

株式会社三越 通信販売事業部 様

IMPACT-DM/MA3

Office PerformancePoint Server 2007



相原 宏志氏
営業推進部 ゼネラルマネジャー



小林 由浩氏
営業推進部 プランニングスタッフ



システムの概要

システム名称：三越通信販売事業部
新マーケティングシステム

システム概要：精度の高い顧客分析（データマイニング）をスピーディに行う通信販売向け情報系ソリューション『IMPACT-DM/MA3』と、分析結果を誰でも鳥瞰的に理解・把握できる統合パフォーマンスマネジメントアプリケーション『Microsoft Office PerformancePoint Server 2007』を組み合わせた新マーケティングシステム

開発期間：約1年

システムユーザー数：100名

USER PROFILE

開設：1898年
売上高：334億2,700万円
従業員数：213名（2008年6月末現在）
所在地：東京都江東区南砂2-36-11
事業内容：カタログ、テレビ、ECなどによる通信販売、宅配事業

マーケティングシステムと情報系ポータルを組み合わせ通信販売事業のビジネス状況を“見える化”する。

導入の背景

- 既存のシステムはデータ処理のスピードが遅かった
- 機能面でも近年の顧客数やチャネルの拡大に対応しづらいなど課題があった

選定理由

- 売上でなく顧客数によって状況を把握、それをもとに商品企画やプロモーションを計画・監視・評価できる機能性
- 柔軟かつ短期間でのシステム構築を可能にするWindows®/.NET開発環境
- 通信販売業界における豊富な実績とノウハウ
- IAサーバ『Unisys Enterprise Server ES7000（以下、ES7000）』の高信頼性、高拡張性

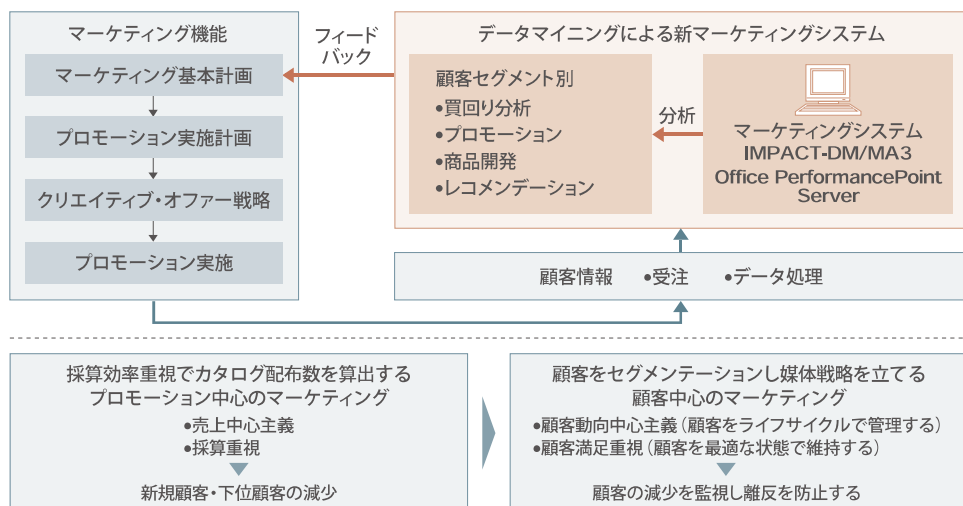
導入の効果

- 情報系ポータル『Microsoft Office PerformancePoint Server 2007（以下、Office PerformancePoint Server）』でデータマイニングの結果を“見える化”、従来は散在していたデータが誰でも見やすく、理解しやすくなった
- 計画・実行・評価・改善というPDCAサイクルの進捗状況を「監視」することで、状況に対して迅速に施策が立案できるようになった
- システムの導入、運用、維持コストを大幅に低減できた
- 以前は2日かかっていた顧客情報の抽出が3～4時間に短縮された

事例のポイント

- 売上でなく顧客数をベースにしたマーケティングを提案
- 通信販売向け情報系ソリューション『IMPACT-DM/MA3』をフル活用、短期間での開発に成功
- Office PerformancePoint Serverにより、顧客の現状が鳥瞰的に視認できるインターフェースを実現
- 国内流通業界で初めてOffice PerformancePoint Serverを使用
- Windows/.NETによって短期間でのシステム構築が実現

新マーケティングシステムの運用概念図



株式会社三越 通信販売事業部 様

導入の背景

情報処理のスピードとデータ分析の機能面に課題があった従来のマーケティングシステム

1898年の開設以来、110年もの長きにわたって通信販売を手がけてきた三越 通信販売事業様。同社では10年ほど前にマーケティングシステムを構築、プロモーション企画などに取り組んできた。しかし同システムはデータ処理が遅い、機能面でも近年の顧客数やチャネルに対応しづらいなどの課題があった。

「国内の通信販売マーケットは拡大傾向にあったにも関わらず、2002年を境に通信販売事業が低迷しはじめました。システム刷新は急務の課題でした」と話すのは、営業推進部 ゼネラルマネジャーの相原宏志氏だ。

三越 通信販売事業部様は、日本ユニシスを含むベンダー数社に対し提案を依頼。限られた期間で課題点を洗い出し、システムを構築し直す必要があったため、途中で根をあげるベンダーも出るなか、日本ユニシスは三越様の顧客情報を詳細に分析、現状の課題と具体的な改善策を明らかにしていった。

選定理由

顧客中心のマネジメントと計測可能なマーケティングを実現

日本ユニシスが提案したのは「顧客中心のマネジメントと計測可能なマーケティング」を確立する仕組みづくりだった。従来のマーケティング手法では、顧客ニーズの変化など売上増減の要因を把握しづらかったからだ。

日本ユニシスが提案したのは、「売上実績」でなく「顧客数」を起点に状況を把握・管理し、その変化をもとに商品企画やプロモーションを計画・監視・評価する仕組みだった。さらに履歴をもとに顧客一人ひとりを緻密に分析、実効性の高い販促計画と精度の高い受注予測も可能にする手法も提案した。



また、今回の開発では柔軟かつ短期間にシステムを構築できるWindows/.NETを提案。ハードウェアにはIAサーバES7000を、OSに『Windows Server』を、データベースマネジメントソフトに『SQL Server』を提案し、こうした豊富な実績をもつインフラ、ソフトウェアを使用することも安心材料になった。

導入の効果

誰でも簡単にデータの意味を読み解ける戦略的な情報環境を構築

データマイニング※による分析結果は、そのデータをどう読み解くか、またそれを実際にどのように施策へ活かすかが難しく、その有効活用には高度な専門性と慣れ・経験が必要となる。そこで今回は、このデータの読み解きを、誰もが簡単にできるよう、情報系ポータルで“見せる化”するという、画期的な仕組みを組み入れた。それが統合パフォーマンス マネジメント（業績管理）アプリケーションOffice PerformancePoint Serverの活用だ。

新しいマーケティングシステムは、「計画系」「実行系」「監視系」「評価系」で構成されている。このなかでもっとも重要になる「監視系」部分にOffice PerformancePoint Serverを適用し、これまで散在していたデータを一元的に集約。通信販売事業の現状分析データとして誰もが簡単に把握できるようにした。

今後の展望

マーチャンダイジングとのデータ連携・情報活用も視野に

そして2008年4月、新たなマーケティングシステムが無事にカットオーバーされた。このOffice PerformancePoint Serverを用いたマーケティングシステムは、流通業界では日本初となる。7月からは1回目の顧客情報の抽出もスタートする。「私どものデータは500万件にもものぼるため、従来のシステムでは顧客情報を抽出するだけで丸2日かかっていました。しかし新システムは3~4時間でデータ抽出から分析を終えられます。これは驚異的なスピードですね」と語るのは営業推進部 プランニングスタッフの小林由浩氏だ。



また今後は、Office PerformancePoint Serverを使った「監視」情報を、全社PC100台で閲覧できるようにしていくことも計画されている。さらに相原氏は「今後はマーチャンダイジングに役立つシステム開発も検討しています」と、今後の構想を語る。

※データマイニング

大量に蓄積された未加工のデータ中に存在する、ある傾向や相関関係などの情報を見つけるための技術・手法。

日本ユニシス株式会社

本社 東京都江東区豊洲1-1-1
電話 03-5546-4111 (大代表)
URL <http://www.unisys.co.jp/>
E-mail dotnet-box@unisys.co.jp

事例インタビューの全文はこちら

URL <http://www.unisys.co.jp/dotnet/casestudy.html>