



## 株式会社日比谷花壇

# 花と緑のポータル・サイトを目指し 主力ECサイトを基盤から再構築

## フレームワークをベースにコンテンツ管理も効率化

### ■要件

時代変化のスピードに合わせて、複数のWebサイトを個別に構築していたが、多様な消費者に商品・サービスを統合して提供できる仕組みへの転換を検討した。コンテンツ管理など運用効率化も不可欠だった。

### ■ソリューション

主力ECサイト「hibiyakadan.com」を拡張性の高いフレームワーク製品で刷新し、サイト統合の基盤にする。ECサイトの基本機能やコンテンツ管理などが複数のサイトで共通に利用できる上、開発環境が標準化する。

### ■成果

新サイトの構築により、販売商品の閲覧性や検索性の向上、利用状況に応じた情報表示などが実現し、顧客とのコミュニケーションを強化できた。きめ細かい機能を追加したが、約8カ月で開発を完了した。

### 成長するEC事業の強化に向け 主力サイトの全面刷新を計画

卓越した商品力とホスピタリティーに溢れるサービスで名高い日比谷花壇。「花と緑を通じて豊かな社会作りに貢献する」という企業理念のもと、同社は全国190以上の店舗での花卉販売を中心に、ウェディングなどのフラワー・コーディネート・サービス、各種緑化事業、フラワー・デザイン・スクール運営など幅広いビジネスを展開している。

同社は、ITの活用にも積極的だ。古くはパソコン通信の時代にギフトの扱いを開始、インターネットが普及した1995年にはWebサイトを開設している。2001年には主力サイト「hibiyakadan.com」を立ち上げて個人向けEC（電子商取引）事業に本格進出した。

そのEC事業をより強化するため、同社は2006年に「hibiyakadan.com」の全面刷新に着手する。

常務取締役 情報戦略本部 部長の川村秀一氏はその背景を「サイトに会社名が付いていることを踏まえ、当社の事業全体を象徴するフラワー・サービスの総合サイトに位置づけを変えることで、お客様のニーズをよりきめ細かく反映させたサイトにするのが狙いです」と語る。

それまで日比谷花壇は時代変化のスピードに対応するため、ギフトや自家消費をカバーする個人向けECのサイト、ウェディング、携帯電話向けなどのサイトをそれぞれ別々に構築していた。

一方、個人向けフラワー市場は、ギフト需要の増加に加えて自家消費が増加したり、結婚式などで独自のコーディネーションを求めたりするなど一層の広がりを見せている。

従来のサイトは、この市場変化

に対応できず、顧客との関係が単発的になりがちだったという。

これに対して新サイトは、日比谷花壇の持つ花と緑に関する情報や商品・サービスを総合的にタイミング良く提供することで、顧客と息の長い関係を築けるようにする。

新hibiyakadan.comの構築プロジェクトを指揮したEビジネス戦略推進部 部長の塩野将弘氏は「例えば結婚をきっかけに、ブライダル関係はもちろん、新居への観葉植物、家族構成の変化に伴う母の日のギフトなどを複合的に提案できるサイトにしたいと考えました」と語る。

### CMSフレームワークの採用で 統合基盤としての拡張性を確保

こうした戦略を踏まえて同社が描いた刷新後のWebサイトは、現状のサイトの機能を維持しつつ、今後の統合や拡張に堪える仕組み



株式会社日比谷花壇  
常務取締役  
情報戦略本部 兼 ビジネス  
ソリューション事業本部  
本部長  
川村 秀一氏



株式会社日比谷花壇  
情報戦略本部  
Eビジネス戦略推進部  
部長  
塩野 将弘氏

だった。システム要件を固めると、2006年初夏に提案を複数のベンダーに依頼。その中からパートナーに新日鉄ソリューションズを選ぶ。

新日鉄ソリューションズの提案は、Webサイトのコンテンツ管理とパーソナライゼーションなどの仕組みを、CMS（コンテンツ・マネジメント・システム）フレームワークの「FatWire」を用いて実現するものだった。さらに、きめ細かなショッピング支援機能やアフィリエイト機能を追加開発で作り込むとともに、将来の機能拡張に備えて開発環境も整備する。

塩野氏は「FatWireが設定ベースで柔軟なパーソナライゼーションを実現できる点は、スピードを求められる私どもにとって魅力でした。外国製品という不安はありましたが、将来的な拡張性を確保できることや、新日鉄ソリューションズから十分なサポートが得られることが決め手になりました」と話す。

このプロジェクトには、開発スケジュール面の制約もあった。母の日に備えて、2007年3月までにシステムを完成させなければならない。川村氏は「母の日はフラワー・ビジ

ネスにおいて年間を通じた需要のピークです。新しいhibiyakadan.comを展開する上でこの稼働日は死守する必要がありました。その条件の下、新日鉄ソリューションズはスケジュール感、コスト、実現性に優れた提案をしていました」と振り返る。

### システム開発を8カ月で完了 ビジョン実現の最初の一步に

開発は2006年8月にスタートし、急ピッチで進められる。そして予定通り「hibiyakadan.com」はリニューアル・オープンした。

川村氏は開発過程における新日鉄ソリューションズの仕事ぶりについて、特にコミュニケーション力の高さを評価する。「提案の段階から営業担当者の対応ぶりに好感を抱いていましたが、その姿勢は実際に開発する技術者にも浸透していました。私どものビジネスの重要性や想いを理解して開発に当たり、期待以上の対応をしてくれました」。

刷新した「hibiyakadan.com」には、利用履歴に応じてトップページの内容を変えたり、家族の誕生日などを登録してメールで知らせた

## HIBIYA-KADAN

株式会社日比谷花壇  
本社：東京都港区南麻布1-6-30  
設立：1950年（創業1872年）  
資本金：1億円（2006年9月30日現在）  
売上高：225億（2007年9月期）  
従業員数：1949名（2008年9月現在、契約社員含む）  
グループ会社：11社

りするなどきめ細やかな機能が備わっている。さらに今後は携帯電話向けサイトの統合のほか、異業種と協業する新しい形態のビジネスをより積極的に展開していくという。

「今回構築したWebサイトで、本来の目標達成の基盤ができました。これからも私どものビジョンを具体化する新日鉄ソリューションズの提案が楽しみです」と川村氏は期待を寄せる。

### ■コアテクノロジー Java、フレームワークFatWire、 キャッシュ・サーバー

### ■システム概要

- サーバー：キャッシュ・サーバー×2（1CPU）、本番APサーバー×1（1CPU：デュアルコア）、管理/ステージング用APサーバー×1（1CPU：デュアルコア）、DBサーバー×2（1CPU：デュアルコア）
- ※OSはすべてRed Hat Linux
- データベース管理システム：Oracle 10g Database
- CMS（Contents Management System）：FatWire