

実際に利用している当社社員たちの声として上がってきたのは、やはりまず処理スピードが圧倒的に速くなつたこと。加えて導入後のリゾーム様のサポート体制が充実していることも評価ポイントです。導入前には操作研修していただいたのですが、研修だけですべての操作を覚えることは困難です。導入後でも問い合わせに対して細かく丁寧に応えていただいたおかげで我々の操作習熟度が向上し、最近は問い合わせの数も減っていると思います。



様々な軸でターゲットを抽出し、DMリスト等に活用
「会員抽出機能」
※画像はイメージ



月間の会員購買情報を1ページに集約した定型レポート
「ありがとうレポート」
※画像はイメージ

今後の展望

社内のデータ活用スキルアップで、さらに分析システムの活用の場を広げたい！

今後は、「戦略会議NEXT」をさらに『活用しつくすシステム』に成長させていきたいと考えています。当社事業計画の目標の1つとして、ロイヤルカスタマーを醸成していくなければならないということが挙げられます。それを効率良く実現させるためには、「戦略会議NEXT」の分析機能などをいかに使いこなしていくかがポイントになります。

旧戦略会議システムでもABC分析やデシル分析などの機能は搭載していましたが、一部の担当者が利用しているのみで、全社的に使いこなせていると言える状態ではありませんでした。

その点はリゾーム様にもご協力いただき、まずは基本的な分析の活用方法や数値の見方などの活用事例セミナーを実施していただく予定です。その他、今回「ありがとうレポート」をさまざまなレベルで見られるように改修していただいたので、経営層会議の場において、店別の状況などのよりマクロな視点で議論する際の基礎資料として利用できなかななど、分析データの活用の場を広げていきたいと考えています。



「戦略会議NEXT 顧客×商品分析システム 画面イメージ」
※画像はイメージ



導入事例

複雑な分析、様々なターゲット抽出もスピーディーに！
本部・現場・各ショップのご担当者様それぞれに
活用できる分析システムへ。

Fukuya

株式会社福屋



事業内容 百貨店業

インタビュー 株式会社福屋 営業本部 営業企画担当 兼 情報システム担当 課長 沖田 一成 氏
営業本部 情報システム担当 係長 菅生 博文 氏

導入先・導入店舗 福屋全店

WEBで
チェック！



課題

OSの問題やデータ蓄積量の問題もあり、リスト抽出に非常に時間がかかっている

DMのリスト作成や売上分析において、課題に合わせてさまざまな切り口でターゲット抽出をしたい

「ショップ単位」だけでなく、「店単位」や「ゾーン単位」での売上や業績の傾向把握

本部や現場も巻き込んだシステムの活用度向上

導入結果

処理スピードがアップし、リスト抽出や分析などの作業効率が格段に向上了！

分析・抽出軸の指定も複数の軸を1度に指定でき、複雑な分析も素早く可能！

ショップ単位のミクロ視点と店やゾーンのマクロ視点。その両方の状況把握が可能に！

導入前の操作研修、導入後のサポート体制が充実し、操作習熟度が向上！

導入の背景

活用される分析システムへ!
現場の課題に即したリプレイス。

福屋は1929年の創業以来90年以上、「皆様の福屋」を企業理念としてお客様第一主義を貫いてきました。時代に合わせて常に変化しながらも、地元広島に根ざし地元から愛され続けてきた福屋は、広島地区の百貨店売上ではシェアトップ。そのご支持に応えるべく、百貨店事業を通じて地域貢献も果たしています。屋上のスペースを地元高校生の発表の場として活用いただいたり、中元・歳暮に広島県との共同企画「ひろしまブランド」オリジナルギフト瀬戸内ひろしま宝箱の販売も行っています。

当社では、日々様々なDMを発送しています。ショップ単位のものから数万通単位の全館規模のものまで、切り口も多岐にわたっています。以前は旧バージョンの顧客分析システムを使ってDM発送用のリストを抽出していましたが、OSの問題や、データ蓄積量の問題もあり、リスト抽出に非常に時間がかかっていました。抽出条件や件数にもよりますが、場合によっては1つの処理で数十分待つケースもありました。その都度、リゾーム様にはデータベースのメンテナンスやチューニングなどの対応をしてもらっていたのですが、根本的な改善には至っていませんでした。

今回の旧版から「戦略会議NEXT」へのリプレイスの理由には、旧版の保守期限が切れてしまうということがあったのも確かなのですが、このリプレイスを機に、現場も巻き込んだ上でシステムの活用度を向上させて、「戦略会議NEXT」をさらに「使われる分析システム」にしていきたいという思いがありました。

また、「使われる分析システム」にしていくためには、
本部や現場、皆にとって使い勝手の良いものにしてい
かなければなりません。システムリプレイスですので、本来
なら我々情報システム部門とリゾーム様でコミュニケー

ションを取ってリリース準備を進めればよいのだろうと思いますが、今回は実際にDM用リストを抽出したり、レポートを活用したりする各部門の実務担当者も交えて課題抽出する場を設けて、そこにリゾーム様にも同席いただきました。

さまざまな課題や改善案が出る中、現場担当者と我々情報システム部門、そしてリゾーム様との3者がシームレスに意見交換できたことで、まさに現場の課題に即した改善策を策定でき、それがリプレイス内容にも反映されました。また、お客様にご迷惑をかけないようにというリスク観点からも、リゾーム様と協議を重ねました。

実は、「戦略会議NEXT」へのリプレイスと同時に基幹システムもリプレイスしています。2022年3月1日の同じタイミングで移行したのですが、その際、旧版と「NEXT」両方の情報を閲覧できるような移行期間を設けるよう要望いたしました。

その取り組みのおかげで、使い方が分からなかったためにDM発送が止まってしまったり、販売状況の確認や分析ができなくなったりというような混乱は発生せずに、スムーズに移行が完了しました。当社の業務上止めること

さらに、基幹システムのベンダーとリゾーム様とで、データ連携に必要なレイアウトなど細部の技術情報の共有や調整を直接行っていただいたおかげで、我々の作業もさらに負担が軽減し、とても助かりました。



「皆様の福屋」を企業理念としてお客様第一主義を貫く福屋は、広島地区の百貨店売上においてシェアトップを誇る

リピケスに向けて課題・改善内容をリスト化

活用事例

複雑な分析、様々なターゲット抽出
もスピーディーに!
本部・現場・各ショップ担当者
それぞれに分析データの活用に
向けトライ。

「戦略会議NEXT」へのリプレイス後、課題となっていた
処理スピードは格段に速くなりました。処理スピードが
アップしたことによってリスト抽出や分析などの作業効率
が格段に向上しました。さらにもう1つの課題であった分
析・抽出軸の指定も、複数の軸を1度に指定できるよう
なったので、DMIリスト抽出作業が効率的になり、複雑な
分析も素早く行えるようになりました。

例えば、DM用のリスト抽出では、ある売場で購入されたお客様の中から他の売場でも購入されたお客様の上位を抽出したり、支払方法や金額条件、住所で絞り込むといった作業がとても楽に行えるようになりました。また、一定期間購入のない休眠顧客の掘り起こしや、特定の催しに反応の良いお客様に対するリピート販促など、日々の業務で実施するさまざまなターゲット抽出作業で、「戦略会議NEXT」を活用しています。

売上分析でもさまざまな切り口で分析する際に使用しています。例えば当社は昨年dポイントを導入したのですが、

その関与率などを見ることでどの施策が効果的だったのか、また逆に何がお客様に響かなかったのかなど効果検証に利用しています。その他にもフロアの効率を見たりするなど、さまざまな視点で売上分析を活用しています。

月間の会員購買情報を1ページに集約した定型レポート「ありがとうレポート」については、「ショップ単位」だけでなく、より上位のレイヤーの「店単位」や「ゾーン単位」でも売上や業績の傾向が一発で把握できるようにリリース前に要望を出していたのですが、確実にその要望に応えていただいています。「ありがとうレポート」は、主に福屋のマネージャーと各ショップ店長との面談の際の基礎資料として使用しています。単純な売上実績だけではなく、その売上の中身を詳しく見ることで、買い回り先を共有して相性の良さそうなお客様層に対して新たにDMを送つてみるなどの具体的な施策の検討が可能になります。ショップ単位だけではなく、店ごとやゾーンごとでも詳しく売上の中身が見れるようになりましたので、ショップ単位のミクロ視点と店やゾーンのマクロ視点の両方の状況を見ながらショップと話ができるようになりました。

我々にとっての「戦略会議NEXT」の位置付けは、今回同時リプレイスした基幹システムとお互いに補完し合う形で、業績数値を管理するための両輪となっています。例えば、基幹システムではPOSから上がってくる売上データを持っていますが、細かいデータは長期間保管しません。「戦略会議NEXT」は基幹システムからデータを取得し、DMリスト抽出や分析・レポートに必要なデータを顧客情報として保持し続けてくれます。

ちょうどこのタイミング(現2022年6月)でコロナ禍前の水準と現在とを比較しようとしたのですが、コロナ禍前の時期のデイリーでの売上データはすでに基幹システムでは見れなくなっており、年度別でしか確認できません。しかし「戦略会議NEXT」側では、コロナ禍前に遡って、デイリーの売上を確認するというようなことが可能です。このように現在、売上数値の管理に関しては、販売管理の基幹システムと顧客分析システムの「戦略会議NEXT」双方の強みを生かした形で両輪として機能してくれています。