



## ACROVEの出品者整理により売上急増 カート獲得率を上昇させ、リベルタの更なるEC強化の道へ

今、EC販売で急成長を遂げているのが、1997年に設立された株式会社リベルタです。商品企画会社として、国内外で数々の大ヒット商品を展開し、幅広い事業領域に拡大しております。ACROVEでは、Amazonでの出品者整理を支援しています。今回は、ACROVEのサポートによってどのように変化があったのか、ご担当のY様にお話をお伺いしました。



## ●多岐にわたる事業展開 リベルタのビジョンとベビーフットの誕生

—まずは、リベルタの事業概要について教えてください。

Y様: 1997年の創業当初は通信販売卸売り企業でしたが、現在は化粧品、アパレル、時計、食品など幅広い商品を扱い、100以上のブランドを所有しております。M&Aや子会社連携を通じて多岐にわたるビジネス領域を展開しております。リベルタは国内外の店舗販売やEC販売を通じて商品を提供し、海外では60カ国以上に展開するなど、多岐にわたる販路が特徴の企業です。

—シリーズ累計3,000万個を突破したリベルタの大ヒット商品、ベビーフットの開発秘話を教えてください。

Y様: 足裏の削らない角質ケアアイテムとして大人気のベビーフットは、弊社が初めて企画そして販売した商品です。1997年当初、「はいてみたら」という商品名で開発されました。もともと2時間の漬け置きパックとして発売されましたが、顧客の満足度向上を目指し、改良を重ね、赤ちゃんのようなふっくらつるすべ素肌をイメージし、「ベビーフット」として生まれ変わりました。25年以上の歴史を持つベビーフットが化粧品の軸となり、会社規模が大きくなるきっかけとなりました。



## ●通販課の苦闘と挑戦 カート獲得率が大幅に低下

—EC販売を強化していく背景について教えてください。

Y様:私は入社当時、約3年程店舗営業をしており、部署異動の末、現在の通販課に配属されました。私の管轄はECをはじめとする、例えばテレビ通販や紙面通販、カタログで商品売るような、つまりリアル店舗を持っていないところが管轄になっています。

実は当時、異動と同時に責任者を任され、部下が一人もいない状態でスタートしました。ちょうどコロナに入り自宅で考える時間が多くなり、法人別ブランド別で全て分析し直した結果、売上は拡大していたもののAmazonに対するテコ入れが圧倒的に弱かったことに気づきました。オフライン展開が主だった状況から、コロナ禍で売上が上昇傾向にあったECモール、特にAmazon拡販にも同時に力を入れていくことを開始しました。

—当時はどうのようにAmazon販売を進めていましたか。また、当時の売上はいかがでしたでしょうか。

Y様:当時、Amazonのマニュアルのようなものはありましたが読んでも理解できず、教えてくれる人はいなかったので手探りでずっと1人でやっていました。今まで何もやってこなかった0からのスタートというのとコロナの追い風というタイミングもあり、半年か1年くらいで少し売り上げは伸びましたが、それでも更に力を入れれば一層伸びると感じました。とあるコンサル会社さんと契約していたのですが、Amazonについてたくさん勉強をさせていただきました。またそこから1年くらい手探りで進めて少しずつ伸ばしていきました。

ここ数年Amazonでの売上が伸び悩みまして、その原因がカート獲得率の大幅な低下でした。Amazonのカートが大量に奪われてしまうといった事態が起き、今まであった売上が0になった商品もありました。弊社には当時こういった対策のノウハウがなく、上昇傾向にあった売上のペースが低迷していきました。



●3社の中から最終的にACROVEを選んだ、ズバリ決め手とは？

—そうした中、2023年4月にACROVEがAmazonのサポートを開始させていただきました。数あるコンサル会社の中から、私たちACROVEを選んだ決め手はなんだったのでしょうか？

Y様: ACROVEからは営業でお声がけ頂いていたのですが、実は他に2社、私から声をかけておりました。その中でも、ACROVEは他の2社と比べてレスポンスが早く、Amazonのセラーセントラルに特化した企業がいる中で、セラーセントラルだけでなくベンダーセントラルにも強みがありました。これが最終的にACROVEを選んだ決め手です。

—ACROVEを選んでいただき本当にありがとうございます！ACROVEが支援したことで、どのようなところが助かっていますか？

Y様: 一番助かっている部分でいうと、出品者様への連絡ですね。そこに一番工数がかかっていたので負担が激減し、非常に助かっています。それだけでなく、弊社では情報を共有できる仲間がいなかったのが、Amazonの情報がACROVEと共有できるようになって、とても助かっています。

- 出品者整理により、3桁以上の出品者数を8割減に  
単月売上が400%UP！

—ACROVEとの協業前と協業後を比較するとどのような数字の変化があったのか、具体的に教えてくださいませんか？

Y様: ACROVEにサポートをお願いした結果、昨年同月比で売上が驚異の400%増加しました。ACROVEのおかげでカート獲得率が大幅に上昇し、ほぼ100%に達しました。これにより、今までカートが取られて流れてしまっていた売上を取り戻すことができました。また、その影響で広告配信もスムーズに運用できるようになりました。

—ACROVEと協業させていただいてから、弊社青木と吉川が担当させて頂いておりますが、何かエピソードがあれば教えてください。

Y様: とにかくコミュニケーションですね。以前は分からないことがあったら自分で調べるしかないという状況でした。そういったところでACROVEとコミュニケーションが取れているのは非常に嬉しく感じています。また、ACROVEがいることによって、やり方や考え方の幅が広がりましたね。新たに相談相手ができ、Amazonに詳しい社員が増えた、チームが拡大したと感じています。



## ●EC強化への転換

### リベルタの新たな方針とACROVEとの今後の行方

—嬉しいお言葉、本当にありがとうございます！今後のEC事業の展開に向けて抱負をお聞かせください。

Y様:弊社はこれまでオフライン流通が主軸になっていたのですが、時代背景もあり、**これからはEC(特にAmazon)を一層強化していこうと、会社の考え方も変わってきました。**

テレビでの紹介や、昨今のSNS普及により、お客様が今まで以上に情報を手軽に収集できる時代へと変化してきました。今後は**オンライン・オフライン両軸**で、いつでも、どこでもリベルタの商品を買っていただけるような体制構築を目指していきます。

—最後に、今後のEC事業の中でACROVEにどのようなことを期待されているか教えてください！

Y様:これから更に勢いをつけていかないといけないので、**ACROVEと一緒にAmazonの広告施策や販売戦略など相談しながら売上を伸ばしていければ**と思っています。弊社としても、ECに対してかなりの期待値がありますので、更なる売上向上に向け、次のステップとして一緒に試行錯誤していければと考えてます。

—青木さん、吉川さん、Y様の言葉を受けて、改めてリベルタをご担当されたときの気持ちと、今後の更なる売上拡大に向けた抱負を聞かせてください。

青木:担当させていただくことが決まった当初、売上の伸長率が低迷しているというお話をいただきました。問題はカート獲得率にあることが明確だったため、カート獲得率の回復に向けて施策を実行してきました。

サポート開始し、売上が回復しているというお話をするたびにとても嬉しい気持ちになり、毎回のミーティングを楽しみにする程でした。今後はAmazonに限らず、**リベルタのEC売上全体をUPさせるサポート**ができればと考えています。

吉川:今後出品者整理はもちろんですが、その範囲に留まらず、私がこれまで培ったノウハウや知見を、定期的に共有できればと思います。季節性商品を数多く取り扱っているため、3か月後や半年後など年間を通して計画を立てていけたらと考えています。それぞれの**ブランドの特性を理解し、更なる売上向上を目指すための販売戦略と一緒に検討していきたい**と感じています。