E-Commerce Lead

募集職種

人材紹介会社
Advisory Group株式会社

求人ID
1609681

業種
小売

会社の種類
外資系企業

雇用形態
正社員

勤務地
東京都 23区

給与
経験考慮の上、応相談 ~ 1000万円

更新日
2026年11月06日 01:00

応募必要条件

職務経験
3年以上

キャリアレベル
中途経験者レベル

英語レベル
ビジネス会話レベル

日本語レベル
ネイティブレベル

最終学歴
大学卒： 学士号

現在のビザ
日本での就労許可が必要です

募集要項

ポジション概要

グローバルに展開するラグジュアリーブランドにて、日本市場におけるeコマース事業をリードする**「E-Commerce Lead」**を募集しています。

本ポジションは、自社DTC（Direct-to-Consumer）サイトおよび第三者のデジタルチャネルを統括し、日本におけるオンラインビジネスの売上、収益性、デジタルパフォーマンス、オペレーションの向上を推進する重要なポジションです。

主な職務内容

Eコマース事業管理

- 自社ECサイトおよび日本国内の第三者デジタルチャネルにおけるeコマース事業の日々の運営・管理をリード
- 売上、収益性、オペレーションKPIを含むオンラインビジネス全体のパフォーマンスに責任を持つ
- eコマース事業の成長を加速させるためのコマーシャル戦略を策定・実行
- Amazon、楽天、ZOZOTOWNなどの主要な第三者eコマースプラットフォームとのビジネス運営および関係構築を推進
- デジタルでのリーチ拡大、新規顧客獲得、オンライン売上拡大に向けた機会を特定・創出

パフォーマンス・KPI管理

- 週次・月次のeコマースKPIを管理・モニタリング
- 売上、トラフィック、コンバージョン率、平均注文単価（AOV）、収益性などの主要指標を分析
- 定期的なビジネスレポートを作成し、社内ステークホルダーに対して実行可能なインサイトを提供
- パフォーマンス上の課題やギャップを特定し、改善施策を主体的に立案・実行
- データおよび顧客インサイトを活用し、コマーシャル上の意思決定をサポート
- 大量のパフォーマンスデータを扱う際にも、高い正確性と細部への注意力を維持

デジタルマーチャンダイジング・顧客体験

- 自社および第三者のオンラインチャネルにおけるオンラインマーチャンダイジングおよび商品掲載・訴求方法を最適化
- コンバージョン、顧客体験、デジタルエンゲージメントを向上させる機会を特定
- eコマースチャネルにおける商品ローンチ、キャンペーン、プロモーション、季節施策を企画・調整
- 関係部署と連携し、商品の在庫、価格、商品コンテンツ、オンライン上での露出を最適化
- デジタル上のカスタマージャーニーを継続的に改善

第三者Eコマース・マーケットプレイス管理

- 主要な第三者eコマースプラットフォームおよびパートナーとの関係を管理・強化
- マーケットプレイス、ホールセール、アウトレット / クリアランスチャネルにおけるコマーシャルパフォーマンスを推進
- 外部プラットフォームとプロモーションカレンダー、商品構成、ローンチ、販売施策などを調整
- 各プラットフォームのパフォーマンスをモニタリングし、成長機会を特定
- 第三者チャネルにおいて、ブランドポジショニングおよびコマーシャル基準が一貫して維持されるよう管理

グローバル・クロスファンクショナル連携

- 海外のグローバル / セントラルeコマースチームと密接に連携し、日本市場の事業をグローバル戦略・施策と整合
- グローバルのeコマース戦略と日本市場におけるローカル実行をつなぐ重要な役割を担う
- マーケティング、リテール、マーチャンダイジング、IT、サプライチェーン、ファイナンスなど、社内の関連部署と協働
- 日本市場のインサイトやコマーシャル上の機会をグローバルステークホルダーへ共有
- 日本市場におけるオムニチャネル施策を円滑に実行

事業計画・オペレーション

- eコマースの予算、フォーキャスト、売上目標、事業計画を管理
- 収益性をモニタリングし、財務目標の達成に貢献
- すべてのオンラインチャネルにおける日々の事業運営を円滑に管理
- オペレーション上の非効率性を特定し、改善施策を実行
- コマーシャル、オペレーション、レポーティング業務において高い正確性と細部への注意力を維持

デジタルマーケティング

- デジタルマーケティングおよび関連チームと連携し、オンライン上のトラフィックと売上を最大化
- デジタルマーケティング施策のパフォーマンスを評価し、最適化の機会を特定
- マーケティング施策がeコマース上の売上および顧客エンゲージメントにつながるよう推進
- 新規顧客獲得、コンバージョン、顧客リテンションに関する施策をサポート

Role Overview

A globally recognized luxury brand is seeking an **E-Commerce Lead** to drive and grow its e-commerce business in Japan.

This role will be responsible for managing the company’s DTC e-commerce website as well as third-party digital channels, with a strong focus on driving online sales, profitability, digital performance, and operational excellence.

The E-Commerce Lead will oversee the day-to-day performance of the Japan online business across owned and third-party channels, including major Japanese e-commerce platforms such as Amazon, Rakuten, and ZOZOTOWN. The role will cover marketplace, wholesale, and clearance channels, with responsibility for identifying opportunities to expand digital reach, acquire new customers, and accelerate online revenue growth.

Working closely with global and regional e-commerce teams, the E-Commerce Lead will help translate global strategies into effective local execution while sharing Japan market insights and identifying new commercial opportunities.

This is a highly hands-on and commercially focused role, ideal for an e-commerce professional who enjoys working with data, managing KPIs, optimizing digital performance, and taking ownership of online business growth.

Responsibilities

E-Commerce Business Management

- Lead the day-to-day e-commerce business across the DTC website and third-party digital channels in Japan.
- Take ownership of online business performance, including sales, profitability, and operational KPIs.
- Develop and execute commercial strategies to accelerate e-commerce growth.
- Manage business operations and relationships across key third-party platforms, including Amazon, Rakuten, and ZOZOTOWN.
- Identify opportunities to expand digital reach, customer acquisition, and online revenue.

Performance & KPI Management

- Own and monitor weekly and monthly e-commerce KPIs.
- Analyze sales, traffic, conversion rate, average order value (AOV), profitability, and other key performance indicators.
- Develop regular business reports and provide actionable insights to internal stakeholders.
- Identify performance gaps and proactively develop and implement improvement initiatives.
- Use data and customer insights to support commercial decision-making.
- Maintain a high level of accuracy and attention to detail when handling large volumes of performance data.

Digital Merchandising & Customer Experience

- Optimize online merchandising and product presentation across owned and third-party channels.
- Identify opportunities to improve conversion, customer experience, and digital engagement.
- Coordinate product launches, campaigns, promotions, and seasonal initiatives across e-commerce channels.
- Work with relevant teams to optimize product availability, pricing, content, and online visibility.
- Continuously improve the digital customer journey.

Third-Party E-Commerce & Marketplace Management

- Manage and develop relationships with key third-party e-commerce platforms and partners.
- Drive commercial performance across marketplace, wholesale, and clearance channels.
- Coordinate promotional calendars, product assortments, launches, and commercial activities with external platforms.
- Monitor platform performance and identify opportunities for growth.
- Ensure consistent brand positioning and commercial standards across all third-party channels.

Global & Cross-Functional Collaboration

- Work closely with global and regional e-commerce teams to align the Japan business with global strategies and initiatives.
- Act as a key bridge between global e-commerce direction and local market execution.
- Collaborate with Marketing, Retail, Merchandising, IT, Supply Chain, Finance, and other internal teams.
- Communicate local market insights and commercial opportunities to global stakeholders.
- Ensure seamless execution of omnichannel initiatives across Japan.

Business Planning & Operations

- Manage e-commerce budgets, forecasts, targets, and business plans.
- Monitor profitability and contribute to achieving financial objectives.
- Ensure smooth day-to-day operations across all online channels.
- Identify operational inefficiencies and implement improvements.
- Maintain strong attention to detail across commercial, operational, and reporting activities.

Digital Marketing

- Collaborate with Digital Marketing and relevant teams to maximize online traffic and revenue.
- Evaluate digital marketing performance and identify opportunities for optimization.
- Ensure marketing initiatives are effectively translated into e-commerce sales and customer engagement.
- Support initiatives across customer acquisition, conversion, and retention.

スキル・資格

応募資格・求める経験

- 3 ~ 5年以上の実務におけるeコマース経験
- DTC（自社EC）サイトおよび / または第三者eコマースアカウントの運営経験
- マーケットプレイス、ホールセールeコマース、またはアウトレット / クリアランスチャネルの運営経験
- デジタルマーチャンダイジング、デジタルマーケティング、コンバージョン最適化、またはオンラインコマーシャルマネジメントに関する豊富な経験
- データ分析およびKPI管理に関する高いスキル
- ネイティブレベルの日本語力、および日本のビジネスパートナーと効果的にコミュニケーションできる能力
- ビジネスレベルまたは高い会話レベルの英語力、およびグローバル / セントラルチームと日常的に業務上のコミュニケーションを行える能力
- 高いコマーシャルセンスと、成果を重視するマインドセット
- パフォーマンスデータやKPIなど大量のデータを扱う際の高い正確性と細部への注意力
- 優れたコミュニケーション能力およびステークホルダーマネジメント能力
- 大学卒業以上、または同等の学歴・経験

Requirements

- 3–5+ years of hands-on e-commerce experience.
- Experience managing a DTC website and/or third-party e-commerce accounts.
- Experience working with marketplaces, wholesale e-commerce, or clearance channels.
- Strong experience in digital merchandising, digital marketing, conversion optimization, or online commercial management.
- Strong data analysis and KPI management skills.
- Native-level Japanese with the ability to communicate effectively with Japanese business partners.
- High conversational or business-level English with the ability to work frequently with global and regional teams.
- Strong commercial acumen with a results-oriented mindset.
- Excellent attention to detail, particularly when working with performance data and KPIs.
- Strong communication and stakeholder management skills.
- Bachelor's degree or equivalent.

会社説明