タイトル
「たった6時間でJOORの導入を決断。デジタル化への想いを語る。」

今回はMAGIC STICKで国内セールスを担当されている渡部さんと海外セールスと生産業務を担当している鱒渕さんにお話を伺いました。MAGIC　STICKは日本のストリートファッションブランドで、ディレクター・今野直隆氏が2011年春夏シーズンよりスタートしました。今野氏の音楽や文化的なバックボーンを反映したハイクオリティな商品を提案し、その人気は国内にとどまることなく、海外でも人気を博しているブランドです。そんなMAGIC STICKさんにJOOR導入の背景からその後の活用などについてお話を伺いました。

（左：国内セールス担当の渡部さん、右：海外セールスと生産業務担当の鱒渕さん）

＋JOORを知ったきっかけ
もともと海外のサービスであるJOORですが、どのようにしてJOORを知っていただいたのでしょうか。

渡部さん：「当時、我々のKPIに新規取引先数の増加というものがあり、なかでも海外の取引先を増やしたいという想いが強くありました。海外の新規取引先を増やすために色々とコンテンツ力があるサービスを探していたところ、弊社の今野がweb業界紙に掲載されていたJOORをたまたま見つけて、その紹介を受けたのがJOORを知ったきっかけです。ほんとにたまたまですね。（笑）」

鱒渕さん：「2020年4月頃からコロナでどんどん市況が悪化していき、展示会も開催できずに困っていたところだったので、たまたまではありましたけど、あの機会にJOORを知れて本当に良かったです。」

直接の展示会の開催が難しくなったからこそ、デジタル化に対応していく事は不可欠だったようです。

渡部さん：「我々としても社内でデジタル化を進めていこうという状況でのJOORとの遭遇だったの

で、本当にラッキーでした。」

JOORに関するリモートでの商談後、6時間後にはサイン入りの契約書をお送り頂いたことがとても印象に残っています。そこまで早く決断できたのはなぜでしょうか。

渡部さん:「ぶっちゃけた話、JOORの導入に関しては商談中にほぼほぼ決まっていました。もちろん、展示会が迫っていたというのもありますが、それよりもオーダーを取った後の集計などのバックオフィス業務を鱒渕と二人で行っていたので、もっと効率化を図りたいと思っていた部分が大きいです。実際に話を聞いていくと、想像以上に我々のバックオフィス業務の負担が軽減されることを知り、すぐにJOOR導入を決めました。それが6時間の裏話です。(笑)」

＋導入前と導入後の変化
JOORを導入する前と実際にJOORを導入して以降は、具体的にどのような変化があったのでしょうか。

渡部さん:「導入前は、例えばオーダーを取る際にお客様にエクセルシートを渡して、それを返却してもらい次第、また別のエクセルシートに入力するという作業を手動で行っていました。JOOR導入後は、これらをオンライン上で完結させることができますし、JOORからエクスポートしたデータも簡単に弊社の既存のフォーマットに合わせることができるので本当に楽になりましたね。導入前の作業は本当に僕たちの中でネックになっていた作業だったのでとても助かっています！」

鱒渕さん:「渡部が話したように本当に楽になりました。これまでの作業を大幅に簡略化できるようになったことで「時間の削減」になったという点が個人的には大きな変化だと感じています。海外のお客様に関していえば、100%オーダー受注はJOOR上で行っています。」

JOORを導入いただいている他のお客様から、一部の国内大手の小売店さんはオーダーの際、独自のフォーマットを使用しているという話をお聞きすることがありますが、そちらに対してはどのように対応されていますでしょうか。

渡部さん:「確かに、大手の小売店のお客様からは独自のフォーマットで発注を頂いているケースがあります。ただ、そういった場合でも展示会は紙ではなく、iPadでピックアップ機能を用いてPDFファイルに落とし込んだものをもとに展示会後の打ち合わせを行っています。導入前は絵型などを書き込んだ独自のエクセルファイルを紙に印刷するなど、紙ベースでその都度やりとりを行っていたので、それに比べると大手のお客様に関しても大幅に楽になっています。時にはお客様に鉛筆を渡したりしていましたからね。(笑)お客様側の手間も省けていると感じています。」
※ピックアップ機能:気になる商品をJOOR上でピックアップし、後からでも商品を確認できる機能。

受注管理以外にもラインシートの作成機能や集計機能もありますが、これらに関しても従来の作業の手間は省けていますでしょうか。

渡部さん:「ラインシートに関していえば、僕たちはこれまでファブリックや組成をお客様には情報公開していなかったため、入力項目は多くなりました。ただ、それは一時的なもので、長い目で見たときにお客様に公開できる情報が増えたことや、ラインシートをオンライン化できたことを考えると、入力の手間がかかったとしてもそれ以上のメリットがあると思いますね。集計に関しても、非常に時間を削減できるようになりました。」

JOORには受注管理の効率化を図れるという側面以外にも、ブランドと小売店がマッチングできるマーケットプレイスとしての魅力の側面もあります。先ほど、海外の新規取引先を増やしたいというお話がありましたが、実際に新規の取引先は増えましたでしょうか。

鱒渕さん:「海外では3シーズンJOORを活用させて頂いていますが、新規の小売店からのコンタクトは何件かありました。国で言うと、マカオ、サウジアラビア、シンガポールなどですね。コンタクトを頂いて以降、それら新規のお客様とお取引をさせて頂いています。」

渡部さん:「こちらからも有名ブランドが取引しているリテーラーをJOOR上で探して、そこからコネクション申請をいくつか送っています。」

ブランド側も小売店側も双方向的に気になるブランド/店舗を探せる魅力を生かしていただけていて我々としても嬉しいかぎりです。しかし、新規の取引先が増える一方で、取引もしたことがないような相手への信頼的な不安もあるかと思います。その点に関してはいかがでしょうか。

鱒渕さん:「もちろん最初は不安な面がありましたが、全くの新規のお客様に対してはデポジットを事前に貰う形で対応していますので特に問題ないですね。この形で進めて以降は信用面での不安は大きく軽減されました。」

JOORはクレジットカード決済可能のStripe決済機能を提供し始めました。新規取引先からデポジットを預けることが可能になり、与信面に関する不安を払拭できます。

＋コロナの影響
年に2回パリと東京で展示会を行っていたということですがコロナで市況が変わって以降、多くのアパレルブランドがその影響を受けていると思います。MAGIC　STICKさんもやはりコロナの影響を受けていますでしょうか。

鱒渕さん:「もちろんリアルの展示会を開けないという点では影響を受けていますが、受注数は影響を受けていないですね。むしろ右肩上がりです。（笑）例えば、海外では21FWのオーダー数は特に多かったですね。」

＋お客様の反応
JOORに関するお客様からの反応はいかがでしょうか。

渡部さん:「お客様からの反応はとてもいいですね。バイヤーさんから、展示会から帰ってからも自由に商品を見ることができるのが良いという声も頂いています。これまではスワッチのみを渡していたので、JOOR導入前と比較するとバイヤーさん側もだいぶ便利になったと感じているようです。」

＋今後JOORに改善を期待すること
MAGIC　STICKさんにはJOORの機能を数多く活用して頂けているようですが、こういった機能があればさらに良くなると感じる部分はありますか。

渡部さん:「かご落ち機能的なものがあると嬉しいですね。展示会などでお客様に商品をピックアップして頂いても、それを忘れている事って結構多いんです。Amazonとか楽天で買い物かごに入れていた商品のリマインドがメールで送られてくると思うんですけど、あんな感じのイメージです。そういったリマインド機能があると嬉しいですね。」

リアルなご意見をありがとうございます。リマインド機能など、お客様からの要望に合わせたサービスを今後さらに拡充させていければと思います。

MAGIC　STICKさん、貴重なお話をありがとうございました。これからの益々のご活躍をお祈りすると共に、少しでもJOORがその一翼を担えるように更なるサービス向上に取り組んでまいります。