してくれるかという点以上に、どんなふうに相談に乗ってくれるのかという点を重視しました」と田郷氏は振り返ります。

そこで、同社が選定したのがソフトバンクテレコムです。何より評価したのが、

分かりやすい説明と料金体系です。

「何社かの広告代理店の担当者にお会いしましたが、難しい言葉を使って、何でもできるかのように説明する姿を見て、不安になることがよくありました。その点、ソフトバンクテレコムは、不可能な要望に対しては、きちんと『できない』と答えてくれた。まずはそれが信頼感につながりました」(田郷氏)。

また、料金体系についても、ソフトバンクテレコムは、基本的に定額制を採用しています。月額固定料金のパッケージを販売し、その中で利用する広告メニューを目的やニーズに応じて調整、提案しているのです。

「何かを依頼する度に追加料金が発生する代理店も多く、最初の見積りから追加料金が発生しない点は、最も安心感がありました」と田郷氏は述べます。

## 活用効果

### 知見の蓄積、「指標」となる基準ができたことが何よりの成果

オンデーズは、すでに数回ソフトバンクテレコムのインターネット広告サービスを活用しています。いずれも期間は約3か月に設定しYahoo! JAPANとGoogleへ、ユーザの検索ワードに応じて広告を表示する「検索連動型広告」、Webサイトの閲覧履歴や検索履歴などをもとに広告を表示する「興味関心型・コンテンツ連動型広告」の2つのリスティング広告を展開しました。

「毎回『新店舗がオープンした地域や、ある年代のユーザにターゲットしたい』『ブランディングを向上したい』『新商品の購買に結びつけたい』といった当社の要望を踏まえ、最適な提案をしてくれました」と田郷氏はソフトバンクテレコムの対応を評価します。

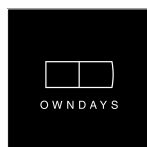
中でも特に評価しているのが、迅速かつ柔軟な改善提案です。

「月に1回のレポートと定例ミーティングを通じて改善提案を行うのはもちろん、速報値を見ながら、より効果の期待できるものに検索ワードを差し替えるなど、きめ細かな対応には非常に感謝しています」と田郷氏は続けます。

ソフトバンクテレコムとともに実施した施策は、オンラインショップへの流入ユーザ数など、事前に掲げたKPIを十分に満たす成果を上げました。加えて田郷氏は、数回の施策やソフトバンクテレコムとのミーティングを通じて、Webマーケティングに関するノウハウや知見を蓄積できたこと、今後の「指標」となる基準ができたことが何よりの成果だと言います。「どれくらいのクリック数を期待できるのかといった基本的なことから、ターゲットの仕方や改善のアイデアまで、さまざまなことを学ぶことができました。今後の施策もソフトバンクテレコムにお願いするつもりですが、より質の高い話し合いが行えるようになるのではと期待し

ています」(田郷氏)。

今後はオンラインショップと店舗を結び「O2O(Online to Offline)」にも注力していくという同社。ソフトバンクテレコムは、高度化する同社のWebマーケティングを積極的に支えていく構えです。



所在地：東京都港区南麻布3-19-23 オーク南麻布ビル 11F 事業概要：メガネ・サングラスの企画・製造と「OWNDAYS」ブランドでの販売を行っている。  
設立：1989年3月  
従業員数：350名(2014年10月現在) U R L : <http://www.owndays.co.jp/>

※サービス名称は一般的に各社の商標または登録商標です。※パンフレット記載内容は、2014年10月現在のものです。

ソフトバンクテレコム株式会社 <http://tm.softbank.jp/>

ソフトバンクテレコムは  
Yahoo!プロモーション広告の  
正規代理店です。

