Monday Senken

販売最前線

SC ショッピングセンター

サンポップマチヤ

専門店の本部が訪れるたび「こんな小さなところでなぜ？」と驚くSCがある。東京都荒川区のサンポップマチヤ（運営サンポップ、水村進司社長）で、iPadを全ショップに配って情報武装。作業時間の短縮ばかりか、各店の連携で買い上げ点数を増やそうとしている。中小SCの生き残り策として、大手には見られないきめ細かさを発揮している。（長田英）

1ショップに1台のiPadと1台のiPodタッチが基本だ

iPad使ってSC内連携

リアルな顧客分析で販促探る

60代店長もハマる

本格運用前に研修も熱く

今月中旬に開かれたサンポップマチヤの店長会議。SC事務局が「まずテストメールを送りますから、必ず返信をください」「6月から本番なので、（訓練のためテナントに義務付けていた）売り上げ報告の2度打ちはやめますが、きちんと出来なければ元に戻します」と強い口調で訴える。3月から試験的に使用し、4月に稼働を始めたボンドゲートシステム。5月から売り上げ・顧客分析機能が加わったこともあり、本格活用へ向けて事務局は、つい熱くなる。

当日は会議の時間を割いて、分析の操作研修も行われた。説明に基づいて、iPadを実際に操作する。向き不向きがあるのか、練習した時間の違いなのか、参加した20人の店長には熟練度に差がある。概して高齢な店長ほど苦手意識が強いようだが、分からなければ隣の女性店長に教えてもらうなどして、和やかな雰囲気で研修は終わった。

テナントの方も熱が入る。始めてみると面白く、個人的にもiPad購入を決めた60代の店長がいる。タッチ感覚を日常のものにしようと、携帯電話をスマートフォンに替えた人も、多いという。

ショップを回り指導するリゾームの佐々木彩さん（左）は「直接テナントの人と話すことがなかったのでいい経験だった」

顧客のカードを預かりiPodタッチにかざすと即会員情報が表示される（ミューズの鈴木光大店長）

「実際は40代が多いなあ」と驚いたサンリオギフトゲートの野沢店長

売り上げ報告は手書きから手入力へ

クレアーズの田尻店長はスケジュール帳についている天気予報を見て陳列を変更するという

お薦め商品を異業種で紹介

サンポップがシステム導入を検討したのは、約1年前だ。地下1階～地上5階で店舗面積2700平方㍍、29テナントの中小SC。競合の発生や消費低迷で、最高時20億円あった売り上げが今では17億円に下がってしまった。売り上げ低迷＝賃料下落→新規テナント出店意欲減退という負の連鎖を断ち切るには、どうすべきか。商圏人口拡大が見込めない町屋のような立地では、まずローコスト化を追求する必要がある。次に求めるのは、売り上げの増加だ。「人が増えないのなら、館内の回遊性を高めて、買い上げ点数を上げよう」とSC経営士でもある松野宏専務は考えた。そこで十数年来、顧客分析で取引のあるリゾームの中山博光社長に相談したところ、両方の条件を満たせるボンドゲートの提案を受けたという。

まずコスト。ソフト開発費やiPad37台購入などで数千万円かかるものの、「本格稼働したら作業時間は半分になり、システム費用も半分以下になるから、コストは3分の1になる」（松野専務）。そのため従来、使用していた大手のシステムは取りやめた。

また、買い上げ点数を上げるには、顧客分析の「同時購買」という概念を活用する。1人の客が衣食住の異なるショップで同時に何を買ったのかの履歴に基づいて販促につなげる手法だ。サンポップは、過去3年間の販売データを筑波大学システム工学研究所に分析してもらっており、これを生かしてダイレクトメールにつけるクーポン券も、例えば飲食と雑貨とか、ミセスアパレルに靴とか工夫する。異業種のテナント同士が、お薦め商品を紹介し合えるような支援機能をシステムにも組み込んだ。いずれデジタルサイネージを使用し、例えば飲食のフロアに雑貨のテナントがお薦め商品の映像を発信する。同時購買による販促で、売り上げを5%伸ばす計画だ。

投資額少なく中小に「最適」

「このシステムは中小SCにうってつけ」（同）。投資額が少なく、大きな工事も不要なことに加え、人材教育をしようにも人手が足りずに実施できない中小ディベロッパーに、作業効率化で“余裕”を与えてくれるからだ。一方のテナントも、空いた時間だけ接客に打ち込めるようになる。

また、ボンドゲートには「現地に行かなくてもテナント管理できる」（中山社長）メリットがある。小規模のディベロッパーでも、複数のSCを運営することが可能になるのだ。従来から赤羽ビビオSCの組合・テナント管理業務を請け負っているサンポップは、次のシナリオを描いている。一連のプランをまとめ今春、東京都に「経営革新計画」を申請し承認された。

双方向の伝達／即時に数字把握／情報細かく

事務局とショップでシステムはどう機能？

システムが実際どう機能しているのか、事務局と各ショップを訪れた。

◆コミュニケーション機能

事務局はSCのイベント、スケジュールなど伝達すべき事項を「掲示板」で一斉配信している。これまでは各店に持っていったり、事務所に貼り出したりしていた。その手間が省けただけでなく「連絡漏れがなくなった、こちらからの要望も間違いなく伝わる」（高橋祐子ドレミ化粧品店店長）。

従来のシステムでは、ディベロッパーからテナントへの一方通行が多かったというのが強みだ。

ボンドゲートは双方向なメモ」という項目があって、細かな報告事項を打ち込めるが、クレアーズの田尻あや店長は「それに対して事務所からもコメントがもらえるから楽しい」と話す。まだ多くはないが、「しばらく来なかったお客がみえてうれしかった」「品揃えを聞かれて売り逃し悔しかった」などの書き込みがある。

◆売り上げ報告・管理

売り上げはこれまで閉店してから午前零時までに、報告書に記入して5階の事務所まで持っていく必要があった。今はiPadに打ち込んで送信すれば即終了となる。ただ、5月までは不慣れなので2度打ちを義務付けている。このため作業時間が減ったという実感は、まだテナントにはない。

大幅に合理化されたのが早出、休日出勤などの残業届だ。店が事務局に持って行き、事務局は警備、設備、清掃などの関係者に次々、伝えなければならず1日かかっていたが「今は瞬時」。

売り上げは、事務局はもちろんのこと、5月から各テナントも自店の月別・日別予算比、客数などをリアルに見られるようになった。グラフでも同時表示される。サンリオギフトゲートの野沢郁男店長は、リアルタイムの面白さを味わっていると言うが、カード会員の売り上げ比率が低いと「恥ずかしい思う」怖きも知った。そのため会員獲得に躍起になっており、「数字はうそをつかない」ことに逐観したようだ。

◆顧客管理・その他

ポイントカードを売り場のiPodタッチで読み取り、顧客情報がリアルに分かるようになった。カード会員の年代など属性分析も、iPadを開けばグラフで表示される。クレアーズの田尻店長は「細かく見られるのは助かるし、接客にもつながる」と歓迎する。実際、サンリオの野沢店長は「もっと若いと思っていたのに、40代が多い」と知って驚いたという。

ボンドゲートには安否確認機能もついている。大震災のときに電話がつながらず、困ったSCが多かったから付けたというが、サンポップでも4月3日の大雨の日に、気象状況と鉄道各線の運行状況を各テナントに一斉発信した。また、天気予報はスケジュール表にも添付されており、クレアーズはそれを参考にその日の陳列を変えるという。

〝同時購買〟を追求 売り上げ5%増へ