

アクセス集中時のサーバー負荷を回避し、 お客様の快適なWebショッピングを実現

dinos

総合通販の老舗ブランド「ディノス」と「セシール」を運営する、株式会社ディノス・セシール。その2大ブランドの1つである「ディノス」は、2000年にオンラインショップを開業。主力であったテレビショッピングやカタログ通販と並ぶ事業の柱に成長した。しかし、Webへのアクセス数が増えるにつれてサーバーへの負荷が高まり、アクセス集中時のレスポンス低下に悩まされることに。これに対処するため導入されたNTT-ATのWebアクセス最適化ソフト『Webアクセスシェイパ』（WebAS）は、その課題解決に寄与し、5年以上にわたってディノスオンラインショップを陰から支えている。WebASの魅力はどのような点なのか。ディノス情報システム部の大西尊ユニットマネージャーに話を伺った。

お客様プロフィール

株式会社ディノス・セシール

2013年7月に旧ディノス社と旧セシール社が合併して誕生。通信販売事業を中心に、法人向け事業（広告・卸）、直販事業（催事）などを展開している。ディノス事業では、インターネット・テレビ・カタログといった多角的なメディアの相乗効果を生かし、高品質の素材やデザインにこだわった、インテリア・家具、婦人服、美容健康アイテムなど、様々なジャンルの商品を販売している。

創業	1971年12月
資本金	20億円
従業員数	1,320名（2015年3月31日現在）
本社所在地	東京都中野区本町2-46-2 中野坂上セントラルビル
公式HP	http://www.dinos-cecile.co.jp/



株式会社ディノス・セシール
ディノスシステム本部
ディノス情報システム部
システム企画・開発ユニット
ユニットマネージャー
大西 尊氏

Web利用者の急増にともない、 混雑時は途切れてしまうことも

テレビショッピングやカタログショッピング事業からスタートしたディノスは、ネット社会が到来しようとしていた2000年にWebショッピングサイトを開設し、従来からの販売チャネルとのメディアミックス展開を進めることで、新しい顧客層を増やすことに成功していた。

しかし、その一方でアクセス集中による課題もあり、2010年にNTT-ATの『Webアクセスシェイパ』を導入。2015年10月に更改を行った。当時の様子を、ディノス情報システム部の大西氏は、こう振り返る。「Webからの利用が増えるにつれてメールマガジン（SaleNews等）、テレビショッピングの放送直後などにアクセスが集中するようになり、Webサイトのレスポンスの低下や、場合によってはサーバーからのセッションが一時的に途切れてしまうこともありました。ネット環境さえあればいつ、どこからでも利用できる便利なWebショッピングも、つながりづらい状態が続くと、購入意欲や顧客満足度の低下になりかねない懸念があったのです」
このような状況を受けて、当時、

サーバーなどハード面の増強ではなく、既存のリソースを最大限に有効活用できる対応策はないか検討し、製品の機能やコストなどを吟味した結果、もっとも投資対効果が高いとの判断でNTT-ATの『Webアクセスシェイパ』の採用が決定された。

高いコストパフォーマンスで 途切れないサービスを実現

では、どのような観点でWebASを選定したのか。それは、利用の際にネットワーク構成の変更が不要な点や、コストが安い点であった。大西氏は「有限である現行のリソースを考慮してネットワークを最適化し、無理なくパフォーマンスを引き出せ、整理券を発行し順番に繋げる仕組みが魅力的に感じました」と話す。

さらに、WebASの大きなメリットとして、一度繋がったお客様は最後までセッションが途切れないという点があった。通常のサーバー混雑時に表示されるいわゆる『Sorry画面』などの場合は、セッションが途切れてしまうため、ユーザーは一連の手続きをまた始めからやり直すことになる場合が多い。

一方、WebASでは流入制限による

Webアクセス最適化ソフト【Webアクセスシェイパ】利用事例 株式会社ディノス・セシール

●ディノス オンラインショップ



●アクセス集中時の画面例

通常のいわゆる「sorry画面」(右上画面)では、再接続にユーザーからのページ更新等のアクションが必要になるだけでなく、セッションも切れてしまうため、それまでの入力内容がやり直しになってしまう場合が多い。それに対してWebAS(右下画面)では、サーバーが混雑している際でもリクエストの順序ごとにアクセスするため、ユーザーは待っているだけで自動的に目的のページに移動する。また、接続が常時維持されるため、それまでブラウザー上で行っていた操作等も保存されており、ユーザーのストレスを軽減できる。



一時的な待ち時間は発生するものの、セッション切れによるやり直しの心配がないため、全体を通して考えるとユーザーの利便性が確保されることになる。さらに『購入手続きを優先する』などの「状況に応じたアクセスの重み付け」が、設定できることも大きなポイントだったという。この機能により、サイトへの負荷が高い『商品検索』のリソースの配分を下げることで、『購入手続き』のユーザーを、混雑時においても優先することが可能となった。

■仮想化で管理はさらに効率的に

ディノスでは2015年秋にシステム更改の時期を迎え、これまでのアプライアンス型からソフトウェア型のWebASに切り替えた。他製品への乗り換え検討はなかったのだろうが。

大西氏は「現在ではECサイトでの快適性を保つさまざまなソリューションが増えていますが、まず第一

に、5年ほど利用したWebASの使いやすさはもちろん、導入時の入念なテストをはじめとしたNTT-ATの担当者の対応の良さも知っており、乗り換えは検討しませんでした」と語る。

ソフトウェア型への入れ替えも設定をそのままコンバートすることで、移行作業が最小限の手間で済んだという。

また、システムが仮想化されたため、WebAS専用ハードを立てていたアプライアンス型と比べ、サーバーラックの省スペース化や省電力化など、管理面でのメリットも大いにあった。

さらに単一構成で稼働させているが、万が一の際には構成を簡単にコピーすることも可能になったため、従来と比べても「(5年前の導入以来一度も障害はないが)復旧までの時間を大幅に短縮できるサービスになった」という。

大西氏は、「クラウド環境ではソフト版の良さが、より生きてくると思

いますね」と語る。

■その存在を実感しない製品？

最後に、これまで長年にわたる利用の総評と今後の展望を大西氏に伺ってみた。

「実は普段の業務で『WebASを使っている』と実感することは、ほとんどありません。メンテナンスもほとんど必要ないため、運用の手間が少なく済むのが本当にありがたいですね。今では『良い製品に出会えた』と思います」と、信頼を寄せている様子だ。

今後について大西氏は、「例えば順番待ちの際に表示される画面に、お客様へのお得な情報やお知らせなどが表示できればと思います。そうなれば、お待ちいただく時間を有効に利用いただけるかもしれません。WebASは非常に使い勝手の良いシステムですので、今後も大いに期待しています」と締め括ってくれた。

商品の詳細／
お問い合わせ

<https://www.ntt-at.co.jp/product/web-as/>



※記載された社名、各製品名等は、各社の商標または登録商標です。※記事内容および部署・役職は、2015年11月時点のものです。