

日本サブウェイ株式会社

POSデータの集計分析システムにDr.Sum EAを採用 マーケティング担当者が2ヶ月で売上分析システムを構築

Interview



日本サブウェイ マーケティング部
牛窪敏章氏

Company Profile

日本サブウェイ株式会社

設立：1991年
資本金：1億円
所在地：東京都港区
事業内容：米国でスタートしたオーダ
ーメイドによるサンドイッチ店の日
本国内におけるチェーン展開。
URL：http://www.subway.co.jp/



低コスト、短期間で売上分析システムを構築

情報の有効活用で、業務改善、円滑なコミュニケーションを実現

無限の組み合わせの商品から
顧客ニーズを導く分析が必要

柔軟な日次分析システムを
低コスト、短納期で実現

1965年に米国で設立されたサブウェイ。その日本法人である日本サブウェイは1991年に設立され、1992年3月には1号店が赤坂見附(東京都港区)にオープンした。潜水艦(サブマリン)型のパンに好みのハムや野菜をはさんだオーダーメイドのサンドイッチを、顧客の目の前で作り提供するという独特なスタイルが評判を呼び、全世界で約2万6800店舗、日本国内では124店舗(2007年1月現在)をフランチャイズ展開。2010年までに400店舗を目指している。

日本サブウェイでは、パンだけでも4種類×2サイズの8通りから好みのものを選ぶことが可能。パンにはさむ具には15種類の基本メニューがあり、6種類の野菜や10種類のドレッシング、7種類のトッピングを自由に追加できる。さらに、ドリンクやスープなどのセットメニューもあり、無限とも言える組み合わせが可能なサブウェイでは、人気メニューや人気セットなど、顧客の変化を迅速に把握し、柔軟に対応することが売上向上の大きな鍵になる。そこで日本サブウェイでは、新しいPOSシステムの導入に合わせ、売上分析システムの短期構築が可能である多次元高速集計検索エンジン「Dr.Sum EA」を導入した。

日本サブウェイでは、2004年3月にすべての店舗にPCを導入し、発注業務などに使用していた。また2005年10月には、各店舗にPOSシステムを導入したほか、本社システムとして「FOGIS」と呼ばれる集配信システムを導入したが、当時のシステムは各店舗の売上を週次で出力していた。

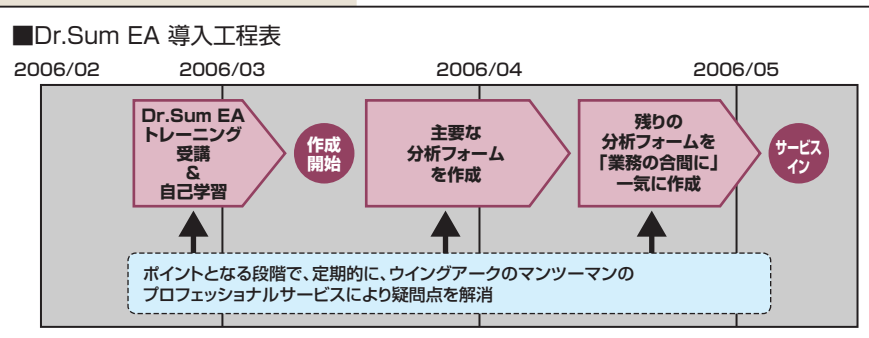
日本サブウェイ マーケティング部の牛窪敏章氏は、当時のシステムの課題について、「1週間前の売上実績を見ても、現在の顧客のニーズを的確に判断することは難しい。また、システム担当者に依頼しなければ分析フォームの変更ができないなど、変化に柔軟に対応できるシステムではなかった」と語る。

そこで日本サブウェイは、Dr.Sum EAを導入しWeb対応の売上分析システムを実現。本社や各店舗のPCから本社Webサーバに接続し、Webブラウザだけで売上分析を行う環境を整備した。このシステムにより、エンドユーザに負担をかけることなく、本社や店舗の各スタッフの要求に応じた分析フォームを作成できるようになった。

牛窪氏は新しい分析システムについて、「毎晩レジが閉まるとデータがCSV形式で本社システムに転送され、Oracleデータベースに格納される。そこから集計されたデータが翌朝までにDr.Sum EAに格納され、日次の売上分析が可能になっている」と話す。

早期システム構築の最大のポイントは簡単な操作性
マーケティング担当者がシステムを構築

同社は、売上分析システムを構築するにあたりシステムに対する要件として、変化にあわせて分析条件を柔軟に追加・変更できること、本社や各店舗のPCに専用アプリケーションを導入する必



導入背景

- Web上での売上分析システムを実現する
- ノンプログラミングでの集計フォーム作成

導入ポイント

- 本社、各店舗のPCでの分析
- 低コスト、短期間での構築
- 柔軟かつ迅速な分析環境
- 専用アプリを使わない分析

導入効果

- データ集計の効率化
- 変化への迅速な対応
- 柔軟な分析環境の実現
- 円滑なコミュニケーション

要がないこと、さらに低コスト、短期間で構築できることの4つを挙げていた。

また、分析ツール採用の条件として、新しく導入したPOSシステムとの連携実績や、将来的にはビジュアルにデータを分析できる拡張機能が提供されていることが挙げられていた。

Dr.Sum EAの導入が決定し、システム構築はエンドユーザである牛窪氏が担当した。牛窪氏は、特にシステムを学んだ経験はなく、各店舗の販売促進などが主な業務であり、WordやExcelなどを日常業務で使う程度だったが、Dr.Sum EAトレーニングコース受講後、不明な点はサポート担当者にお問い合わせで疑問点を解消し、2週間程度でDr.Sum EAの使用方法を習得。2006年3月頃より分析フォームの開発をスタートし、2ヶ月後の5月初旬には必要な分析フォームすべての構築を終えることができた。エンドユーザが自ら分析環境を構築することができるDr.Sum EAの操作性、使いやすさが短期構築のポイントとなった。

「全くの素人だったので、開発している間は本当に休みなく働いていたが、Dr.Sum EAの仕組みを覚えてからは、特別に難しくはなかった。コンピュータのプロでなくても使えるということがDr.Sum EAの優れた特長だ」と牛窪氏は話す。

システム構築が進む中、POSシステムのデータだけではレポートを作成するのに足りない情報があり、Excelなどで必要なデータを補い、POSシステムのデータと連携するという工夫も必要だったが、その作業も特に問題なくDr.Sum EAで実現できたという。日本サブウェイでは、本社用、店舗用など、細かい帳票まで合わせると約30帳票がPOSデータの分析に使用されている。立地別や商品別など、いろいろな切り口での分析があるため、帳票の数は増えつつある。

システムに不慣れた利用者にも使いやすいと好評 本社と店舗のコミュニケーションも円滑に

Dr.Sum EA導入により、各店舗の責任者は店舗の状況や昨日の実績などの情報を毎朝確認できるようになった。また、フランチャイズと直営店別の分析、都市型や郊外型、オフィス型などの立地別のデータも分析することが可能となった。本社では立地別の分析はもちろん、オーナー別の分析も可能だ。「品目、時間帯、客層別などの実績、さらにはイートインかテイクアウトか、ドリンクの種類やサイドメニューの組み合わせなど、公開している日時データは色々ある。それらのデータを様々な切り口で分析できます」(牛窪氏)

POSシステムが導入される以前は、各店舗から売上情報がFAXで本社に送られ、それを本社で手入力していた。それが今では、本社も各店舗も、売上集計処理に関わる作業が大幅に軽減されている。また立地条件や季節要因など、変化する店舗の状況や営業状況に対して、分析条件を柔軟に変更できる機能は、利用者から評価されている。

「各店舗で面倒な設定なしに、日々の実績を簡単に分析できるので、システムに不慣れた利用者にも使いやすいと好評だ。また、以前はデータ収集に1週間かかっていたが、日次で更新したデータを見ながら話ができるため、営業担当者と店舗担当者のコミュニケーションが円滑になった。情報を活用したコミュニケーションが進んでいる」と牛窪氏は話している。

グラフやチャートを有効活用 他店舗との比較で自分の店舗状況をより深く理解

今後の展開について牛窪氏は、「各店舗に、総合的に情報を伝えるのが今後の目標。店舗向け、経営者層向けにひとつの表で直近のデータを分析できる仕組みを実現したい。重要なKPI(重要業績評価指標)をひとつの画面上にダッシュボード化することを目指して、複数の集計を同時に実行できるDr.Sum EA Datalizerを導入する計画」と話す。機能拡張することで他店舗の情報を比較でき、自分の店舗の状況をより深く理解し、次の対応を明確にすることができる。

「自分の店舗の強みや弱みを理解できるようにすることが最大の目的だ。そのためには、総合的にデータを集約することが重要、また視覚的に理解しやすいグラフやチャートを有効に活用することも必要であり、Dr.Sum EA Visualizerの導入も検討している」(牛窪氏)

導入製品

Dr.Sum EA Advanced

大容量のデータを部門間や全社規模で集計分析するための多次元高速集計検索エンジン

Dr.Sum EA Reporting Server

Dr.Sum EAをWebブラウザで使用するためのインターフェイス



日本サブウェイ様使用例
Dr.Sum EA Reporting Server集計画面

