

オムニチャネル時代の
顧客意思 と ビジネスの変革

P / P E D B I T S

株式会社パイプドビッツ

当社ご案内

株式会社パイブドビッツ

本社 東京都港区赤坂2丁目9番11号
支店 札幌 大阪 福岡



- ◆代表者
代表取締役社長CEO 佐谷宣昭
- ◆資本金
316,093千円（2014年2月末現在）
- ◆設立
2000年4月3日
- ◆上場市場
東京証券取引所第一部（2014年5月）
- ◆従業員数
180名（2014年2月末現在）

- ・2000年4月 創業
- ・2001年2月 「スパイラル」提供開始
- ・2001年7月 プライバシーマーク取得
- ・2001年12月 SLA(サービス品質保証)導入
- ・2006年12月 マザーズに株式を上場
- ・2014年5月 東証一部へ市場変更

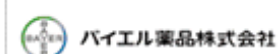
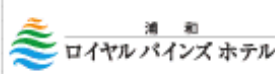
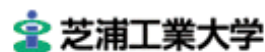
「情報資産の銀行」として
マネジメントシステムの強化に
努めております。



2014年5月13日
クラウドセキュリティ認証制度
「STAR認証」を国内初取得



10,324アカウント(2014年5月末)



情報資産プラットフォーム「スパイラル」



情報資産プラットフォームの概要



【保全】

安全で安心して
情報を預けられる環境

【活用】

ユーザーが生み出す
付加価値の向上を支援

【運用】

クライアントの
ビジネスに役立つ
ソリューションを提供

@ メルマガ/メールニュース配信

顧客とのメールコミュニケーションを
信頼性の高いメール配信システムで実現

Web上の顧客コミュニケーションでは、
必須となったメール。登録受付から自動エ
ラー処理、大量高速一斉配信といった欠か
せない環境が揃っています。



住友スリーエム 様

📷 キャンペーン/フォトコンテスト

見込顧客を増やすにはキャンペーンが効果的
流行のフォトコンテストでさらなる集客を狙う

プレゼントキャンペーンはもちろん、今流
行の写真投稿コンテストといった顧客参加
型のキャンペーンを展開し、テキストでは
伝えきれない商品・サービスの魅力を伝え、
集客数を拡大します。



キッコーマン 様

👤 顧客管理、問い合わせ管理

Webサイトに来訪した問い合わせ情報から
名刺情報やセミナー来場者などの顧客管理まで

Webからのお問い合わせや名刺交換した
お客様、セミナー参加者の情報管理を1つ
のシステムで実現でき、関係者間の情報共
有を促進します。



ホテルオークラ 様

👤 会員管理/会員サイト構築

メルマガやWebサイトの会員管理はもちろん
CMSとのAPI連携による会員サイトの構築も対応可能

Webに強いスパイラル®のマイエリア機
能を使って、標準機能で会員エリア構築が
実現。さらにAPIを用いることで、外部の
CMSと連携してデータベースを安全なス
パイラルで管理できます。



宝酒造 様

📊 アンケート、調査管理

製品やサービスに対する顧客満足度を測って改善
アンケートデータと顧客データの連携で、属性に応じて分析

顧客情報を管理するDBに満足度調査アン
ケートの回答を関連付け、顧客属性に応じ
た分析や顧客満足度向上のための営業フォ
ローが可能です。



幻冬舎 様

🗣️ セミナー/イベント管理

セミナーの申込受付からはじまり
複数開催のセミナーの管理も対応可能

セミナーの開催予定が複数あっても、セミ
ナー情報と連携した申込受付、キャンセル
の管理が可能なので、効率的にセミナー開
催にこぎつけられます。

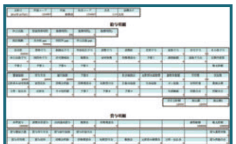


大和証券 様

📄 給与明細電子化

従業員への給与明細配布をWeb化
毎月の業務が最短2分で完了

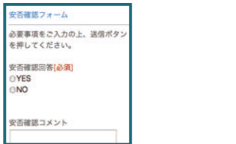
お使いの給与システムから給与情報をダウ
ンロードし、アップロードするだけ。最短
2分で従業員に給与情報を公開する準備が
整います。



🚨 緊急連絡確認/安否確認システム

緊急時の従業員や保護者との連絡の場
クラウドによる情報共有で、素早く状況把握

災害時に通話集中によって回線が飽和状
態になっても、インターネットを用いて速
やかな安否確認と情報伝達を実現します。

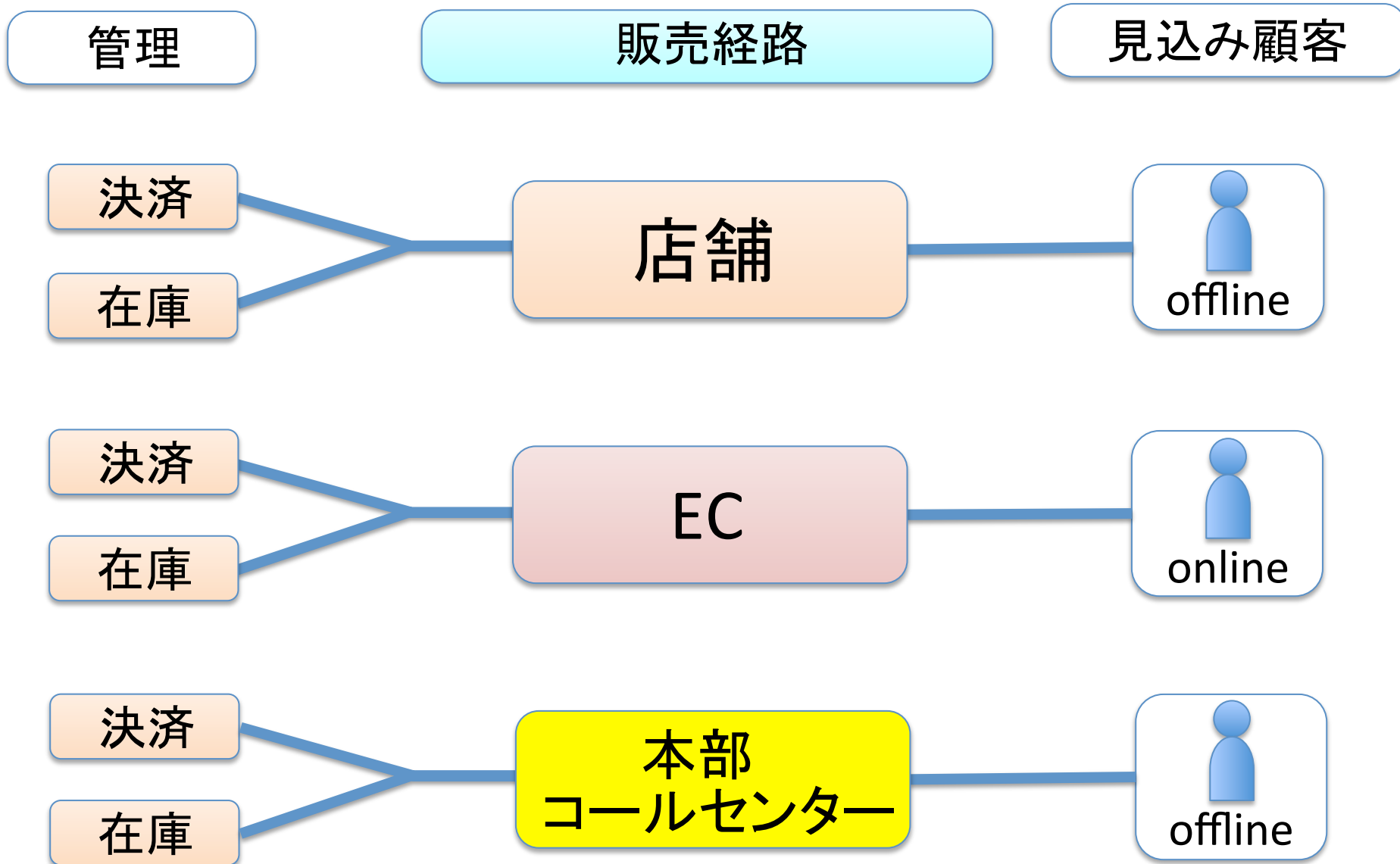


オムニチャネルは、その有用性は認知されつつあるものの、ベストプラクティスやノウハウがまだ確立されておらず過渡期にある

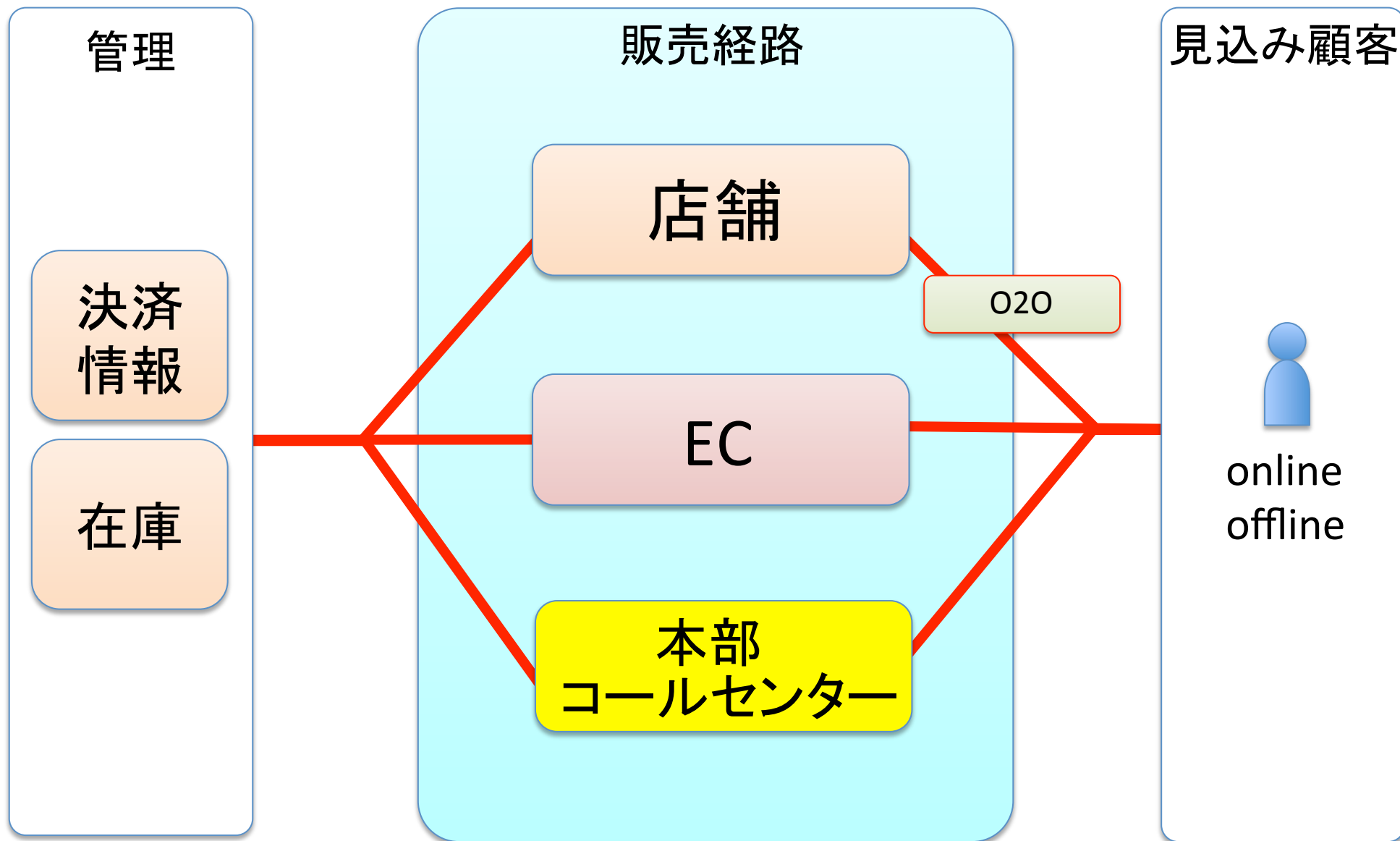
- ・実績データ、指標や手順を公開
- ・有識者やリソースの不足を解消

お客様とともにオムニチャネル施策を
実践、検証し、顧客拡大、購買促進を目指す

オムニチャネルとは？＜現在＞

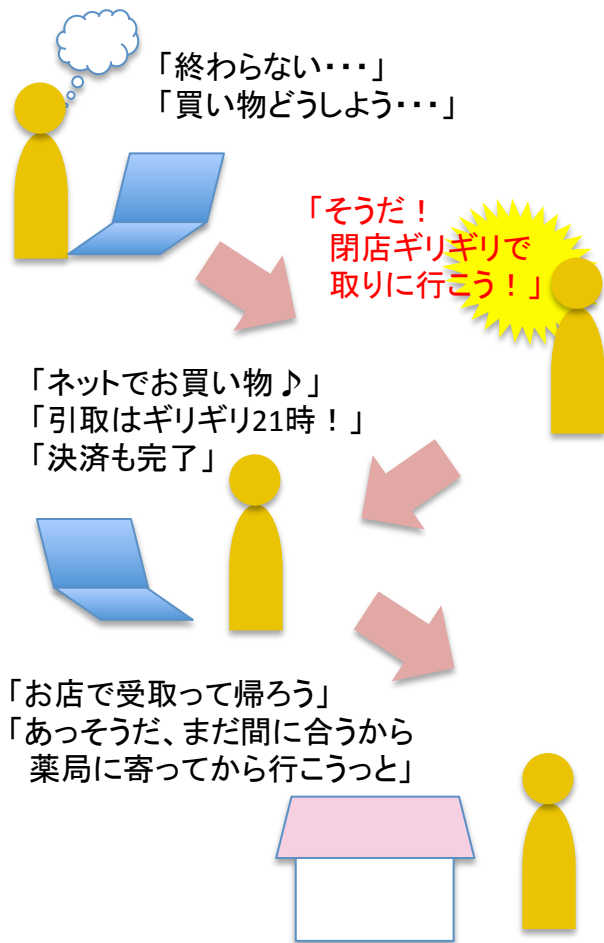


オムニチャネルとは？＜導入後＞



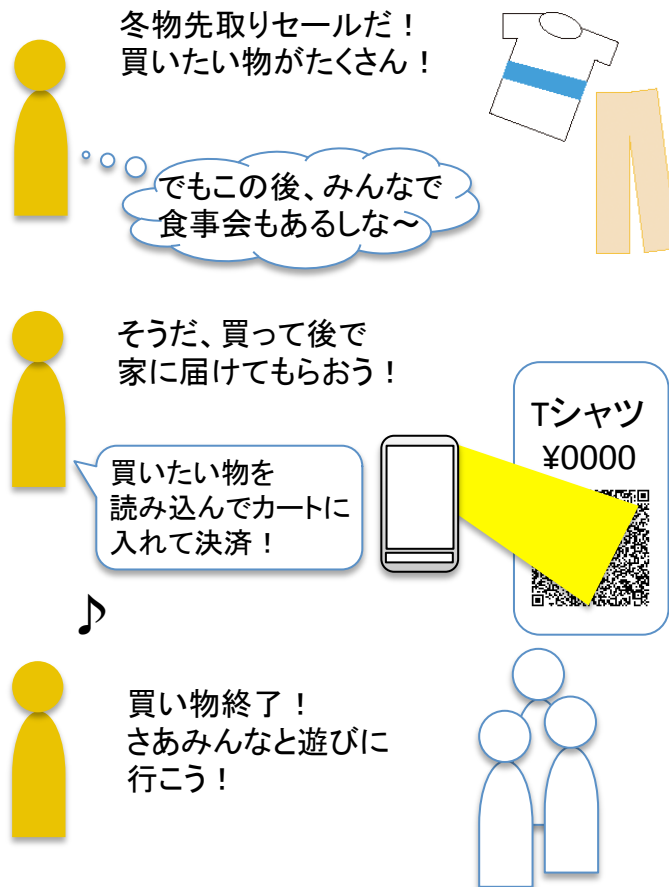
オムニチャネル利用シーン

平日のAさん<残業中>



事前決済取置き

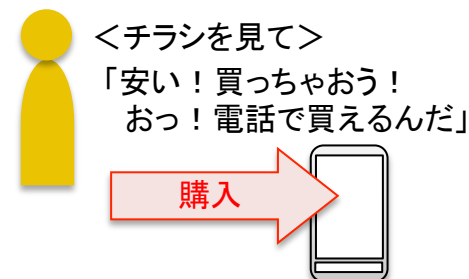
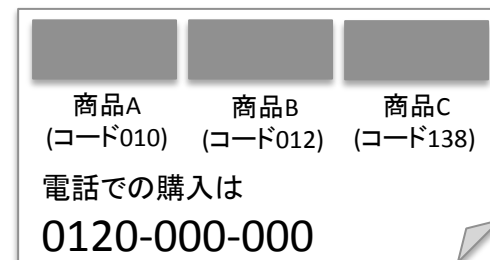
休日のAさん<ショッピング>



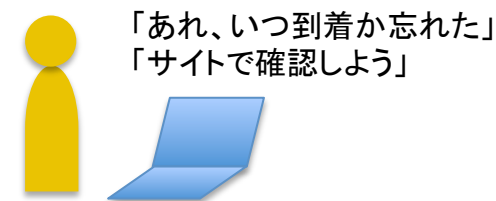
店舗のショールーミング化

平日のAさん<ショッピング>

<チラシ>



後日



電話とネットの相互利用

広がるオムニチャネル構想

飲食店

座席を在庫とする事で、予約・コース事前決済

協会

個店の連合を組み、商品受取を近隣店舗にて

ソフト

店舗で購入してインターネットでダウンロード

メーカー

メーカーサイトで購入、近隣取扱店舗で受取り

商業施設

複数店舗のお買い物を事前に行いカウンターで受取り

顧客意思の変貌

お店で実際に商品を見て購入
⇒自宅へ指定日時に配送

身軽になり活動量の増加

近隣・沿線の複数店への来店増

商圈範囲の見直し

インターネットで商品を見て購入
⇒お店で受取り

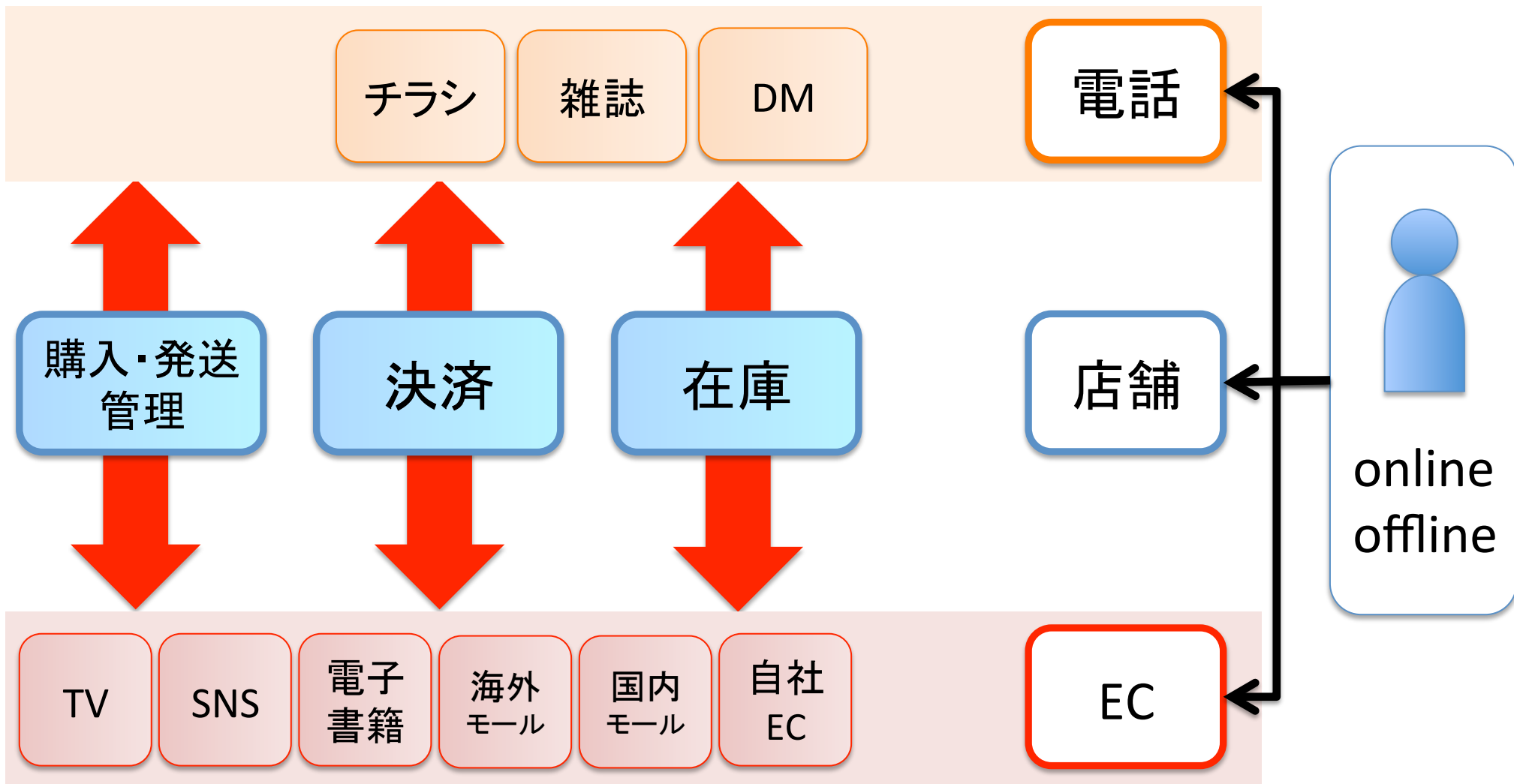
目的以外の商品購入減

追加・衝動買いの激減

レコメンド機能の強化

マーケティングの強化が売上向上に繋がる

領域 チャンネル例



① 決済情報と在庫の一元管理化

- ・オンオフ問わず、店舗及び倉庫の在庫を一元管理
- ・どこでどのような決済がされたかの情報一元管理

② 会員の共通化

- ・会員情報の一元化とポイント付与の統一
- ・購買状況の一元化表示

③ 顧客情報の一元管理化

- ・サイト上でも直接お店に来ても対応可能

カスタマーサービスの強化

問い合わせも直接店舗、EC、電話など様々なチャネルから質問や状況確認が入るようになります。

店舗
専用カウンター

ECお問合せ窓口

本部への電話
お問合せ

- ・対応するスタッフがすぐに確認出来る体制
- ・自動表示、自動応答などの対応
- ・対応後に全チャネルへの情報共有

現場側が混乱しない体制を構築する事が重要

仕組みを整える事で

1店舗の小売店でもチャンネルを広げる事で
多店舗展開同様の効果を生む事が出来る。

チェーン展開企業の全体数には及ばないが
1店舗比較では導入企業が勝る可能性がある。

お問合せは増えると予測されるが、
管理が一元化されている為、
業務的に変更する事無く運用出来る。

商店街の1店舗の和菓子屋さんでも戦える時代

仕組みが浸透していくと

様々なお店で購入した物をその場で決済し、
すべてにおいて配送するシチュエーションが増える

配送料無料化

- ⇒ 配送料の代わりに広告やサンプル同梱
- ⇒ 運用会社のクレジットカード利用で無料

配送自動依頼

- ⇒ 配送が必要な顧客が発生した場合に登録商品情報や個数が自動的に配送会社へ集荷依頼される。

受取サービス

- ⇒ コンビニ受取用のマイページ提供

オムニチャネル化までの課題と 当社の取組み

①実践状況

第1フェーズ

会員の獲得

来店・購買誘導

現課題 高

未来課題 中

- ・レシートでの告知
- ・三角POP
- ・手配りチラシ
- ・入会キャンペーン
- ・アフィリエイト
- ・他業種とのコラボレーション

第2フェーズ

会員専用媒体

現課題 中

未来課題 低

- ・アプリ
- ・FANサイト構築
- ・HP上ログイン
- ・企業SNS

第3フェーズ

決済・在庫連動

現課題 低

未来課題 高

- ・POS変更もしくは
決済多様化
- ・在庫システム
一元化

第4フェーズ

独自サービス確定

現課題 低

現課題 低

- ・決済
POS通過の有無
事前決済
お店でWEB購入
- ・受け渡し
郵送、店舗引取

オムニチャネル化を目指すも現状第1フェーズで行き詰まる企業が多い



直近1年間で20万人増

1回の配信で数百～千数百万円規模の売上に繋がっている。(クーポン利用者)

- ・第2フェーズの会員専用媒体に向け準備中
- ・SNS強化中直近1年で1万フォロー増
- ・IT活用の運用体制を見直し中
- ・定期的にキャンペーンを実施し会員獲得の強化

全国チェーン店 スーパーマーケット様

オムニチャネル化のシステムを構築中。
カード会員獲得とEC会員の統一化を図り現在進行中。

全国チェーン店 アミューズメント施設様

全店POS入れ替えに合わせて、
スマホアプリ会員、モバイル会員増の強化中。
毎月数万単位で増加。

EC/店舗 アパレル企業様

在庫管理システム構築中。
完成後リアル、ヴァーチャルを連携し
オムニチャネル化を開始予定。

土台の重要性

例：500店舗 月間来店者数300万人 顧客単価1千円の場合

オムニチャネル構想を実現し提供開始

スタート会員0人

導入時反応率 3%(9万人)
導入時登録率 30%(3万人)
導入時利用率 50%(1.5万人)
導入による売上 1500万円

週1回配信、反応率3%
月間反応者数 :900人
月間実来店者数:297人(反応者の33%)
月間配信売上 :29.7万円

スタート会員50万人

週1回配信、反応率3%
月間反応者数 :6万人
月間実来店者数:2万人(反応者の33%)
月間配信売上 :2000万円
＜※提供開始時、利用可能＞

導入時反応率 3%(9万人)
導入時登録率 30%(3万人)
既存会員重複率 50%(1.5万人)
導入時利用率 50%(0.75万人)
導入による売上 750万円

利用数を予測する根拠もなくリスク大、さらにオンラインで登録するハードルもあり

今後起こりうる問題解消にも繋がります

ショールーミングが進むと店舗で購入せずWEB購入者増

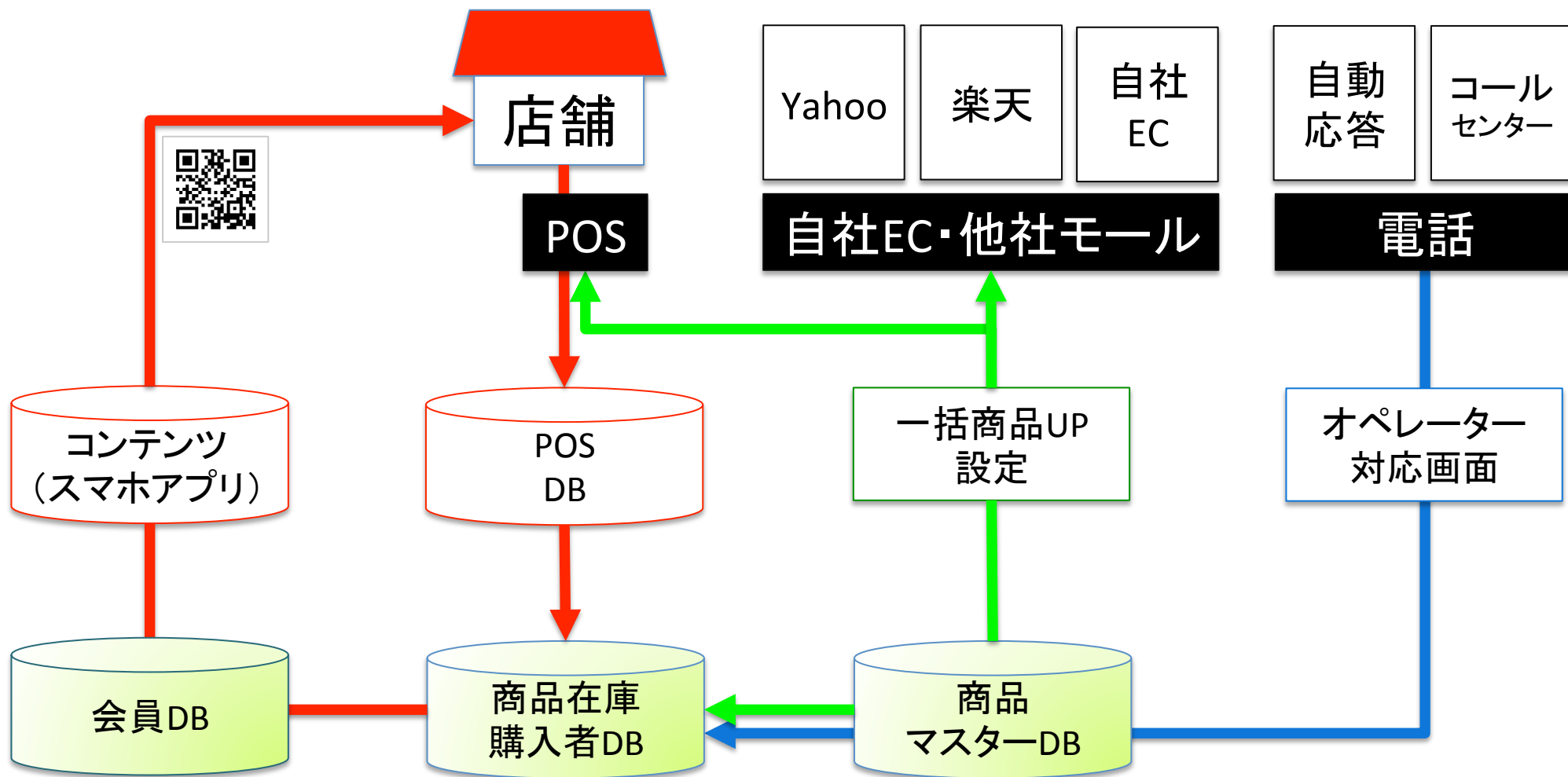


顧客意思の変貌により店舗での売上減少



顧客を1人として確認出来るので登録店舗で売上紐付け

② 私たちの領域と協業場所について



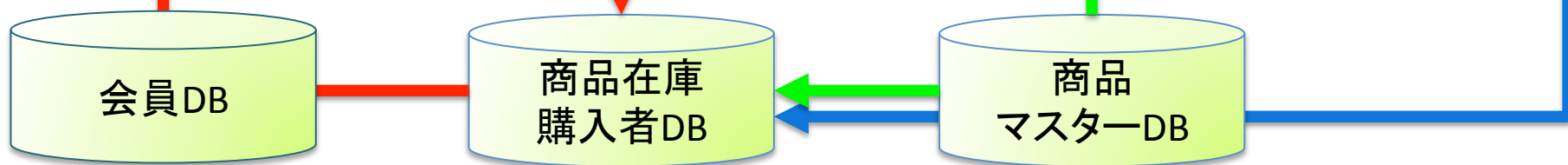
② 私たちの領域と協業場所について

私たちの領域

情報資産の銀行としてお客様のデータを安全に管理

土台となるプラットフォームとしてサービス提供

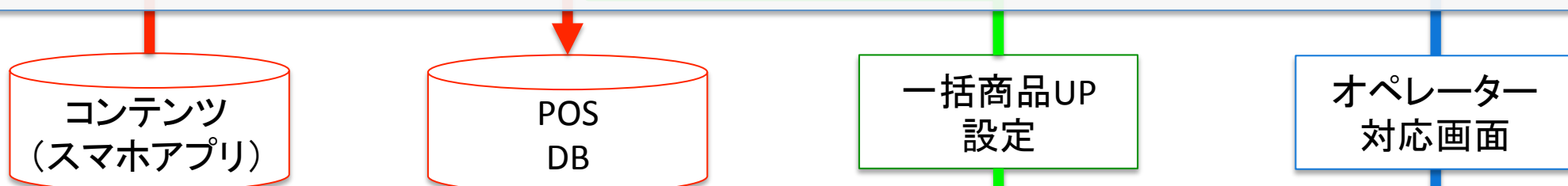
運営代行業務、会員獲得プロモーション



② 私たちの領域と協業場所について

協業場所

読取機器、PC POS、アプリ開発
商品一括UP & 在庫管理システム

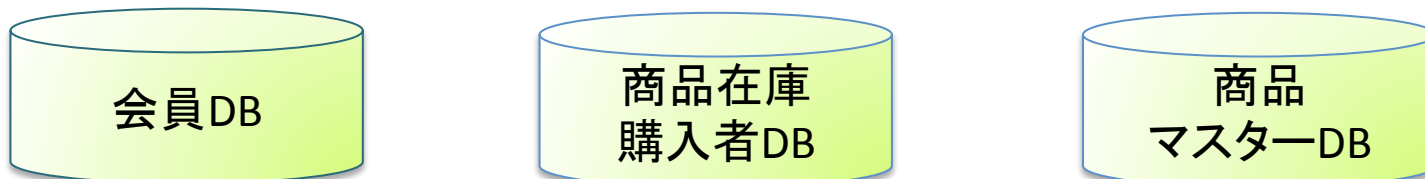
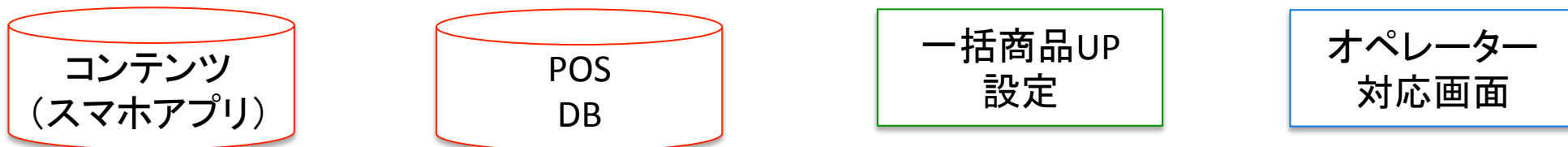


属性に紐付く購買データ分析
コールセンター ...etc

② 私たちの領域と協業場所について



協業企業様領域例



当社領域

業種特化型の組織

多種多様な業種、業界のお客様がスパイラルによって、ビジネスの成長と活性化を実現しています。



業界ごとの特性を把握し課題を解決

ご清聴ありがとうございました

協業に関するお問合せはお気軽にご連絡ください



株式会社パイプドビッツ

担当：第一事業本部

TEL: 03-5575-6601

HP: <http://www.pi-pe.co.jp>