

いい感じのことを泥臭く

mokuji

▶ 自己紹介

▶ いい感じの事例

case.1 | セルフ卸

case.2 | RPP広告

case.3 | 店舗サービス

▶ 質について

▶ 量について

01

自己紹介

introduction



-ice break-

ブランド

恵比寿刃 | ARTFIRE | ORNOIR

販売チャネル

楽天 | Amazon | yahoo | 自社 | 卸

座右の銘

人生、喜ばせ合戦

おもしろ、おかしく、ためになる。

02

いい感じの事例

case studies

▼ case.1

セルフ卸

1. サンプルを1000件配布
2. 卸契約を締結
3. 自社専用ページで購入

▼ case.1

セルフ卸

サンプルを1000件配布

- AIでリスト抽出
- 同梱物作成 お手紙 & カスタマイズ
- 発送作業（自社スタッフ）



case.1

セルフ卸

卸契約を締結

- 電話で説明
- 契約書締結

取引条件・掛率・NGルート等





case.1

セルフ卸

自社専用ページへ案内

- 専用URL & PASSを発行
- 卸専用ページで購入



case.1

セルフ卸

25 / 300

100000

-150万円

展示会費用

-2カ月

資金回収

5-10% ↑

利益率

広報

サテライトショップ

▼ case.2

RPP 広告

1. 方針設定

2. 毎日3回メンテナンス



case.2

RPP 広告

方針設定

- ROAS重視
安定フェーズ
- 広告費削減
自社へ回す

| 運転 | 広告運用 |
|---------|----------------|
| アクセル | 広告費を投入する |
| アクセルを抜く | 費用を抑える、調整する |
| ブレーキ | 無駄な広告・ターゲット |
| 坂道 | 市場の変化（イベントや競合） |
| 信号 | タイミング、媒体の最適化 |
| ナビ | 目標（CV地点・KPI） |



case.2

RPP広告

メンテナンス1日3回

- 細かな調整

 - 3位狙いとか

 - あえて止めてみるとか

- 市場の変化

 - 月次レポートにはでない情報



case.2

RPP広告

450% → 610%

90回

調整した数

72000円

間違えた数

-20%

広告費用

▼ case.3

店舗サービス

1. 名入れサービス

2. キャンペーン

▼ case.3

店舗サービス

名入れサービス(これから)

- アップセル

- 差別化

競合との差別化

自社とプラットフォームの差別化





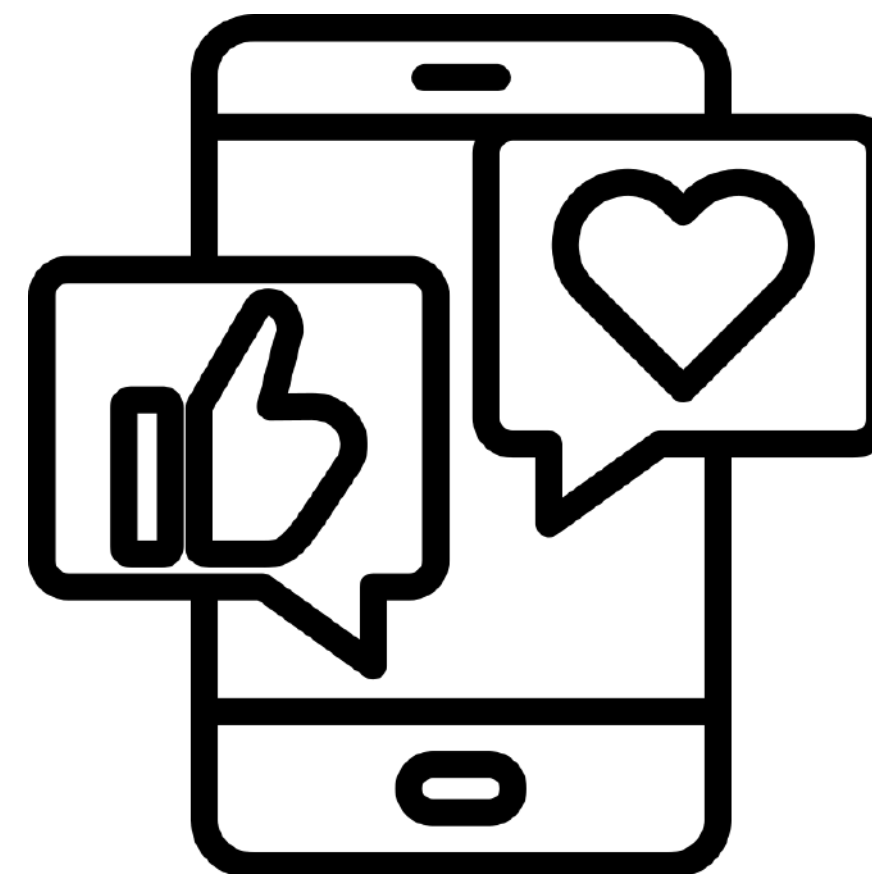
case.3

店舗サービス

キャンペーン (これから)

- 広報

認知・拡散・UGC



▼ Topic

いい感じのことを泥臭く

いい感じのことを泥臭く

質

量



Topic

質

×

量

03

質について

Quality

▼ いい感じのことを泥臭く

質とは何か？

▼ いい感じのことを泥臭く

中身がどれだけ**濃い**か・**価値があるか**”を問う概念

単なる効率ではなく、“**意味のある濃さ**”

▼ いい感じのことを泥臭く

質 × AI

| カテゴリ | 内容 |
|-----------|----------------------------------|
| レビュー・顧客分析 | レビュー感情分析、満足度予測、返品理由の自動分類 |
| 広告・販促最適化 | ABテスト分析、ターゲティング広告、コピー生成、離脱クーポン配布 |
| レコメンド機能 | 購買履歴や行動履歴に基づく商品提案 |
| 接客・顧客対応 | チャットボット接客、自動返信文作成、FAQ自動生成 |
| 在庫・仕入管理 | 需要予測、在庫補充アラート、滞留在庫対策提案 |
| 商品開発・企画支援 | SNS分析によるトレンド抽出、画像からの商品タグ自動付与 |
| デザイン補助 | 名入れレイアウトの自動確認、ページ改善提案 |
| 自動化・業務効率 | 日報生成、マニュアル整備、FAQ更新 |
| 多言語対応 | 海外交渉文の自動生成、翻訳サポート |
| サービス改善 | 定期購入の解約予兆検知、ポップアップ最適化 |
| 高度な演出 | AI接客アバター、ペルソナ別広告文作成 |

▼ いい感じのことを泥臭く

質 × 人

| カテゴリ | 内容 |
|--------------|-----------------------------------|
| 接客・顧客対応 | クレーム処理、謝罪文の感情表現、VIP顧客対応、人間的な気遣い |
| 感覚や文化の理解 | 地域文化・雑談の空気感、におい・風合いの評価、感覚的な売場設計 |
| 職人技・個別対応 | 手作業による制作、突発的な現場判断、マニアック商品の分類 |
| 組織内コミュニケーション | 社内調整、教育、モチベーション管理、人間関係の構築 |
| クリエイティブ分野 | 手書きPOP、ブランド特有の表現、直感的な商品企画、あえて外す演出 |
| 倫理・責任問題 | 判断の根拠説明、差別的表現の制御、法規制（薬機法・景表法など）対応 |
| データ依存性 | サンプルが少ない商品・新商品への対応、未知の状況に対する柔軟性 |

04

量について

Quantity



いい感じのことを泥臭く

量とは何か？

▼ いい感じのことを泥臭く

無意識領域？

回数・頻度・時間など数的に積むこと

ただの回数ではなく、意識的反復

▼ いい感じのことを泥臭く

シンクロニシティ？

セレンディピティ？

無意識領域？

デジャブ？

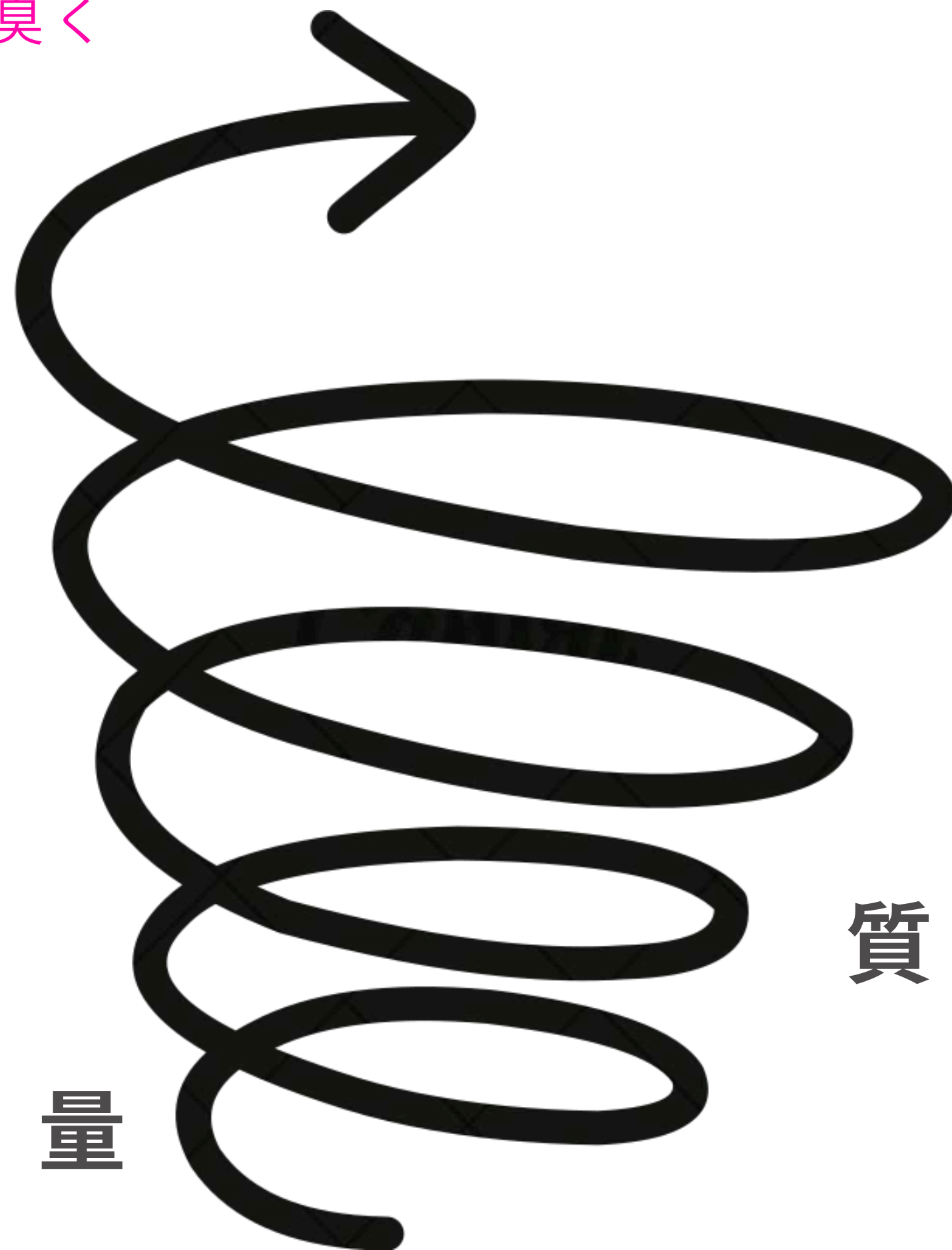
呪い？w



いい感じのことを泥臭く

量

量



質

質

▼ いい感じのことを泥臭く

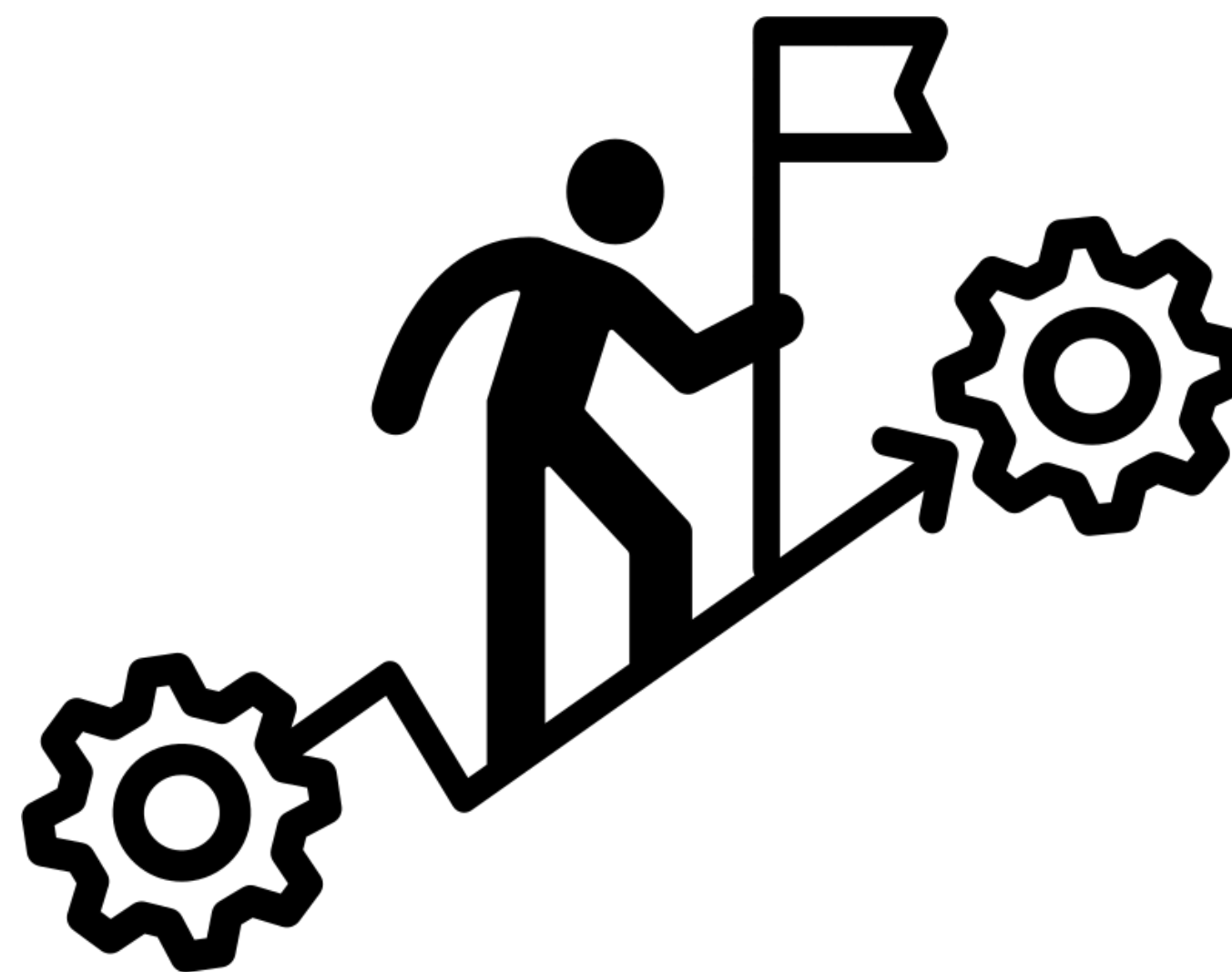
マイルール化

毎日3回チェック！

毎日1冊読む！

3回なぜを繰り返す！

ゲーム性を取り入れる



Thank You!

おしまい

BUPPAN.2025.6