なぜ今カタログか： ディノス・セシール が考えること

2019/6/17

株式会社ディノス・セシール
CECO
石川 森生

INTRODUCTION

▶ 石川 森生 (いしかわ もりう)

2008-2011年 SBIホールディングス株式会社

2008-2011年 SBIベリトランス(現ベリトランス)株式会社配属 事業開発部マネージャ

2010-2011年 SBIナビ(現ナビプラス株式会社)設立 営業企画マネージャー

2011-2014年 マガシーク株式会社 マーケティング部部長

2014-2016年 株式会社TUKURU 代表取締役社長

2016年- 株式会社ディノス・セシール

CECO(Chief E-commerce Officer)

経営企画本部 兼 EC本部 兼 マーケティング本部 プロフェッショナル

会社概要

商号	株式会社ディノス・セシール
本店所在地	〒164-0012 東京都中野区本町2丁目46番2号 中野坂上セントラルビル
創業	1971年(昭和46年)12月
事業内容	・通信販売事業(カタログ・テレビ・インターネット他) ・法人向け事業(広告、卸事業他) ・その他(催事・フラワーネット事業・保険代理業他)
株主	株式会社フジ・メディア・ホールディングス 100%
関連子会社	・株式会社ディノス・セシールコミュニケーションズ 本社:沖縄、コールセンター業務他 ・株式会社セシールビジネス&スタッフィング 本社:高松、人材派遣業務他 ・賽詩麗商貿(上海)有限公司 本社:中国・上海、輸出入業務他
従業員数	正社員...約800名 従業員数...約1,300名 関連子会社を含むグループ全体の従業員数...約2,600名
売上高	1,196億円 (2016年3月期決算)
マーケティングデータ	・Web会員数...1,000万人以上 ※月間平均PV数...1億PV以上 ・カタログ発行部数...2億部以上(2014年度) ・年間取扱商品数...約10万アイテム、60万SKU以上

- ECマーケットの現状と潮流、そして課題
- 当社のアプローチ

BtoCのEC市場規模とEC化率の推移

引用：経済産業省_平成 30年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）

分野別の市場規模及びEC化率の表

	2017年	2018年	伸び率
A. 物販系分野	8兆6,008億円 (EC化率 5.79%)	9兆2,992億円 (EC化率 6.22%)	8.12%
B. サービス系分野	5兆9,568億円	6兆6,471億円	11.59%
C. デジタル系分野	1兆9,478億円	2兆382億円	4.64%
総計	16兆5,054億円	17兆9,845億円	8.96%

引用：経済産業省_平成30年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）

物販系ECの分野別市場規模

分類		2017年		2018年	
		市場規模 (億円)	EC化率 (%)	市場規模 (億円)	EC化率 (%)
		※下段：昨年比			
①	食品、飲料、酒類	15,579	2.41%	16,919 (8.60%)	2.64%
②	生活家電、AV機器、PC・周辺機器等	15,332	30.18%	16,467 (7.40%)	32.28%
③	書籍、映像・音楽ソフト	11,136	26.35%	12,070 (8.39%)	30.80%
④	化粧品、医薬品	5,670	5.27%	6,136 (8.21%)	5.80%
⑤	生活雑貨、家具、インテリア	14,817	20.40%	16,083 (8.55%)	22.51%
⑥	衣類・服装雑貨等	16,454	11.54%	17,728 (7.74%)	12.96%
⑦	自動車、自動二輪車、パーツ等	2,192	3.02%	2,348 (7.16%)	2.76%
⑧	事務用品、文房具	2,048	37.38%	2,203 (7.57%)	40.79%
⑨	その他	2,779	0.80%	3,038 (9.31%)	0.85%
合計		86,008	5.79%	92,992 (8.12%)	6.22%

引用：経済産業省_平成28年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）

世界のEC市場ランキング TOP 5

5 Big Markets by Global eCommerce Sales

E-commerce sales as percentage of total retail sales in selected countries in 2017

EC業界のトレンドを牽引しているプレイヤー

amazon

楽R天

YAHOO!
JAPAN

即日配送

ポイント経済圏

最安値

ID・決済

オムニチャンネル

ビック
カメラ

ZOZO
TOWN

LOHACO

PURCHASE FUNNELで考えるECの役割

44%

Amazonの全米ECに占める割合

4%

Amazonの全米小売に占める割合

amazon go

amazon go

SHHRSRSLK

NO LINES
NO CHECKOUT

CHOCOLATE CANDY

MAKING IS EXCLUSIVE
TO THE
AMAZON GO STORES
FOR THE
AMAZON GO STORES

盒马鲜生 会员店

一つの結論

ECで全ては完結しない

アナログが持つ顧客価値を
テクノロジーの力で再定義し
新しい顧客価値を創造する

これからは
Cross Dimension
の時代

- ECマーケットの現状と潮流、そして課題アップ
- 当社のアプローチ

HOUSE STYLING

dinos LIVING

dinos with

www.dinos.co.jp
dinos

☎ 0120-337-337

お引越しいまどめ買い
キャンペーン
10OFF

dinos

透過光と反射光による脳の働きの違い

ディスプレイを見た時の反応

紙媒体を見た時の反応

紙媒体を見た時の方が
前頭前皮質が強く反応した
(被験者6人の合算データ)

©TOPPAN FORMS 2013

引用：「紙媒体の方がディスプレイより理解できる」ダイレクトメールに関する脳科学実験で確認 | ニュースリリース：2013年 | トップラン・フォームズ株式会社

ACQUISITION
-新規顧客獲得-

RETENTION
-顧客維持-

CONTENTS
-コンテンツ-

BEHAVIER
-消費者行動-

- ▶ 若年層の入り口
- ▶ 年配層との親和性

- ▶ リーチ確率
- ▶ コスト
- ▶ 頻度

- ▶ 潜在ニーズ/顕在ニーズ
- ▶ 参入障壁
- ▶ 希少性
- ▶ 資産性

- ▶ Attentionの飽和
- ▶ Discoveryへ

マーケターの知らない

「95%」

消費者の「買いたい!」を作り出す実践脳科学

A・K・プラディーブ[○]著

ニールセン ジャパン[○]監訳

仲 達志[○]訳

THE BUYING BRAIN

Secrets for Selling
to the Subconscious Mind

Dr. A. K. Pradeep

脳科学マーケティング1000の心理技術

顧客の購買欲求を生み出す脳と心の科学

ロジャー・ドゥーリー

Brainfluence
100 Ways to Persuade and Convince Consumers
with Neuromarketing

脳科学と神経科学の研究成果が明らかにした、
世界の市場で効果が実証済の「販売の科学」を徹底解説!!

知らない間に買っている
「欲しい」が生まれるメカニズム

「紙と(テレビと)WEB」の長所だけ使う

- ▶ (テレビの圧倒的リーチ力)
- ▶ WEBによる刈り取り
- ▶ カタログ(&テレビ)による「欲しい！」

WEBとカタログ(・テレビ)は特性が異なるメディア
対立構造ではなく相互補完

カスタマージャーニーに含まれる構成要素

サイト内で得られる中間データを活用し、
1to1かつリアルタイムな販促を紙で行えないか

さよなら平成キャンペーン

数に限りがあります。

対象商品 **3,100** **MAX** 円OFF & 最大 **70%** OFF
選べるクーポンプレゼント SALE開催中

4/25
|木|まで

最大3、100円のクーポンをはじめとした、ほしい商品に合わせて使える3種類の選べるクーポンをプレゼント。さらにMAX70%OFFのSALE商品も登場！

Society 5.0につながるConnected Industries

<社会の変化>

<産業の在り方の変化>

個々の産業ごとに発展

<技術の変化>

第1次産業革命
動力を取得
(蒸気機関)

第2次産業革命
動力が革新
(電力・モーター)

第3次産業革命
自動化が進む
(コンピュータ)

第4次産業革命
自律的な最適化が可能に
大量の情報を基に人工知能が
自ら考えて最適な行動をとる

Connected Industries

- ・様々なつながりによる新たな付加価値の創出
- ・従来、独立・対立関係にあったものが融合し、変化
→新たなビジネスモデルが誕生

- もの×もの
- 人間×機械・システム
- 企業×企業
- 人間×人間
(知識や技能の継承)
- 生産×消費
- 大企業×中小企業
- 地域×地域
- 現場力×デジタル
- 多様な協働

新たな
社会を形成
人間中心
課題解決型

最新テクノロジーで内容もタイミングも自動でパーソナライズ 第33回 「全日本DM大賞」グランプリ

宣伝会議 編集部
2019.03.01 掲載

いいね! 18

ツイート

B!ブックマーク 0

share

優れたダイレクトメール（DM）活用例を顕彰する第33回全日本DM大賞（日本郵便主催）の各賞が1日発表され、グランプリには「ディノス・セシールの「最新テクノロジーで自動化へ！ パーソナライズされた情報が欲しいタイミングで届くDM」が選ばれた。

お買い忘れはありませんか? サンプル花子様へ **dinos**

ピックアップオススメ商品!!

1 サスペンダー付き ライト デニム ワイドパンツ ¥4,612 (税込)

2 ソニッカー ダイヤモンドクリーン スマート ¥39,800 (税込)

3 Aladdin / アラジン グリッドアンドトースター ¥18,500 (税込)

送料無料

インターネット (モバイルスマートフォン・後付電話) 24時間受付

www.dinos.co.jp デイノス 検索

PICK UP ITEM ◎購入商品におすすめのアイテム

商品番号: 800-4634-01 ¥1,421
アイテム: フォレストグループ
ワンピース

商品番号: 800-2554-04 ¥1,702
アイテム: シェアードン
短ジーンズ

COORDINATE 01

夏の大人カジュアル

暑いけど涼しめたいときや暑くないけど涼しいとき、そんなお悩みの女子の悩みの解決策。女子のためのコーデは夏コーデを提案して取り入れよう!

夏のコーディネートをもっともっと
#CBK #CABC

メディア接触の地域特性を知り、エリア別プロモーションに生かす!

宣伝会議 6

MARKETING & CREATIVITY

新元号「令和」の力
— 従- 広告、経済への期待

47都道府県別に分析
メディア接触 & コンテンツ消費