

## ブルーチップ株式会社

## 事例紹介

小売業界特有の複雑な分析ニーズをDr.Sum EA Datalizerで具現化  
経営戦略のカギとなる新規開拓へ大きな一手

## Interview



ブルーチップ株式会社  
常務取締役 企画開発本部長  
森田 厚夫 氏 (写真中央)

企画開発本部 システム開発部  
部長 法橋 弘尚 氏 (写真右)

企画開発本部 システム開発部  
チーフ 菊地 尚 氏 (写真左)

## Company Profile

## ブルーチップ株式会社

創業：1962年

従業員数：180名 (2006年10月現在)

所在地：東京都港区

事業内容：ブルーチップスタンプや電子ポイントを活用したブルーチップシステムの販売、小売業の経営戦略等を対象としたマーケットリサーチ・コンサルティング、カタログ商品の販売・インターネット通販など。販売促進サービスの老舗企業であるブルーチップでは、創業以来培った独自のポイントシステムにより、地域に密着した活動を続ける小売業のバックアップを企業使命としている。

URL：http://www.bluechip.co.jp/



データの有効活用を目的に、全国 600 万の会員情報を Dr.Sum EA Datalizer へ順次移行。小売店向け分析サービスの質的向上へ前進

伝統と革新の販促事業を展開する  
ポイントシステムのフロンティア

ブルーチップ株式会社は1962年の創業以来、一貫して地域小売業へ向けた販売促進システムを提供している老舗企業だ。日本におけるトレーディングスタンプビジネスの草分け的存在として、現在は電子ポイントシステム「BEAM (ビーム)」を中心としたブルーチップシステム販売事業を幅広い分野で展開。さらに近年ではポイント発行だけでなく、顧客の属性情報を活用したマーケティングやポイント情報をネットワーク上で提供するASP型サービスなど、新規事業の開拓にも積極的に取り組んでいる。2007年7月には、Web経由での一元的な販促管理が可能なオンラインポイント管理システム(※1)を日立製作所と共同で開発した。

社外向けのポイントシステムの構築にあたり、課題に挙げたのがデータ処理・分析能力だ。システムに蓄積される顧客の購買情報やポイント情報などのデータは、加盟店企業1社だけでも2～3年で数百万件と膨大になる。そのため同社では、今後はDWHこそが高品位なシステム構築の核になると考えていた。当時、同社では、ある国産のDWHを導入していたが、システム構築に手間やコストがかかる上に、運用後もユーザー側がほしいデータをタイムリーに提供できない状況にあった。リッチな販売促進サービスを展開していくためには、移り変わりの激しい消費者ニーズに柔軟かつ迅速に対応できるデータ活用環境が不可欠。こうした悩みに光明をもたらしたのが、Dr.Sum EAだったという。

二人三脚の開発体制により、  
高度な分析ニーズを着実に具現化

データ活用を高品位に実現する最良の手段としてDr.Sum EAを選んだ理由。まず目を惹いたのはコストパフォーマンスだ。そして処理スピードの速さ。また、使いやすい開発ツールなども含めた総合的なパフォーマンスが、他社製品とは一線を画していた。ブルーチップの常務取締役である森田氏はさらにこう語る。「最初こそコストパフォーマンスで選びましたが、いまの我々にとっては、高度な開発要求にも応えるウイングアークの優れた技術力と、ニーズを細やかに汲み取る真摯なサポート体制が何より欠かせない要素となっています」

小売業における分析ニーズは、購入者一人ひとりの細かい購入価格範囲を指定するなど、技術的に複雑かつ難解なものが多い。これらの業務ニーズに応えるツールとしてDr.Sum EA Datalizer Professional for Web(以下、Dr.Sum EA Datalizer)を採用。同社が提供する電子ポイントシステムの一環として2007年12月より導入されている。

ブルーチップのポイントシステムを利用している会員は約600万人。加盟店の店舗数でいうと数千店舗にも上る。同社ではこの膨大なユーザー情報を、Dr.Sum EA Datalizer上で活用する計画だ。すでに現在、新規加盟店の約10万人の会員を対象に移行が始まっているという。

「我々は長年の間、小売店向けの分析をスタンドアロンのPC版で行ってきました。その分析ノウハウをDr.Sum EA Datalizerへ移行することで、従来のように加盟店側に面倒なインストール作業などの負担を強いることなく、ブラウザーさえあれば自由かつ簡単に操作できる分析環境を提供したい。」(森田氏)

## 導入背景

- データ処理・分析能力を向上させ、迅速かつ戦略的な販売促進をはかりたい
- 蓄積したデータを有効活用して独自の加盟店向け分析サービスを展開したい

## 導入ポイント

- スピード・価格両面における総合的なパフォーマンス
- 専門知識なしに操作ができる簡便な開発ツール
- 高い開発要求に応える技術力&真摯なサポート体制

## 導入効果

- Dr.Sum EA Datalizer をオンライン提供の新サービスに活用
- 小売向けのデータ分析環境を実現
- 現場からの多様なデータ出力ニーズに対応でき業務効率が向上

実は、ブルーチップ側の分析に対する飽くなきこだわりは、Dr.Sum EA Datalizerの製品開発にも大きな影響を与えているという。

## 業務現場の分析ニーズに幅広く応える柔軟なデータ活用環境が実現

また社内システムにおいて、営業部門のリーダーを中心に約50名の社員が売上分析にも活用している。その使用感について、企画開発本部・システム開発部チーフである菊地氏は次のように語る。

「実際に自分たちで使ってみて一番驚いたのは、データ処理スピードの早さと出力形式の多彩さ。これまでは3、4日かけて作っていた営業資料が、ほんの10分というスピードで分析結果が出せる上に、必要に応じてExcelやPDF、CSVなどのさまざまなファイル形式で出力できる。営業力強化に貢献する、業務に合わせたデータ活用が実現しました」

利用者を選ばない簡単な操作性も大きなポイントだ。PCに詳しくない社員でもトレーニングサービス受講後は、10種類ほどの分析帳票を作成できたという。高度なITスキルや専門知識を学ぶ必要がないため、社員教育に割く時間や人的リソースを削減することができる。

加えて、高く評価されているのがドリルスルー・ドリルダウン機能の快適性だ。「何でこの部門だけ先月より売上が悪くなったのか」と疑問を感じたら、やはり次の内訳を知りたくなる。そういう時にはこのドリルスルー・ドリルダウン機能が欠かせないと同システム開発部部長である法橋氏は言う。

「使い勝手がいい。データの詳しい内訳を知りたい時に、1枚のリストから目的のデータまで辿り着ける。データという事実の積み重ねの中から売上増減の原因などを素早く突き止め、次のアクションにつなげたい。利用者の思考の流れに沿った仕組みに、使う側の立場を意識した細やかな配慮を感じます。Dr.Sum EAシリーズは利用者本位で作られた機能が多く、利便性に優れた製品だと思います」

## Dr.Sum EA Datalizerを核に高品位なポイントシステム構築を目指す

菊地氏は、今後実現したい分析のひとつとして“デシル分析”（※2）を挙げている。「特にいま我々が目指している仕組みは、例えば“100円から1000円までの商品を買った10代から30代の女性”など、属性やジャンルの異なるデータを自在に組み合わせる複雑かつ高度な分析です。というのも、小売店の分析ニーズは店舗ごとに千差万別、実際、自店の取扱商品や客層などに応じて自由な分析設定をしたい、という要望は以前から寄せられていました」（菊地氏）

最近では、商品数の増加や消費者の多様化などの要因もあり、1店舗あたり数百万件規模にまで増大したデータをスピーディに処理することが、当たり前のように求められているという。主力事業である電子ポイントシステムにおいて、Web上での自在な集計・分析に加え多彩な出力形式も備えたDr.Sum EA Datalizerに対する期待感は大い。

「我々の主なお客様は地域の小売チェーン企業であり、システム部門を持たないところの方が多いのが現状です。だからこそ、できるだけ簡単に、よりお客様側に負担をかけないポイント管理・分析サービスが求められる。そのためにも、今後はポイントオンライン端末のように、簡単かつ利便性の高いWeb経由でのサービス提供が主流となってくるでしょうし、そのシステムの核としてDr.Sum EA Datalizerを積極的に活用していきたいと考えています」（森田氏）

## 導入製品

### Dr.Sum EA Premium

大容量のデータを部署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 Datalizer Professional for Web

Dr.Sum EAの集計結果をWebブラウザ上で自在にデータ集計分析

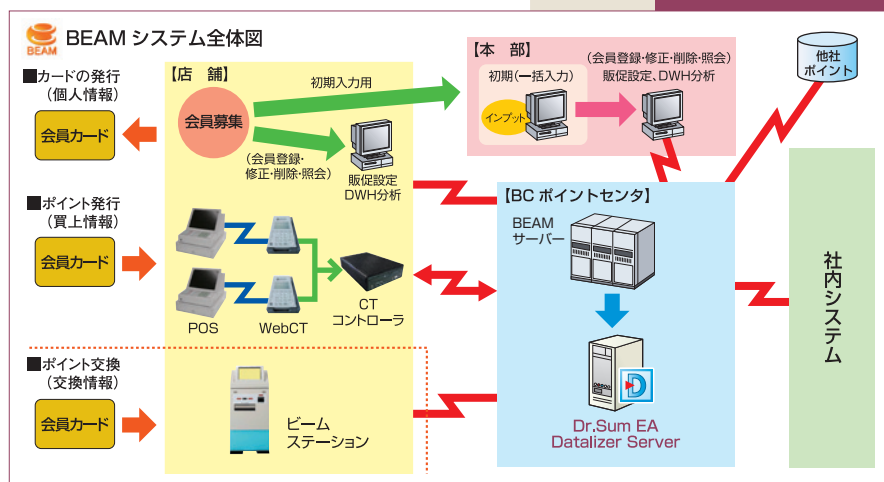
### Dr.Sum EA Connect

異なるDBデータの統合処理を豊富な接続コネクタにより実現する、ノンプログラミングのデータ連携ソリューション

※1：オンラインポイント管理システム  
会員のポイント情報や購買情報を、加盟店側がWeb経由で該店舗ごとに管理できるシステム。FSP(Frequent Shoppers Program) 対応のOne to One Marketing ツールとして販促メッセージやクーポン券の発券機能なども備えている。

※2：デシル分析  
全顧客を購入金額の高い順に10等分し、購入比率や売上構成比を分析する分析手法。主に小売業界で用いられる手法

## システム構成



## ウイングアーク1st株式会社

www.wingarc.com

E-mail: tsales@wingarc.com

【本社】TEL: 03-5962-7300 【大阪】TEL: 06-6225-7481 【名古屋】TEL: 052-562-5300

【福岡】TEL: 092-292-1092 【仙台】TEL: 022-217-8081 【札幌】TEL: 011-708-8123 【新潟】TEL: 025-241-3108



本リーフレットに掲載した会社名および製品名は、各社の商標または登録商標です。掲載内容は2008年5月現在のものです。

CA0119C1702