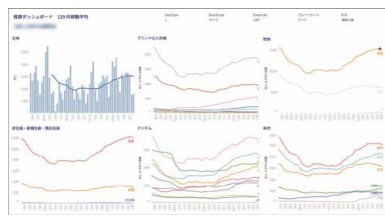
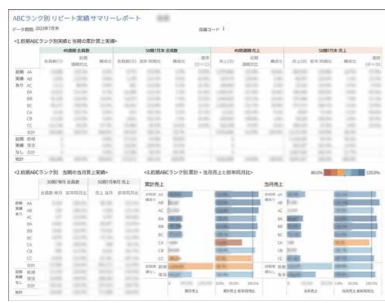


意思決定スピードが大幅に向上。 作業時間が軽減し、より重要な プロジェクトに時間を割けるように。

「戦略会議NEXT」へのバージョンアップと「Tableau」導入の効果としてまず挙げられるのは、社内の意思決定のスピードが向上したことです。経営層に現状報告する際にも、さまざまな情報を視覚的に分かりやすい表現で提供できるようになりました。また、「こういうデータは無いの?」と聞かれて「明日まで待ってください」というようなことがなくなり、その場で必要なデータをタイムリーに提供できるようになったことで、経営層の意思決定スピードも格段に向上しました。



経営層への報告に活用している「Tableau」推移ダッシュボード
※数値データはサンプルとなります



経営層への報告に活用している「Tableau」サマリーレポート
※数値データはサンプルとなります

店舗では、エリアマネージャーが店舗スタッフにPCなどでデータを確認しながら課題を共有するというのは環境面などを考えると難しかったのですが、「Tableau」はタブレットなどで手軽にデータを共有しながら、対策を協議できるようになり、「とても仕事がやりやすくなった!」との声が上がってきています。

その他、CRM担当者で都度データを抽出する必要がなくなったことで、業務が軽減され、そこに割かれていた工数を

重要なプロジェクトなどに割り当てることができるようになっていました。作業時間が減り、「考える」ことにより多くの時間を費やすことができるようになったことは大きな成果です。

今後の展望

「接客」と「顧客ニーズの変化」への対応が今後の課題。

我々が目指すところはデータドリブンな組織ですので、スタッフが必要な時に必要なデータにアクセスできる環境をさらに整える必要があります。そのために今後、予算を調整しながら必要なライセンス数などを精査していく予定です。

また、業務面では、ちょうど2023年の9月からMA(マーケティング・オートメーション)を使いアンケートという形でお客様からフィードバックをいただくというのを始めました。以前からお客様の声を集めることは行っていましたが、いただいたご意見とおお客様の属性などを結び付け、どういった方がどのような回答をしたかなど、深く掘り下げていきたいと考えています。



「共感と感動を送り続ける企業」という企業理念のもと、お客様第一主義を貫き上質なクオリティの提供を追求

さらに昨今、コロナ禍の影響やECの定着などによって、お客様との接点も複雑になってきており、お客様のニーズも多様化してきています。「接客」の意味合いも少しずつ変化してきており、お客様との距離感に悩みながら接客している、という現場の声も届いています。当社も50周年を迎えるにあたり、顧客ニーズと現場の状況をしっかり把握した上で、新たな指針も固めていきたいと考えています。

導入事例

必要なデータをタイムリーに可視化。
意思決定のスピードが格段に向上!

SHIPS

株式会社シップス 様



事業内容	衣料品や衣料品関連商材の企画・製造及び小売販売
インタビュー	株式会社シップス 販売促進部 CRM担当 主幹 三瀬 崇弘 氏
導入先・導入店舗	販売促進部

WEBで
チェック!



課題

コロナ禍を経て、大きく変化する顧客ニーズや動向をタイムリーに把握し、素早く対策を打ちたいが、各所において分析まで時間がかかっていた

各所からのデータ分析依頼が多数寄せられる中、データ加工作業が負担となっていた

各部門において、実行した施策の効果検証のデータ化が十分にされておらず、感覚的に判断することも多い

経営層への報告の場など意思決定が必要な場面で、判断できるデータがタイムリーに提供できない

導入結果

使いやすい操作性と直感的なビジュアル化により、各部門がさまざまな場面で積極的に活用

各所で必要なデータにアクセスできるようになり作業負担が軽減。より重要なタスクに時間を割けるようになった

実行した施策の実績をデータで捉え、成果や反省点を客観的に把握。次の戦略のための分析が容易に

その場で必要なデータをタイムリーに報告かつ視覚化できることで、経営層の意思決定スピードが格段に向上

導入の背景

会員のLTV向上にむけ、 タイムリーな情報の可視化と アクションが課題に！

1952年上野アメ横の1坪店舗からスタートした当社は、1975年に社名および店名を「SHIPS」に変更。2025年には50周年を迎える、国内セレクトショップのパイオニア的存在です。お客様に安心感と高揚感をいつまでも提供し続ける”進化する老舗”を目指し、店頭での接客やECサイトでのUX/UI向上を通じて、お客様のライフスタイルを豊かにするべく小売販売事業を展開しています。2023年には新たに多忙な現代の働く女性に寄り添うD2Cブランド「quarancier(カランシエル)」を立ち上げ、デジタルコミュニケーションを通じた商品提案を行っています。



トラディショナルな要素を今日的な形で表現した
”STYLISH STANDARD”をコンセプトに時代を感じながらも、
こだわりのスタイルを提案している「SHIPS」

2020年頃から広がりを見せたコロナ禍の影響により、非会員の方の来店が減少する中、会員の方のLTV(ライフタイムバリュー)をいかに向上させるかがさらに重要になってきています。タイムリーに情報を可視化し、それに基づいてどのようなアクションができるのが、課題となってきました。

よりの確に情報を可視化するために、分析で扱うデータの種類や分析対象が複雑になり、データ加工する際の工数が増加。さらに、組織としてよりデータドリブンになっていくことを目指すには、新たなソリューションが必要だと考え、導入を検討し始めました。

データドリブンな組織を目指し、 「戦略会議NEXT」と 「Tableau」を導入。

今回、既に活用していた顧客分析システムを、最新版の「戦略会議NEXT」にバージョンアップ。そして新たにデータ分析・視覚化を目的に、BIツール「Tableau(タブロー)」を導入しました。「戦略会議NEXT」はより詳細な顧客分析機能を備えており、従来のユーザビリティを維持しながらも、より詳細な分析・抽出が可能になりました。

BIツールに関しては、システム担当から店舗の店長やスタッフまで幅広い層がデータを活用することになるので、操作性や視覚化に長けたもの、サポートの充実度などを重視。

「戦略会議NEXT」および「Tableau」といった2つのツールを1つのデータベースで運用することで、新たなデータベース構築に必要なシステムや構築作業などのコストを削減し、低コストで高機能なシステムを構築できる点も導入を決定したポイントです。



「戦略会議NEXT」および「Tableau」といった2つのツールを
1つのデータベースで運用

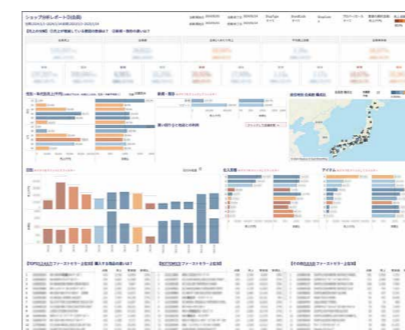
加えて、これまで旧システムでデータ活用する中でも、「どのようなデータが必要なのか？」など、リゾームさんの担当者とも綿密なコミュニケーションがとれており、安心できる支援体制や信頼関係を構築できていたことも、引き続き頼りにさせていただいた大きな要因です。

活用事例

個店の状況把握や商品施策の 検証など、各部門が さまざまな場面で積極的に活用。

「戦略会議NEXT」へのバージョンアップ作業についてはシステム連携の要件を詰めながら進めましたが、特にトラブル等も発生せずスムーズに完了しました。

「Tableau」導入に関しては、ダッシュボードの事例やサンプルなどを多数リゾームさんからご提案いただき、当社のニーズに合わせたものをピックアップ。さらに、当社独自のカスタマイズについても相談しながら進めました。ダッシュボード作成にあたっては、エリアマネージャーをはじめとする店舗担当にもヒアリングを実施し、実際に利活用するメンバーのニーズをしっかりと汲み取った上で形にしていきました。



「Tableau」ダッシュボードイメージ
※数値データはサンプルとなります

導入後は、まず店舗で週次や月次の会員稼働状況レポートを展開。現在では会員/非会員のセグメント別の状況を把握しながら、さらに新規や既存、年齢や商品など、情報をドリルダウンして自店の状況を把握するような流れになっています。売上の分解図のようなイメージで「ここに注力すれば売上が上がる」というような見方をしています。その他、基幹システムから取得したお客様ごと(ID別)の稼働状況についても分析を行っています。

商品部門では、併売や価格帯別の売上状況の分析などを中心に活用しています。例えば「商品戦略に基づいた店舗でのディスプレイが売上にどう影響したのか？」など、実績のフィードバックを週次で実施。従来は少し感覚的に

判断していた部分を、数値として実績を捉えることで、成果や反省点を客観的に把握でき、さらに新たな気付きを得ることもできています。昨今の原価高騰により商品価格が上がっているものもあるのですが、来年度の商品戦略を考える上で、値上げの影響がどの程度出ているのかを容易に分析・把握できる点も好評です。



メンズ、ウィメンズ、キッズを対象とした国内外ブランドから、
「SHIPS」のオリジナル商品として展開するアパレルや服飾雑貨を販売

その他、店舗開発部門では、商圈の分析やエリア別の会員稼働状況の分析などに活用しています。以前は商業施設から提供されるデータから出退店の判断をせざるを得なかったのですが、現在はリゾームさんの商業施設データベースも組み合わせる判断できるように進化しました。これにより、出退店判断がよりの確にできるようになりました。

バージョンアップした「戦略会議NEXT」の機能で好評かつ利用頻度が高いのが「販促イベント機能」です。これを活用することで、キャンペーンDMやメルマガを送ったお客様のコンバージョンレートを即座に個店レベルで把握することができます。これまでは手作業で集計・分析して各店へ情報提供していましたが、以前よりも状況を迅速に把握できるようになりました。



「戦略会議NEXT」販促イベント機能画面
※数値データはサンプルとなります

「戦略会議NEXT」にはこのような有用な分析機能が新たに搭載されており、さらに、「Tableau」によるダッシュボードで容易に可視化できることで、各部門での売上や顧客分析の活用が進み、各担当者が能動的にデータにアクセスする習慣が根付いてきています。