

日比谷花壇

事例紹介インタビュー

VOICE



01 | 商品・サービスへのこだわり

02 | 個人アフィリエイトパートナーから
NO.1の支持を受けた理由

03 | 個人アフィリエイトパートナーに
対する想い

04 | アフィリエイトの価値・リンクシェアの意義

05 | 社内運用・社内理解

06 | 今後取り組みたいこと

07 | メッセージ

Interview



「日比谷花壇」様

リアルイベントは「ファン」作り。販促効果だけでなく、付随するものに大きな価値がある。

消費者目線を持ったアフィリエイトパートナーからの「気づき」がwebサイトや商品開発に役立っている。



hibiyakadan.com

01、商品・サービスへのこだわり

－「日比谷花壇」の特徴、こだわりを教えてください。

立原さま：

私どもは花やギフトを通して、贈る方も贈られる方も、双方のお客様を幸せにする、という信念があります。企業理念にもありませんように「人々の暮らしへ愛と感動のシーンを提供する」ことが「日比谷花壇」の使命とっております。

－面白い取り組みもございますよね。

日比谷公園でやってらっしゃる・・・

渡辺さま：

「日比谷公園の中心で妻に愛を叫ぶ」略して「ヒビチュー」ですね。このイベントは1月31日の「愛妻の日」をきっかけに、言葉に出して言えない愛と感謝の気持ちを「花」とともに伝え、夫婦の絆を深めよう”と呼びかける当社の取り組み「愛妻の日 男の帰宅花作戦」の一環で行うもので、2014年で7回目を迎えました。愛妻家の方に集まっていたいて、奥様への気持ちを大声で叫んでいただくというところあたたまるイベントです。

(日比谷公園の中心で妻に愛を叫ぶ：

<http://aisai.hibiyakadan.com/>)



日比谷花壇 立原さま(左)、渡辺さま(右)

立原さま：

花は「母の日」のイメージが強いですが、実はそれ以外にも「父の日」「敬老の日」「クリスマス」「ホワイトデー」そして、「愛妻の日」など、感謝を伝える行事・イベントにもフラワーギフトの需要があります。そういう気持ちを伝える、愛を伝えるイベントのようなものはweb、リアル問わず、コラボも含め、いろいろと積極的に取り組んでおります。

ECサイトは、2001年から、立ちあげており、アフィリエイトも同時にスタートしております。ちょうど昨年の10月にもサイトのリニューアルを行い、常にお客様が楽しんでいただけるサイトを目指し、日々改善を心がけております。

－常にお客様目線、お客様の感動のために、ということなのですね。

「日比谷花壇」というとやはり品質が良い、というイメージが強いのですが、それ以外の特徴、こだわりはございますか。

「日比谷花壇」について

<http://www.hibiyakadan.com/>

創業は明治5年。全国に約180店舗を展開するフラワーショップ。

リアル店舗とオンラインショッピングにて、季節やイベントにあわせてフラワーギフトを販売しています。

贈る方の気持ちが伝わる、最適なギフトを企画・ご提案しています。

リンクシェア・サービスの導入は2001年4月。とても早い時期から継続して利用いただいています。毎年リンクシェア・ジャパン主催で開催される LinkShare Award にて、2013年度最もアフィリエイトパートナーから支持をされた広告主に贈られる「Most Popular Advertiser of the Year 2013」を見事受賞。受賞に至った理由、また長年リンクシェア・ジャパンを活用しているからこそ見える、真のアフィリエイトの価値、そしてリンクシェア・ジャパンの貢献度を単刀直入に伺い、真摯にお答えいただきました。

インタビュー実施日：2014/3/13

【LinkShare Award】

リンクシェアが各国で開催するグローバルイベント「LinkShare Symposium」の中で開催される表彰式です。リンクシェア・ネットワーク内の広告主・アフィリエイトパートナーの皆様へ感謝の気持ちを伝えるとともに、その中から特に優秀なサイト様を表彰しています。

Voice 事例紹介

立原さま:

日比谷花壇は品質面でのこだわりはありますが、それだけではありません。

花を通じて気持ちを届けるのが私たちの役目ですので、お届け先様・贈り主様にご満足いただけるような商品開発・サービス設計・サイト作りを心がけております。そして、そのこだわりをアフィリエイトパートナー様に、わかりやすく伝えられるよう、日々の密接なコミュニケーションを進めております。

渡辺さま:

特に日比谷花壇には、4点のこだわりがあります。第一に花の品質です。

2つ目に、デザイン力です。デザイナーがお花のセレクト、デザインはもちろんですが、色合い、付けるリボン、ピック、花器などまで企画し、日々試行錯誤しながらフラワーギフトを創っております。

3つ目のこだわりは、配送サービスです。すべての商品で、配送テストを行っています。不安定な商材であれば固定する資材も専用に作っており、商品を確実にお届けするところまで、責任を持って取り組んでいます。最後の4つ目は、接客接遇です。電話対応に関しては、コールセンターがございまして、お花の知識が豊富なオペレータがたくさんおります。お客様の想いやご要望をくみとり、花の選び方や贈り方、おすすめの商品をご提案しています。WEBや店舗だけではなく電話でのフォロー体制も含めて、いかに安心してご利用いただけるか、に気を配っております。

「なるほど。見えないところにもこだわりがあるんですね。これも贈る側、贈られる側双方のお客様へのおもてなしですね。」

02、個人アフィリエイトパートナーからNo.1の支持を受けた理由

「-では改めまして、「Most Popular Advertiser of the Year 2013」の受賞、おめでとうございます。率直に感想をお伺いさせていただきます。」

渡辺さま:

ありがとうございます。受賞できたことは、本当に驚きでした。

立原さま:

ありがとうございます。リンクシェアでアフィリエイトを開始して、14年目になります。また、大変ありがたい事に多くのアフィリエイトパートナーの方々に毎年たくさんのご協力・ご支援をいただいております。賞を取ることでこれまでの御礼と恩返しが少しだけできたのかなと思っています。定期的にいろいろなキャンペーンを実施してきたので、積み重ねてきた継続的な活動が、多くの方からご評価いただけたのかなと感じており、大変嬉しく思います

渡辺さま:

ノミネートいただけたことだけでも非常に嬉しいことでした。弊社は一花屋であり、特殊なカテゴリということもありましたので、その中で選んでいただけたのは、大変光栄でした。

立原さま:

受賞後にたくさんのアフィリエイトパートナー様から「おめでとう」と言葉をいただきました。お祝いメールもいただきましたし、(Award)当日も直接声をかけてくださって、中には本当に涙ぐんで喜んでくれた方もいらっしゃいました。自分たちより周りの方が喜んでくださっていて、それが何よりうれしかったです。



中央: 日比谷花壇担当営業 リンクシェア大越

「一人気賞の集計をさせていただいていいる中で、日比谷花壇に投票された方から「問い合わせのレスポンスが早い」「テンプレートではなくきっちと対応してくださっているのが感じられる」という声が多数ありました。日頃、意識していることはありますか。」

立原さま:

「即対応」を基本として心がけています。「バナーが貼れない」、というような基礎的なご相談もあるのですが、そういった部分でも、困っていらっしゃったらすぐ連絡します。急ぎの場合は、個人の方でも電話番号をお知らせ下さっている方には、電話をすることもあります。とにかく、メールなり電話なりで、即対応するようにしていますね。

渡辺さま:

たとえば、イベント終了後、ご自宅に帰られてからご質問のメールをよくいただきますが、すぐに関連部署に共有して調査し、なるべく早くお返事することを心がけています。

「一どのような取り組みが個人アフィリエイトパートナー様からNo.1の支持につながったと思いますか? と伺いたかったのですが、..このような日々の対応の結果かなと感じます。他にもございますか。」

立原さま：

強いて言うなら、リアルイベントを定期的
に開催してきた、ことでしょうか。店舗も活かそ
うと、日比谷公園店の店舗ツアーを実施し
たり、社内のフラワーアカデミー教室を貸し
きって「ミニサロン」といったリアルイベントを
季節毎に開催したり、そのようなイベントを
通じて顔を付け合せ続けたことで、ご支持い
ただけたのかなと思っています。

参考リンク：

>> [\[イベントレポ\]「クリスマス&お正月」フラワーギフトサロン](#)
>> [\[イベントレポ\]敬老の日フラワーギフトサロン](#)

03、 個人アフィリエイトパートナーに 対する想い

一積極的に個人の方とネットワークを広げ
ていच्छやいますが、御社にとって、その
目的、メリットをお聞かせください。

立原さま：

そうですね、弊社の目的はまず、日比谷花
壇のファンになってもらいたいと思っていま
す。当然、アフィリエイトを活用して、報酬を
あげていただきたい、というのはもちろん前
提としてありますが、ただ、なかなか「販売
協力をお願い」だけだと、アフィリエイトは
成功するものではないと私は考えています
。ですので、それよりもまず、日比谷花壇を
知ってもらい、ファンになっていただきたい、
というスタンスでいます。そのためには、な
るべくリアルイベントやメールでコミュニケー
ションを増やして、接点を何回も作って、と
にかく日比谷花壇に馴染んでもらおう、味方
になってもらおうという試みで日々取り組ん
でおります



渡辺さま：

個人の方も、一緒に売っていただくパート
ナーであります。

リアルイベントは、実際にそのパートナー様
にお会いできて、お話もできて、コミュニケー
ションとりつつ、商品の魅力も伝えられて、
その分レビューも丁寧に書いていただける
ので、弊社としてはすごくありがたいです。

立原さま：

リアルイベントが終わると、アフィリエイトパ
ートナー様から、書きました！と、ありがた
いことにその日のうちに、すぐにご連絡をい
ただくこともあります。ですので、こちらも、き
ちんに対応させていただきたいですし、失礼
な返答はできません。一つ一つ記事をみて
、「あ、この表現いいですね」とか「あ、ここ
のところは私たちも全然気が付かなかったと
ころなので、参考になります」など、素直なコ
メントを付けて返信しています。

花自体のことだけでなく、ラッピングの裏地・
オプション商品のディティールなど、細かな
ところまで記事を書いていただく事もあり、
パートナー様から教えていただくことも多く、
大変勉強になります。弊社にとっては、この
ようにいい「気づき」がたくさんあるので、非
常にありがたいですね。

04、 日比谷花壇にとってのアフィリエ イトの価値、リンクシェアの意義 とは

一御社にとってのアフィリエイトの価値はど
こにあるのでしょうか。

渡辺さま：

アフィリエイトパートナー様は、いわゆる消
費者目線をもっていらっしゃるのので、そうい
う方にリアルイベントを通して、実際に商品
を見ていただき、その方たちの言葉でレビュー
を書いていただけるというのは、ブランド認
知の向上にもとても効果的だと思います。
弊社としても大変助かっておりますし、得る
ものも大きいと思います。

立原さま：

リアルイベントに臨む場合、私たちだけでは
なく、商品企画担当や、プロモーション担当
、サイト運営担当、店舗担当なども巻き込ん
で参加しております。部署によっては直接「
お客様」と会う機会も少なく、実際どう見て
、どう感じていらっしゃるか生の声を聞ける
のは大きいと思います。

また、アフィリエイトパートナー様は、エンド
ユーザーとはちよつと違う位置づけで、消費
者目線をお持ちなので、色々参考になる
ことが多いですね。「気づき」をもらえる事が
とても多く、そういうことも、大きなメリッ
トです。

花やギフトをからめた企画提案を通して色
々と新しい試みにチャレンジできるのでは
と考えています。

一先ほど、アフィリエイトはwebを立ち上げた
当初から、リンクシェアを利用してくださ
っているということなのですが、永くお付き合
いをしてくださっている理由があれば、お聞
かせください。

立原さま:

まずはリンクシェア様の特徴である、ネットワークの健全さというのが上げられます。だからこそ、安心して続けられます。あとはやはり、きちんと営業担当が付き、親身になって色々と仲介していただけるのは、ひとつの強みだと思います。また、サポートが手厚く、適宜アドバイスをいただけますので、最適なパートナーだと感じています。

渡辺さま:

以前リンクシェア様と「アフィリエイトでは血の通った取り組みができる」というお話をさせていただいて、日ごろの業務を通じて本当にその通りだと思いました。そういうところが、他のweb広告やASPとは違うと感じています。

「一きつと御社の「個人の方を大切にしよう」というその姿勢があるからこそ、弊社が生きているのかなど、感じます。実際に手を動かしてくださっていて、コミュニケーションもきちんと取ってくださっている。すべてイレギュラーだと思いますので、負担はどうしてもかかる。でもそこをきちんと対応していらっしゃる。きれいな言葉で言えないですが、腹をくってご対応されているのだなと感じました。個人のアフィリエイトパートナー様に支持された理由が改めてわかります。

立原さま・渡辺さま:
ありがとうございます。

05、 社内運用と社内理解

「他サイトご担当者さまとお話をすると、アフィリエイトは社内ではなかなか理解されないと悩んでいらっしゃると思うこともありますが、そのあたりはいかがでしょうか。」

立原さま:

先にもお話したとおりリアルイベントには、アフィリエイトと直接関係のない部署からも参加してもらっています。参加した人間はそこで気づくことがあるので、その「気づき」を通して、社内理解が進んでいるのかなど、思っています。

渡辺さま:

サロン開催後、参加アフィリエイトパートナー様が作成してくださったレポートを活用して社内に報告をしています。イベントをやっていることがきちんと身になっている、ということ報告し、何のためにこのような施策を実行しているのか、理解してもらっている状況です。

「先ほど、サロンやフェアなどのリアルイベントは「ファン作りのため」と伺いました。しかし、正直リアルイベントは、すぐに売り上げに結びつくものではないと思います。それでも年に何回も開催していただいて、人件費、会場費、商品代等もかかると思いますが、社内でも、「ファンになってもらうため」という理由で理解いただけたのでしょうか。」

立原さま:

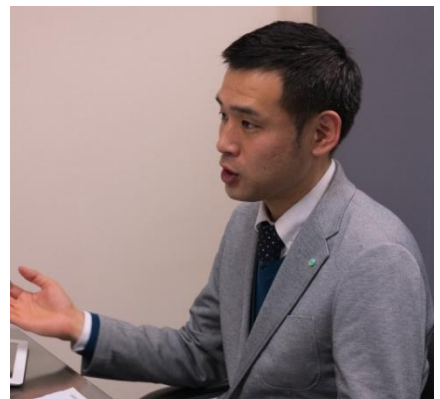
単純な販促効果だけではなく、「ファン作り」のために実施したいという方向性を、上長・会社全体にも伝え、少しずつではありますが、理解・納得をもらっております。また、花は母の日やクリスマスなどの季節での用途

も多く、年に1回ではなく、定期的に季節ごとに応じて継続して実施したいと説明しました。最初から、やるからには、年に数回、毎年やり続けます、と。それでOKを頂きました。

「最初から「やるからには、年に数回、毎年やりたいです」ってされたのはすごく大きかったですね。」

立原さま:

数字だけではなく、付随するもの、ファンになっていただきブログを書いてもらう、それがアーカイブとして残る、口コミが広がる、あとは逆に気づきをいただけるので、その意見を取り入れて、商品開発なり、写真の取り方なり、活かせる部分がある。イベントを続けることでそういった文化のようなものが社内に浸透していているのでは、と感じています。



Voice 事例紹介

06、
2014年取り組みたいことは

—今年なにか、取り組みたいことなどがあれば教えてください。

渡辺さま：

大変名誉ある賞をいただいたので、引き続き信頼をさらに強めていけるように、イベントも継続的にやっていきたいですし、個人パートナー様とのお付き合いを大切にしつつ、あとは、法人パートナー様との取り組みにも強化していきたいと思っております。

立原さま：

この5月は、サイトリニューアルしてからはじめての「母の日」を迎えます。花贈り最大のイベントを通して、多くのアフィリエイトパートナー様のご支援をいただきながら、全国でたくさんの笑顔の花を咲かせられるよう全力でがんばってまいります。

参考リンク：

>> [日比谷花壇 母の日特集](#)

—スマホ対策はされていますか。もしくは、お客様が結構スマホから買うようになってるなあ、などの変化を感じますか。

立原さま：

そうですね、やはり昨今の今頃と比べたら多くなってきています。最適化はもちろん進めておりますし、スマートフォンでも購入しやすいサイト作りや見せ方を部署全体で日々考えております。

—「母の日」など、「あ、申し込まなきゃ」と思い出して、通勤中にスマートフォンで探して購入、というようなシーンが広がりそうですね。

—広告主同士のコラボレーションなどはいかがですか？

渡辺さま：

ぜひとも実施したいですね！

立原さま：

昨年はエノテカ・オンライン様、プレミアムバンダイ様とコラボレーション企画を実施させていただきました。バンダイ様はそれこそ、昨年のSymposiumで名刺交換をさせていただいてからのお付き合いです。

なかなか「主役」にはなりづらいのかもしれませんが、どんなイベントであっても、気持ちを伝える『花』は、欠かせない要素であると思っております。そういった特性もあるので、いろいろな広告主様とのコラボレーションも企画・提案しやすいと感じています。

07、
アフィリエイトパートナー様への
メッセージ

—アフィリエイトパートナー様向けの一言をいただけますか。

渡辺さま：

一年中、その時々々のシーズンにあわせて、色々な商材を扱っております。出来ることもたくさんあると思うので、新しいことにも一緒にチャレンジしていきたいと思っております。今後の予定はまず、6月のリンクシェア・フェア 2014に参加予定ですので、たくさんの方と色々なお話をさせていただきたいです。

立原さま：

もちろん日比谷花壇の紹介もしていただきたいですが、まずは日比谷花壇のファンになっていただきたいというのが、私たちの変わらない想いです。

08、
広告主へのメッセージ

—最後にこれからアフィリエイトを始めようとしている広告主へのメッセージをお願いいたします。

渡辺さま：

ビジネスパートナーとして、現在、多くの方が提携してくださっています。その方々一人ひとりと、ビジネスパートナーとして一緒にやっているという意識で取り組んでいます。法人も個人も、すごくバラエティ豊かなサイト様と、色々な取り組みが出来るのはアフィリエイトのメリットだと思います。

立原さま：

アフィリエイトを活用すれば販売効果も期待できますが、それ以上に、多くのパートナー様と一緒に活動を共にしていくことで、自社商品・自社ブランドのあらたな価値を発見できるチャンスもたくさん生まれてきます。アイテム・サービスの改善にもつながるので、活用次第で様々な可能性が広がっていくと思います。

また、新しく参加される広告主には「一緒にコラボしましょう！」とお伝えたいです。花業界・ギフト業界を盛り上げていきたいので、リンクシェア様の力をお借りしながら、ぜひ一緒にチャレンジしていきたいですね。

—ありがとうございました！！

Voice 事例紹介



【プロフィール】

立原 三樹夫様 / 渡辺 優佳様

株式会社 日比谷花壇

EC事業部 HKオンライン営業グループ

hibiyakadan.com

企業HP

Facebook

<http://www.hibiyakadan.com/><http://www.hibiya.co.jp/><https://www.facebook.com/hibiyakadan>

本事例中に記載の肩書や数値、固有名詞等は掲載当時のものであり、閲覧される時点では、変更されている可能性があることをご了承ください。事例は特定のお客様での事例であり、すべてのお客様について同様の効果を実現することが可能なわけではありません。



For more information, please visit our web site,
<http://jp.linkshare.com/> / <http://www.linkshare.ne.jp/>
or please contact us <http://jp.linkshare.com/inquiry/>

R Rakuten
LINKSHARE™