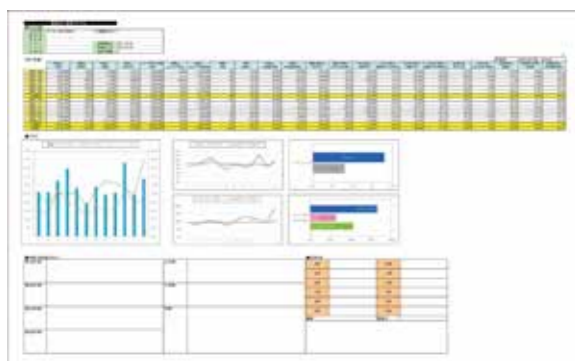


テナント様が所有されているデータなども組み合わせる事が出来れば面白いことが見えてくるかもしれません。

どこまでできるかは、これからトライアンドエラーを繰り返しながら正解を探っていくことになると思います。

JR九州駅ビルグループ各社、試行錯誤しながらチャレンジしている状態で、これから成功事例をたくさんつくっていきたいです。



「戦略会議NEXT/年間カルテ イメージ」  
※画像はイメージです

## 今後の展望

**テナント様の成長と売上向上にデータを活用していきたい。その為にはまず、社内の分析スキル向上と教育体制の強化が必要**

「戦略会議NEXT」は機能が充実していて良いのですが、その反面、我々は機能を十分に使い切れていないのではないかという不安もあります(笑)。

例えば、テナント様をグルーピングできる機能があっても、どんなグルーピングをすれば良いかや、分析目的の設定や数値の見方なども分析スキルが必要になってきます。若手社員の営業担当には当然、理解が難しい部分もあります。**効果的な活用方法をリゾームさんにもレクチャーいただきながら、スキルアップを図りたいです。**

売上は客数と購買単価で決まります。お客様の来店頻度を高めるためにどのようなことをすればよいか？ お客様の心に響き、求められているものはなにかを改めて考え直す必要があると考えています。

**お客様を理解し、今後のSCの在り方、テナント様をどうサポートできるのかを「戦略会議NEXT」を活用していきながら模索していきたい**と思います。

# デベロッパーマネジメントシステム(DMS)

# 戦略会議NEXT

## 導入事例

**データの裏側にある事象を読み解く力が必要。**







JR九州駅ビルホールディングス株式会社







事業内容	駅ビル事業の経営管理 他
インタビュー	JR九州駅ビルホールディングス株式会社 事業創造部 事業創造課長 久富 隆央 氏
導入先・導入店舗	JR九州駅ビルホールディングス株式会社、及びグループ会社：JR博多シティ・JR小倉シティ・JR長崎シティ・JR大分シティ・JR熊本シティ・JR鹿児島シティ・JR宮崎シティ



### 課題

-  分析になれていない人でも活用できる分析システムが必要
-  自分に必要な情報だけをすぐに取り出したい
-  テナント様との面談や日次・週次・月次・四半期、更に年次の報告資料が必要
-  データをしっかり活用することでテナント様の成長や売上向上に寄与することが使命

### 導入結果

-  **メンバーの誰もが専門のスキルがなくとも、見たい数字をスピーディーに取り出せる!**
-  「お気に入り条件登録」で**欲しいデータにすぐアクセス!**
-  状況や案件に合わせて、分析したい指標項目を柔軟に変更。レポートの自動作成も!
-  お客様を理解し、テナント様の成長と売上向上に「戦略会議NEXT」が活用できる!

## 導入の背景

**長年蓄積したノウハウが活かされると共に、新たなデータ活用にチャレンジできる。**

**そんな分析システムが必要**

時代が大きく変化する中、少子高齢化のトレンドに加え、Eコマースの伸長、消費者の意識変化など、事業の周辺環境が急速に厳しさを増しています。

これまで蓄積した駅ビル事業のノウハウやネットワークを基盤とし、グループのスケールメリットを最大限に生かしながら、グループ一体となって、さまざまな事業戦略を展開するため、2019年4月、JR九州駅ビルホールディングス株式会社が設立されました。グループ企業は8社あり、大型駅ビルのアミュプラザなどの施設を運営しています。

駅ビル事業の再編が行われた際、PCI DSS(クレジットカード情報保護のためのセキュリティ基準)の対応として決済システムを変更する必要が生まれたことを発端に、売上管理システムや分析システム(売上・賃料)の変更など、さまざまな社内システムの再構築に取り組むことになりました。システム推進プロジェクトを遂行するため、部署横断チームが組織されました。

何社かの製品を比較検討してみたのですが、他社製品の多くはBIツールシステムで、分析になれていない人からするとユーザビリティが低いのでは?という難点がありました。その結果、従来から利用していて且つノウハウの蓄積があるリゾームさんの製品を改めて選択することになりました。従来の使い慣れていたシステムをベースに機能がプラスされた「戦略会議NEXT(DMS)」でさらに新たなデータ活用にチャレンジしていくことがベストだという結論になりました。

他社システムに比べて、「戦略会議NEXT」はどの担当が操作しても分析しやすいということも評価ポイントです。

特に、バージョンアップした新しい「戦略会議NEXT」は、レポート作成の自動化(\*一部カスタマイズ)など使い勝手も向上していました。特に良いと思ったのが、自分に必要な情報だけを登録できる「お気に入り条件登録」で欲しいデータにすぐアクセスできるようになったところです。



「戦略会議NEXT(DMS) 画面イメージ」  
※画像はイメージです

## 活用事例

**SCとしての次の打ち手を考え、厳しい社会状況にも負けない体制づくりにデータ活用は不可欠**

特に利用している場面としては、テナント様との面談や日次・週次・月次・四半期、更に年次の報告資料作成が主になっています。分析資料をまとめるという作業は単に数字をアウトプットすれば良いというのではなく、どのような指標で物事を見るのかを決めることが大切だと考えています。その時々状況や多種多様な案件に合わせて、分析したい指標項目を柔軟に変えて戦略会議NEXTを使用しています。

「戦略会議NEXT」導入による効果を、明確な数字で表すのは難しい面があります。心掛けていることは、データを分析してそれで終わりではなく、そのデータをしっかり活用することでテナント様の成長や売上向上に寄与することが使命であるということです。「戦略会議NEXT」を活用しているのはJR九州駅ビルグループの営業担当社員です。メンバーの誰もが専門のスキルがなくとも、見たい数字をスピーディーに取り出せることが良い点になります。

現在、グループ各社がどのような点で困っているかのヒヤリングを実施していると

ところで、今後、あがってきた要望を基に機能改修や活用の教育計画を立てたいと考えています。

各施設の営業メンバーに求めることとしてひとつ確実に言えるのは、単純に売り上げの前年比だけを見るのではなく、数字の裏側にどのような事象があるのかを読み解く力を育てて欲しいということです。

「前年比より下がっているから良くない」ではなく、「自店に問題があるのか」、「周りの環境が原因なのか」、「(そうでなければ)どこに問題があるのか」を考えたいので、テナント様と深いコミュニケーションを取って欲しいと思っています。

テナント様の売上が厳しい状況でも、テナント様を支え、お互いに知恵を出し合い、良い関係性をつくる取り組みが必要です。

コロナ禍が落ち着けばお客様はリアルのお店に以前のようにまた足を運んで頂けるかという、現実的にはそうはならないと思っています。今、全国のショッピングセンターは、今後の事業の在り方、ビジネスモデルを考え模索しています。我々も次の打ち手を考え常にチャレンジしていく必要があります。

そのために必要不可欠なのがデータ活用と考えています。例えばGPSの位置情報など、さまざまな外部データが活用できる世の中になりました。そういった外部データを社内のデータとどう組み合わせればよいか、顧客接点を増やし、施設に不動産価値を寄与できるかなど、今まさに試行錯誤している段階です。