



事例紹介

株式会社SUNNY・B

代表取締役 土居 聖美

ポップアップストアを中心に展開する「Sunny Sunday Beach」。デジタルマーケティング推進メンバーは、全国を飛び回りながら、公社支援を通じてデジタルとリアルをシームレスにつなぐオムニチャネルの構築に挑戦。強固なチームワークで壁を突破する(写真左: SNS担当 安齋さん、真ん中: 土居社長、右: ゼネラルマネージャー 水野さん)。

商品登録の高速化・UX最適化がEC体験をより豊かに SNSを架け橋に店頭とECをつなぐオムニチャネル

LAファッションのセレクトショップ「Sunny Sunday Beach」を運営する株式会社SUNNY・B。ハンズオン支援(アドバイザーが継続的に支援)1年目でECサイトをリプレイスし、在庫管理の一元化・業務効率化を実現した。2年目はECの本格運用へ移行し、生成AI導入による商品登録の高速化、回遊導線の改善を実施。LINEとInstagramの運用も再定義し、EC流入向上とポップアップ来店促進を両立し、オムニチャネル化を大きく前進させた。

本事業に申し込んだ背景

催事販売の限界を超え、EC移管でハイブリッド経営へ

アメリカ西海岸直輸入のアイテムを展開する当店は、全国の商業施設でのポップアップ出店が販路の主軸ですが、円安や催事出店競争の激化によりポップアップ依存からの脱却を迫られました。本支援の1年目は、老朽化したECサイトを刷新すべく、ECプラットフォーム「Shopify」への移管を実施。ECと店頭在庫の一元管理と、在庫と同時にECに掲載できる体制を構築しました。リニューアル後も商品登録や細部の改善を進めましたが、まだ「箱が完成した」段階にとどまり、戦略的EC運用に向けて継続支援を申請しました。

アドバイザーによるハンズオン支援の内容

EC運用フェーズへ本格始動、効果検証体制の確立から

支援の2年目は「ECサイトの本格運用フェーズ」と打ち出し、ECの売上構成比向上を目標に掲げました。EC購入者はポップアップ来店者が大半のため、既存顧客の利用拡大と同時に、店頭を経由しないWebからの新規流入増加を目指します。併せてアドバイザーからECとSNSのデータの見方や改善指標など解析の基礎を教示いただきました。特にECはリプレイスにより数値を把握しやすくなったことで、「公式LINE経由の流入が多い」「Instagram経由は客単価が高い」など、自分たちの「感覚」を「数値」で裏付けできるようになった点が大きな成果です。分析基盤が整い、より精度の高い効果検証が可能になりました。

これらを踏まえ、2年目はEC・LINE・Instagramを横断的に

改善しました。具体的にはECの商品点数やコンテンツの拡充に加え、これまでポップアップの出店告知が中心だったLINEとInstagramの運用を見直し、EC利用促進と流入強化を図る取り組みを推進しました。

具体的な販路開拓への取り組み

生成AIが商品登録を革新、UX改善とともにECを深化

EC運営で最も進化したのが商品登録です。生成AIを活用し、商品画像や英語の仕様書とともに、文章トーンを「SUNNYらしく」と指示し、商品説明文やSEOを意識したタイトル・メタディスクリプション等のたたき台を一気に作成しています。多品種少量在庫の当店にとって骨の折れる作業だったEC掲載作業が大幅に効率化され、登録スピードが劇的に向上。結果、掲載点数が増え、鮮度の高いEC展開とアクセス数向上を実現しました。また、店頭展開とEC掲載のタイムラグを解消したことで、SNSで見た新作をECで即購入、あるいはECで確認後に店頭来店するといった好循環が生まれています。

同時にUX向上にも注力しました。導線整備やお気に入り機能の追加、メガメニュー導入などによるユーザビリティ改善に加え、特集コレクションページの追加、Instagram・アメーバブログの埋め込みなどのコンテンツ拡充による回遊性向上を実現しています。デジタル上でも楽しめる購買体験を提供できるよう、今後も改善を続けていきます。



「ECリプレイスにより、スタッフ全員がスマホで在庫管理・商品登録ができるようになりました。決済リンク送付による客対応も効率化し、接客やクリエイティブ業務へ注力できる体制へ変革できたことが何より嬉しい」と土居社長。

SNSはポップアップ告知から「ECへの架け橋」へ

LINE公式アカウントでは、状況に合わせて出店告知と新商品・セール情報を配信していますが、分析により出店告知は画像を見るだけで詳細はタップされず、ECサイトへ誘導できていないことが判明。そこで現在、遷移先ページの充実化に加え、リッチメニューの構成と配信内容を再検討中です。さらにLINE登録者限定の特典も構想しており、ポップアップのお客様をLINEでフォローし、ECへ誘導する仕組みを強化しています。

Instagramは商品紹介のストーリーズ投稿を増やしました。専門家派遣も活用し、効果検証の指標や投稿の方向性について助言を受け、SUNNYの魅力をも自分たちらしく、より戦略的に発信できる体制を整えています。



「アドバイザーは当社のスケジュールやリソースを考慮して伴走してくださいました。出店が重なる繁忙期は催事先のホテルからオンラインで打ち合わせするなど、私たちも時間を捻出してデジタル施策に注力しました」とゼネラルマネージャーの水野さん。

支援の感想と今後の展望

支援で想いを形に、デジタルで「SUNNYの世界」を届ける

自分たちだけで考えていると、答えにたどり着けず手が止まりがちでしたが、アドバイザーは私たちの断片的な想いを具体的な筋道に翻訳し、納得感を大切に私たちの気質に合わせて複数の実行案を提案してくれました。また、春夏は催事の繁忙期のため方針設計に充て、実装は秋以降に集中。事業特性を深く理解いただいているからこそ、催事とデジタル施策を両立できました。

従来は目の前の仕事に追われがちでしたが、「LINE配信までに新商品を掲載する」といった逆算の行動が習慣化したことも大きな進歩です。「発信すれば見てもらえる、掲載すれば購入してもらえる」という手応えは確信に変わりました。店頭でもInstagramやECを見ましたという言葉が掛けていただく機会も増え、私たちの目指すオムニチャネルは着実に形になっています。ポップアップがない期間や地域でも、オンラインを通じて「SUNNYの世界観」を届けられるように、これからもいろいろと挑戦していきたいです。

※本記事は、2026年1月時点の情報です。

- 事業内容：セレクトショップ「Sunny Sunday Beach」の運営
- 設立：2012年9月

HP： <https://sunnysundaybeach.jp/>



持ち前のアイデア・DIY精神・突破力と歩みを止めない努力が成果を引き寄せました

SUNNY・Bさんの強みは、「溢れるアイデア」「旺盛なDIY精神」「アレンジする突破力」です。「こんなことは実現できないか」と常に次の一手を考えていて、どんどん手を動かして挑戦します。うまくいかなければ、こちらで提示した考え方のヒントや選択肢をもとにアレンジする。その推進力と応用力にはいつも驚かされていました。多忙な催事の合間もみんなで分業し、それぞれがしっかりと意識を持って改修や改善を止めずに続けたことが成果につながっています。

デジタルマーケティング・営業のDXサポートプログラム

アドバイザー **山本 晶子**

