

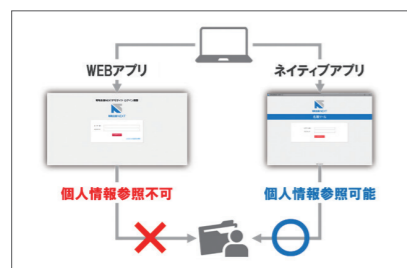
## 「戦略会議NEXT」導入で検索速度や利便性の課題は解決、さらに働き方の改善にも貢献。

旧システムにおける課題の1つであった検索速度の遅さについては、「戦略会議NEXT」導入によって解決。ブラウザからストレスなく動作する環境になり、分析作業やリスト抽出作業を素早く進めることができるようになっていきます。処理時間が長くなりそうな抽出作業を実行する際に、「処理に時間がかかる」というアラートが表示され、一部は夜間処理の機能もあり、その処理を行うべきかを事前に判断することが可能になり、無駄な待ち時間もなくなりました。

また、「戦略会議NEXT」では個人情報閲覧と買上分析の入口が分かれているため、個人情報に対するセキュリティが強化され、店頭のPCでも分析作業ができるようになりました。そのため、都度売場を離れる必要がなくなり業務を効率的にこなせるようになり、現場の担当者にも非常に好評です。同時に、担当者ごとに閲覧権限を細かく設定することが可能になり、個人情報の取り扱いなど社内規則に従った権限管理ができるようになったのもメリットです。

またこれにより、テレワーク時に自宅でも分析だけは利用できるようになり、多様な働き方を推進することにもつながっています。

分析結果などの画面表示も従来の無機質で分かりづらいものから、直観的に理解しやすいビジュアル表現になり、分析結果を素早く把握・判断できるようになりました。加えてコスト面も、従来よりも大幅に抑えた運用ができるようになりました。



個人情報閲覧と買上分析の入口を分け、セキュリティを強化

## 今後の展望

### オンラインストアとリアル店舗間のデータ連携を強化し、より効果的な販促・宣伝策につなげたい!

今後はオンラインストアとリアル店舗のデータ連携をさらに進める計画です。店舗の集客がコロナ禍の影響を大きく受けるようになり、当社でも本格的にオンラインストアに注力。サイトもリニューアルし、売上も上々です。データ連携により、より一層強化を図っていきたいと考えています。



フード&スイーツ、コスメから松屋ならではのデザインコレクション・リタズダイアリーを取り扱っている「松屋銀座の公式オンラインストア」 <https://store.matsuya.com/>

オンラインストアとリアル店舗の買上傾向をより緻密に分析することで、チャンネルごとの特性やクロスユースの傾向が把握できるようになり、これまでとは違った新たな販促・宣伝策を講じることができるようになると考えています。



オンラインストアとリアル店舗間のデータ連携イメージ

# 戦略会議NEXT

## 導入事例

「検索速度・セキュリティ・非効率・コスト」の課題を解消! いつでもどこでもスムーズにデータ活用ができる環境へ。

MATSUYA

株式会社松屋



事業内容	百貨店業、通信販売業およびこれらに関連する製造加工、輸出入業、卸売業
インタビュー	株式会社松屋 デジタル化推進部 システム課 ITインフラチーム 専任係長 長部 良佑 氏
導入先・導入店舗	松屋各店



### 課題

旧分析システムの導入から15年以上経ち、検索速度が遅く、利用されない機能も多いため無駄な保守・管理コストが発生

分析用端末から個人情報も閲覧できてしまい、セキュリティ上の不安から店頭での分析作業ができない

数値や集計結果が羅列される無機質な画面で、データの具体的な活用・評価が難しかった

### 導入結果

ブラウザからストレスなく動作する環境になった。さらに、イニシャルとランニング双方のコストを抑えることもできた!

個人情報と買上分析の入口を分離してセキュリティを強化。店頭でも分析作業ができるようになった!

直観的に理解しやすいビジュアル表現で、分析結果を素早く把握・判断できるようになった!

## 導入の背景

### 導入から15年以上経過した旧システムの検索速度や使い勝手が課題に。

明治2年(1869年)創業の松屋は、「生活文化創造集団」を理念に掲げ、銀座・浅草それぞれの立地を活かした営業を行ってまいりました。中期経営計画「サステナブルな成長に向けて」(2022~2024年度)では、将来のありたい姿を実現するために「未来に希望の火を灯す、全てのステークホルダーが幸せになれる場を創造する」ことを「MISSION」として位置づけ、その実現に向けた新たな成長基盤づくりと成長軌道への回復を推進しております。

当社では以前から、顧客・売上分析システムを利用していました。導入してからすでに15年以上が経ち、データの集計やリスト抽出などの検索速度が極端に遅くなっていたのが課題でした。

旧システムは多機能ではあるものの実際には利用されない機能が多く、無駄な保守・管理コストが発生していました。さらに、機能の研修や引継ぎなどノウハウの伝承が滞り、利用している機能も担当者それぞれに異なるなど、分析業務が属人化してしまっているという課題も抱えていました。

古いシステムということもあり、数値や集計結果が羅列される無機質な画面でした。そのため、分析結果を直感的に理解するのは難しく、検証に時間がかかってしまうという課題もありました。

また、買上分析と個人情報閲覧の入口が同一なため、個人情報保護の観点から店頭での分析ができず、分析やリスト抽出などの作業を行うためには事務室のある別棟まで移動する必要があり、不便に感じていました。

これらの課題に加え、コロナ禍の影響で今まで以上にカードホルダーの売上動向や顧客情報を詳細に分析する重要性が増したことに併せ、オンラインストアの売上急拡大も重なり、将来的な店舗顧客とEC顧客の買上データの連携も急務になっていたことから、データ分析基盤の刷新を図ることを決断しました。



世界に注目される街「GINZA」を代表する個性豊かな店づくりと、おもてなしと絆づくりを大切に「松屋銀座」



日本各地で継承されている伝統工芸・産業・文化を、絶やすことなく新たな機会創出と発展へと繋げることを使命とし発足した、「松屋の地域共創プロジェクト」

### 標準機能の充実度やコスト面、豊富な導入実績が決め手となり「戦略会議NEXT」を採択。

分析基盤刷新にあたって、旧システムのリプレースが「戦略会議NEXT」を新たに導入するかを、利便性やサポートの充実度、そしてコスト面から比較検討しました。機能的な観点では、標準搭載している機能の充実度と当社の要望に応じたカスタマイズが可能か、さらにイニシャルとランニング双方のコストを抑えることが可能な点

などから、「戦略会議NEXT」を採択しました。

加えて旧システムで課題となっていた、買上分析と個人情報閲覧の入口がしっかりとシステム上で区分けできている点や、パッケージシステムとしてすでに導入実績が豊富であることも、重要な判断基準となりました。

データ分析基盤刷新の話は2019年の末頃から挙がっており、システム部門だけではなく現場の担当者や部長、営業企画部門も交えて、現状の課題や必要な機能を整理、併せて不要な機能の洗い出しなど、要件を約1年かけて念入りに詰めていきました。コロナ禍の影響で当初の想定よりも少し後ろ倒しになりましたが、2021年12月に運用をスタートすることができました。

「戦略会議NEXT」立ち上げ後も、旧システム内のデータ抽出・移管や担当者の慣れなどを考慮して並行稼働期間を設け、システムおよび業務の両面からリスクを抑えつつ「戦略会議NEXT」を徐々に本格稼働させていきました。並行稼働の期間を利用して、担当者向けの研修を複数回実施したり、操作マニュアルも既成のものを土台に当社用にオリジナルのものを準備しました。また、「戦略会議NEXT」への移行の告知や活用するメリットなどを社内報に掲載することで、啓蒙および利用促進を図りました。



社内報を利用して、「戦略会議NEXT」への移行案内と特徴を紹介

## 活用事例

### 顧客ロイヤルティ向上や分析結果に基づいた効果的なプロモーション展開など、部門ごとに最適な施策に活用！

当社では、松屋ポイントカードを所有するお客様にむけて、松屋カード(クレジット)への新規入会に繋げる取り組みにも力を入れています。

松屋カード(クレジット)は、購入額に応じて割引率が変動し、また松屋展覧会への入場無料など、購入額が多いお客様にとって非常にお得なカードです。そのメリットを活かし、指定期間内の購入額が一定額以上のお客様を抽出して松屋カード(クレジット)新規入会のDMを送付するなど、より販促効果の高いターゲットリストを様々な軸で抽出する際に「戦略会議NEXT」を活用しています。

また、過去の購入履歴に基づく情報発信や、特定のイベントに参加されたお客様が他のどのようなイベントに参加されているかを分析し、その分析結果に基づいた新たなイベントを企画しご案内するなど、データ活用の幅を広げ成果を上げています。

松屋内の「戦略会議NEXT」の利用者数は400アカウント以上。目的やアプローチ方法はそれぞれ異なりますが、各部門ならではの活用がされています。



指定期間内の購入額が一定額以上のお客様を抽出して、より販促効果の高いターゲットリストへアプローチ  
※画像はイメージ