

NEC NeoSarf/DM 導入事例

DCMホールディングス株式会社 様

オンライン処理に優れた基盤で実現する グループ共通会員サービス



DCMホールディングス株式会社
経営企画室
シニアマネジャー
八並 朋之 氏



DCMホールディングス株式会社
システム開発部
シニアマネジャー
小竹 理 氏

DCMホールディングス



社 名：DCMホールディングス株式会社
所 在 地：東京都品川区南大井6丁目22番7号
大森ベルポートE館
設 立：2006年9月1日
資 本 金：100億5,900万円
営 業 収 益：4,457億5800万円（連結：2019年2月期）
概 要：ホームセンター事業を主体とするグループ
会社を擁し、北海道から九州まで、全国各
地に店舗を展開。顧客から支持される魅力
ある店づくりに取り組む一方、プライベート
ブランド商品の開発にも注力している。
U R L：https://www.dcm-hldgs.co.jp/



事例のポイント

課題背景

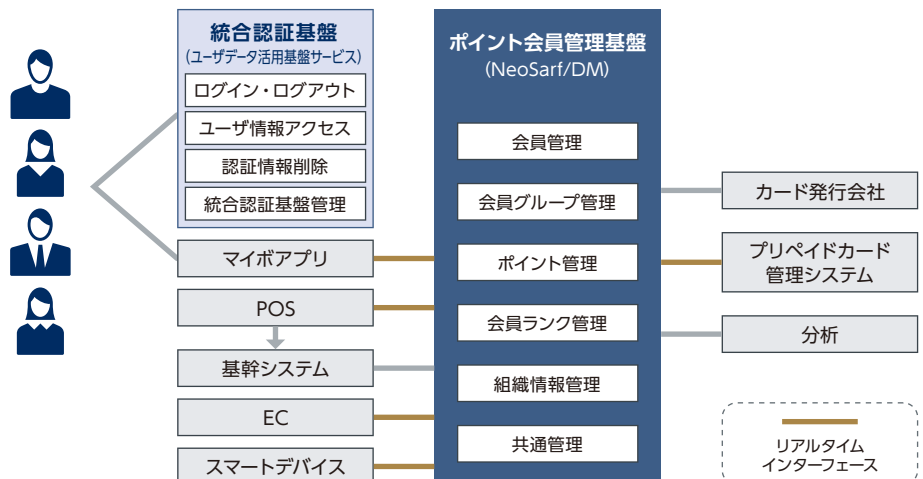
- ・グループ全体で顧客データを商品開発やマーケティングに活用したい
- ・グループ内で発行しているオリジナルのクレジットカードの情報は非保持化する必要がある
- ・会員の管理基盤はクラウドに置き、ポイント付与などはリアルタイムに行いたい

成 果

- ・グループ共通の会員サービスを実現
DCMグループ共通の新たな会員サービス「マイボ」を立ち上げ、商品開発やマーケティングに顧客データを活用できる体制が整った
- ・クレジットカード情報の非保持化に対応
すべての事業会社で統合利用する会員管理基盤を構築。オリジナルのクレジットカードの情報を非保持化して、新たに活用を前提とした顧客データを蓄積できる
- ・リアルタイムに買い物ポイントを付与
顧客が買い物をしたら、その場でポイントが付与され、ポイントに応じた会員ランクの変動も反映されるリアルタイム処理を実現

導入ソリューション

●DCMグループ共通会員サービス「マイボ」のシステム概要



グループの全店で利用できる会員サービスをNeoSarf/DMで実現。ECと会員サービスを統合的に認証するユーザーデータ活用基盤サービスも備えている。また、これらの会員データは、別途POSデータと分析システム上で統合し、分析、可視化できるようにしている。

導入前の背景や課題

商品開発やマーケティングに 顧客データを活用したい

DCMカーマ、DCMダイキ、DCMホームマック、DCMサンワ、DCMくろがねや、という事業会社を通じて、全国に673店舗（2019年8月末時点）のホームセンターを展開するDCMホールディングス様。「Do Create Mystyle 暮らしの夢をカタチに」をコーポレートスローガンに掲げ、近年はプライベートブランド商品の開発にも注力しながら、魅力ある店舗づくりを進めています。

そのために、同社が積極的に活用しようとしているのが顧客データです。

「どのような属性のお客様が、どのような買い物をしているかを知り、お客様のニーズを汲んだ商品開発や店舗改善、嗜好やライフスタイルに合わせたマーケティング施策などに活かすためです」とDCMホールディングスの八並 朋之氏は言います。

そこで、同社はグループの全店舗で共通利用できる会員サービスおよび、それを支える会員管理基盤の開発に着手しました。

「一部の事業会社で、オリジナルのクレジットカードを発行して会員情報を保有しているケースはありましたが、グループ全体にはお客様データを管理、活用するための仕組みはありませんでした。また、オリジナルのクレジットカードについても、改正割賦販売法によってカード情報の非保持化が求められるようになり、お客様データの活用を前提とした運用は困難な状況になってきています。このような状況を踏まえて、まったく新しいサービスと会員管理基盤を構築することを決めました」と同社の小竹 理氏は言います。

選択のポイント

リアルタイム処理などの要件を 最も理解した提案を行ってくれた

新しい会員サービスと管理基盤の開発を目指し、同社は要件を盛り込んだRFPを提示し、複数のベンダーに提案を依頼しました。主要な要件としたのが、ECと会員サービスで併用する統合認証基盤を備えていること、買い物ごとのポイント付与および獲得ポイントに応じた会員ランクの

変動をリアルタイムに実施できること、インフラにはクラウドサービスであるアマゾン ウェブサービス (AWS) を利用すること、そして、およそ1年弱の工期でプロジェクトを完了することなどです。

これらを踏まえた各社の提案を比較し、同社が採用したのが「NeoSarf/DM」を軸に据えたNECの提案でした。

「短い工期も含めて、すべての要件を汲んだ提案

がほとんどない中、RFPに最も合致した提案を行ってくれたのがNECでした。また、ポイント付与、会員ランクの変動をリアルタイムに行いたいという要求に対して、オンライン処理を得意とするEC向けソリューションのNeoSarf/DMを軸にした提案を行ってくれるなど、私たちのやりたいことを最も理解してくれていると感じました」と八並氏は選定の理由を説明します。

導入後の成果

会員管理基盤とPOSのデータを 統合して分析

DCMグループ共通の新会員サービスは、予定通りの工期で開発を終えた後、「マイポ」と名付けられ、2019年6月にサービスを開始しています。「サービス開始後は、予想を超える勢いで会員数が増え続け、2019年9月末時点で340万人にも達し、好調なスタートとなっています」と小竹氏は言います。

また、八並氏は「開発期間中は、NECができること、できないことをはっきりさせ、できないことについては代替案を提示してくれたり、DCM側で決めなければならないことを整理して示し

てくれたりするなど、プロジェクトをスムーズにリードしてくれました。私たちが重視していたリアルタイム処理も十分なレスポンスを実現しています。短期間で開発を行ってくれたNECには、大変感謝しています」とNECの対応を評価します。

大きな目標である顧客データの活用の面では、ECのIDと会員サービスのIDを統合して、チャネルを横断した購買行動の把握を可能としている上、POSが持つ決済データとNeoSarf/DMが持つ会員データを、それぞれ抽出して、クラウド上のデータウェアハウスで統合することで、属性ごとの購買傾向など、多角的なデータの可視化、分析を行える環境を整えました。

「具体的な活用はこれからですが、まずは本部でデータを分析、咀嚼した上で、店舗改善、エリアマネジメント、商品開発などに役立てていければと考えています」と八並氏は話します。

今後は、今回実現した会員サービスや全国に展開している店舗網、さらにはECも活用しながら、従来のホームセンター事業の枠組みを壊すような付加価値を持つサービスを開発していきたいというDCMホールディングス様。その点でも、ほかのサービスと柔軟にAPI連携していけるNeoSarf/DMの拡張性に期待を寄せています。NECも、そうした同社の取り組みを継続して支えていきたいと考えています。

お問い合わせは、下記へ

NEC 第二リテールソリューション事業部

〒105-8540 東京都港区芝三丁目23-1 (セレスティン芝三井ビル)

TEL: 03 (3456) 5093

【受付時間】9:00~12:00 13:00~17:00 月曜日~金曜日(祝日・NEC所定の休日を除く)

E-mail: contact@ecff.jp.nec.com

URL: <https://jpn.nec.com/neosarf/dm/>

●本カタログに記載されている会社名、製品名は、各社の商標または登録商標です。
●このカタログの内容は改良のため予告なしに仕様・デザインを変更することがありますのでご了承ください。
●本製品の輸出(非居住者への業務提供等を含む)に際しては、外国為替及び外国貿易法等、関連する輸出管理法令等をご確認の上、必要な手続きをお取りください。ご不明な場合、または輸出許可等申請手続きにあたり資料等が必要な場合には、お買い上げの販売店またはお近くの弊社営業拠点にご相談ください。

UD FONT

見やすいユニバーサルデザイン
フォントを採用しています。

VEGETABLE
OIL INK

環境にやさしい植物油インク
を使用しています。