

店舗×IT時代の経営戦略 →5G時代の小売業



郡司 昇



@otc_tyouzai

©2018 Noboru Gunji



統合マーケティング責任者
兼 EC事業責任者

店舗のICT活用研究所

代表

講演（イベント、企業社内）コラム等
スポットコンサルティング

K社 画像処理AIの小売業店舗・流通全般活用コ
ンサルティング

N社 データ分析の設計と解釈,データドリブン型ター
ゲットマーケティング企画,顧客クラスターの因子整理
と命名およびカテゴリ、ブランド相関等の構造化

S社 3rdDMP,位置情報,サイト内検索,DSP,新規
事業の流通活用コンサルティング

S社 ユーザー企業,ベンダー企業マッチングSaaSベン
チャーの戦略アドバイス

A社 化粧品事業のCRM施策立案

ストリートメディア株式会社 シニアコンサルタント

デジタルサイネージを中心に映像・
通信技術活用企業

サイネージ：柏の葉キャンパス、東京モ
ルルール、アインファーマシー、各スーパー
マーケット等。

電通等と共働し、24時間対応災害サ
イネージを展開。岡山・北海道等被災
地に設置

動画制作：ココカラファイン等
その他：

請求管理



株式会社ココカラファインOEC
代表取締役 社長

・EC事業の収益改善 2013年→2015年

3年間で売上高290%超、販管費率16%減で黒字化

それ以上の成果は実店舗へのデジタル活用の可能性
発見

EC と リアル店舗の収益における大きな違い

■コスト構造

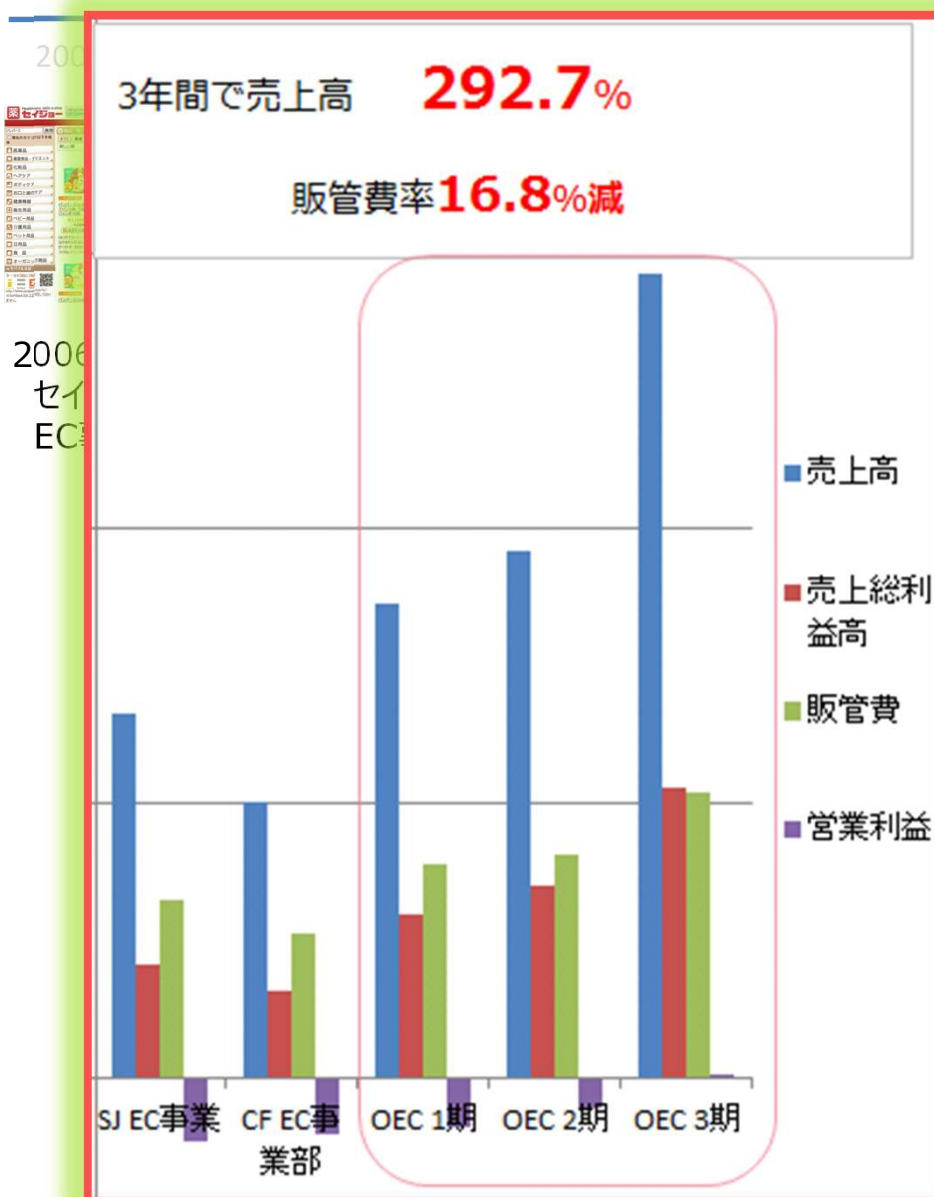
変動費が大きく、限界利益率が低い。

→低単価、低粗利益率商品のECは収益が上げにくい。

■機会ロスの大小

- ・そもそも在庫が店頭にないと売れないリアル店舗に比較してECは在庫なしでも受注してからの納品出荷が可能。
- ・店員がいない時も24時間受注が可能

株式会社ココカラファインOEC 代表取締役社長 結果



2013



2016



- 2013年 (株)ココカラファインOEC設立
店舗・ECポイント共通化
- 2014年 第1類医薬品ネット通販開始
Amazonカテゴリー賞(ヘルス&ビューティ)
- 2015年 システムリプレイス&クラウド化
日本郵便のネットショップにドラッグストア出店

EC事業責任者として、やることは盛りだくさん。
成果も伴ってはきている。

でも、これだけやっていて良いのか？

ドラッグストアEC化率は将来的にも ごく少ないのは間違いない。

99%の売上を上げる実店舗に、ICTを組み合わせるともっと良いことができるのではないか。

研究した結果

- ①競合に注目するのではなく、顧客に注目するマーケティングが必要。
- ②顧客の購買行動がオムニチャネル化していくのは間違いない。小売業のオムニチャネル対応が必須な時代が来る。



トップも参加している会議体で、繰り返しマーケティングとオムニチャネル対応の必要性を啓蒙。国内外の先進事例を紹介。



グループ横断のオムニチャネルプロジェクトが開始

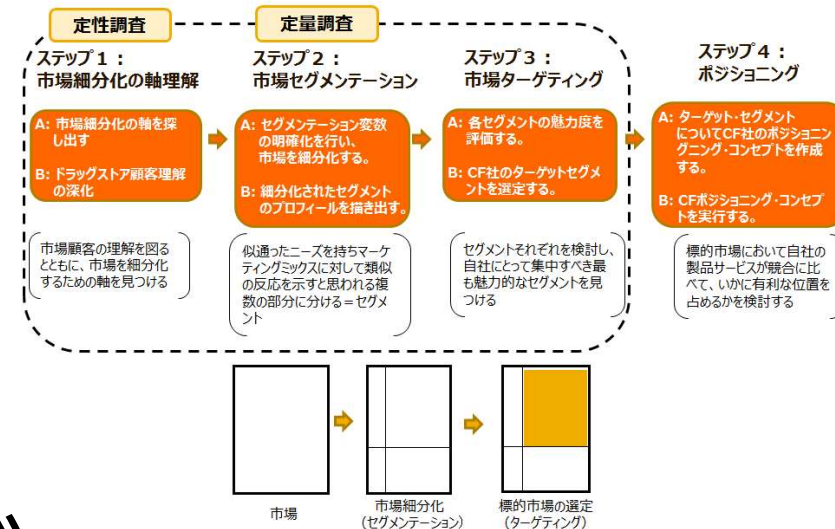
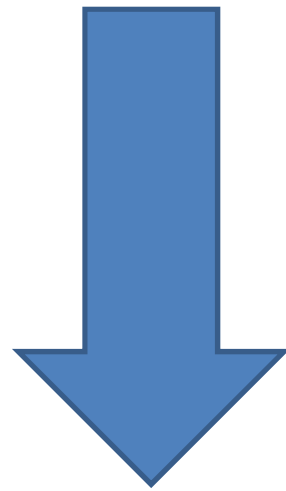
2014年10月 Chicago & New York

2015年1月 New York & Silicon Valley

オムニチャネルが小売業に根付いた状態を視察。

※実際に自分の目で見て、**体験**することは非常に重要！

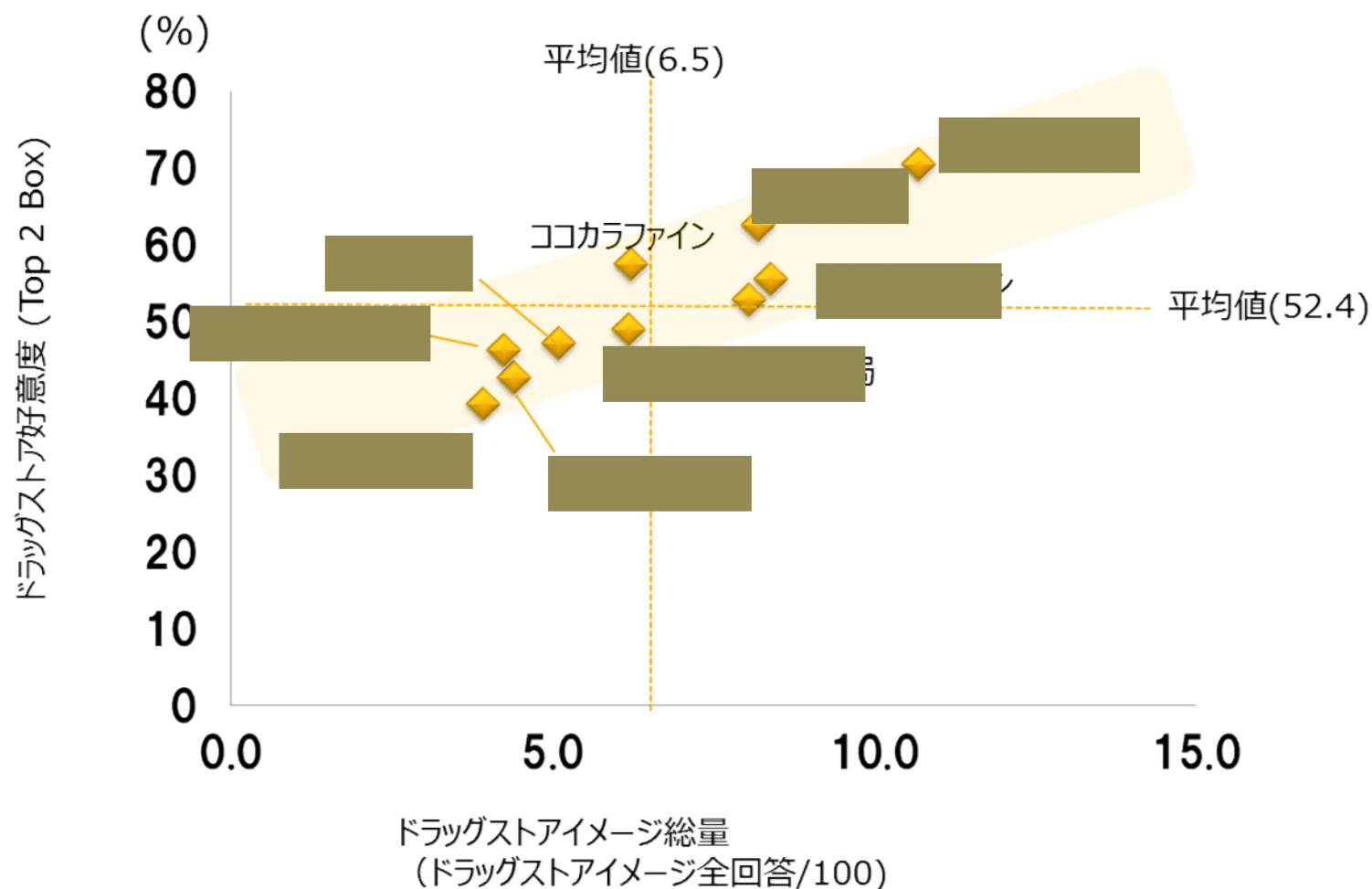
ドラッグストアに顧客は 何を求めている？



ユニバーサルニーズ

友達以上、医者未満。

ドラッグストアのイメージ総量と好意度の間で正相関があることが確認された。
ストアイメージが多く持たれているほど、好意的な認識につながる結果であるが、
特徴的なストアが存在していないことも影響している。





「ブランドイメージ」を高める

株主・学生向け

コーポレートサイト

採用
情報

会社
情報

COCOKARA CLUB

お客様向け

ココカラクラブ サイト

Counseling
相談

健康のことが
よくわかる

買う
Buy

調べる
Search

Mobile Application

アプリ

P P P

Store

リアル店舗



電子会員証
電子クーポン

P P P

カードを
忘れても
スマホがあれば
大丈夫

また
買いたいの

「販売力」を高める

いい情報だ
色んな人に
見てほしい

拡散

SNS

twitter
facebook

拡散した
情報を見た人

どこで
見れるのかな



Q&Aサイト

OKwave

専門家に
気軽に
聞きたい

ココカラファイン認知度 [低い]

ココカラファイン認知度 [高い]

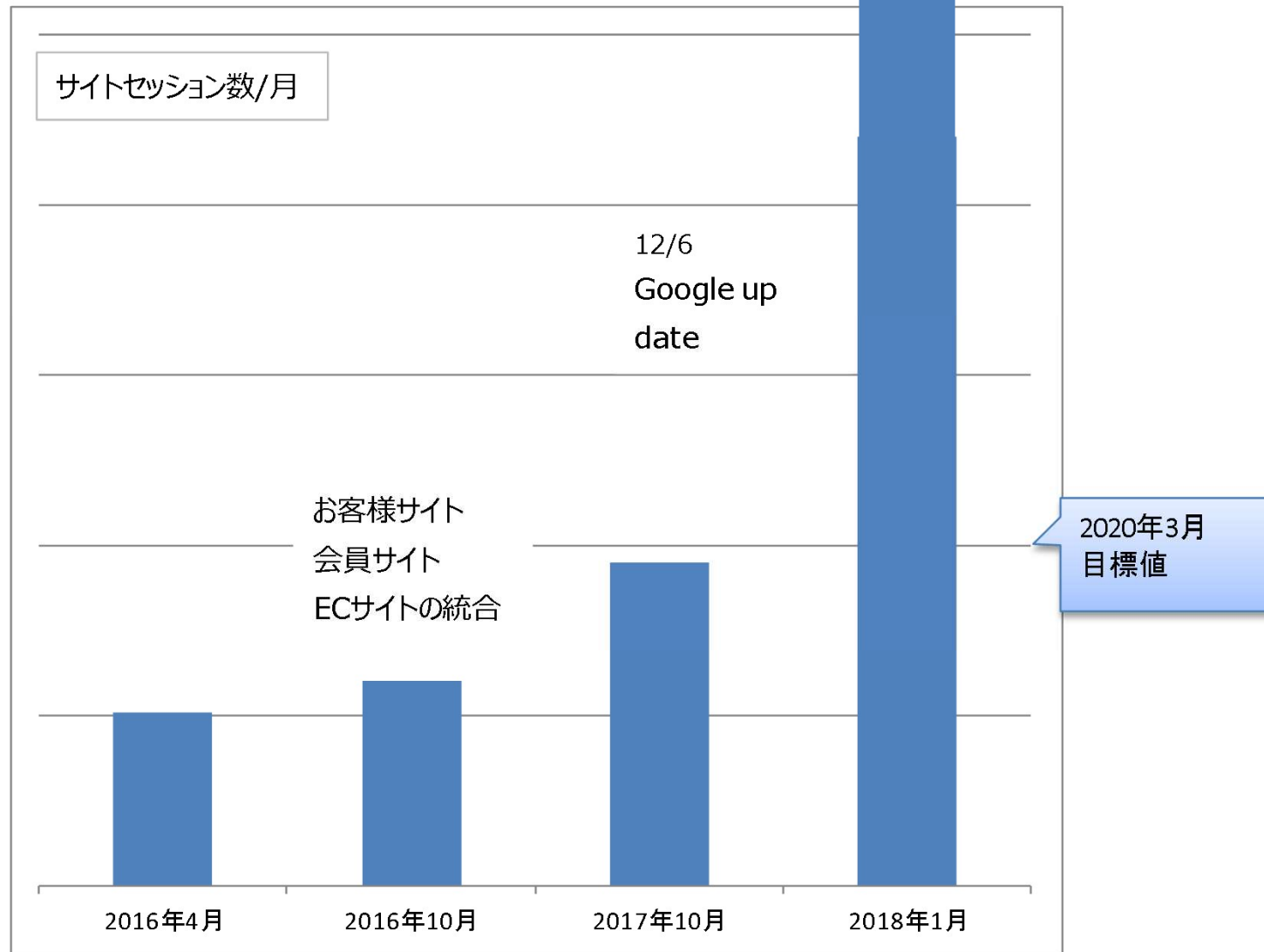
外部
販促
Sales
Promotion

ネット

リアル
・チラシ
・クーポン

...etc

情報 発信の結果① 量



撮影不可

情報 発信の結果② 質

約3千名の専門家のなかで1位をたびたび獲得し、
史上初のOKWAVE AWARD W受賞

専門家部門

Thanks Award

OKWAVEにて、多くの「ありがとう」を生み出した一般回答者へ授与する賞



薬剤師

ココカラファイン薬剤師の皆様

プロフィール



選考の理由

法律面や運用面での困難な部分を乗り越えて全社の取り組みとして運用されています。

企業部門

Social Contribution Award

社会の問題解決にナレッジやQ&Aを活用されている企業へ授与する賞

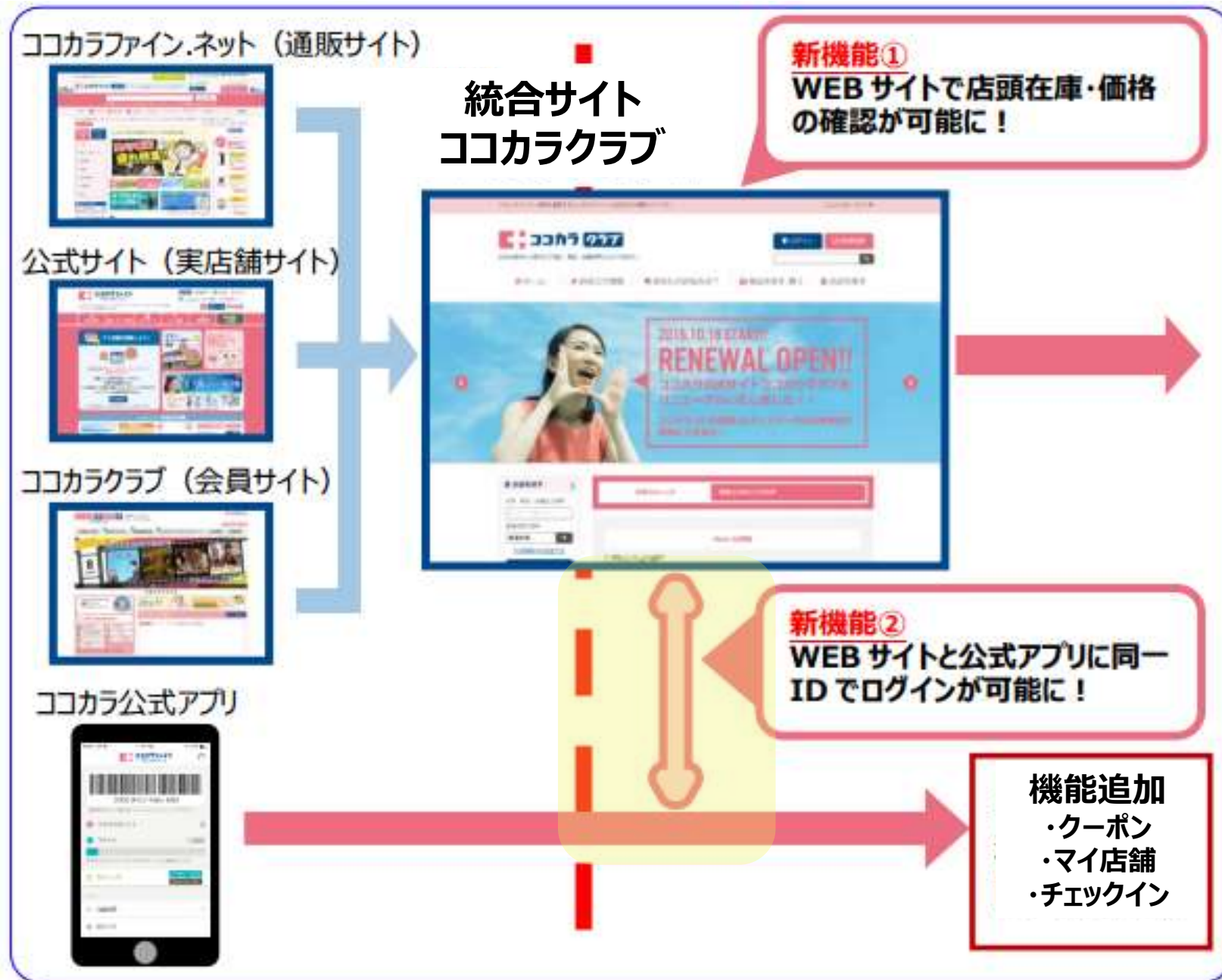


株式会社ココカラファイン
ヘルスケア 様



選考の理由

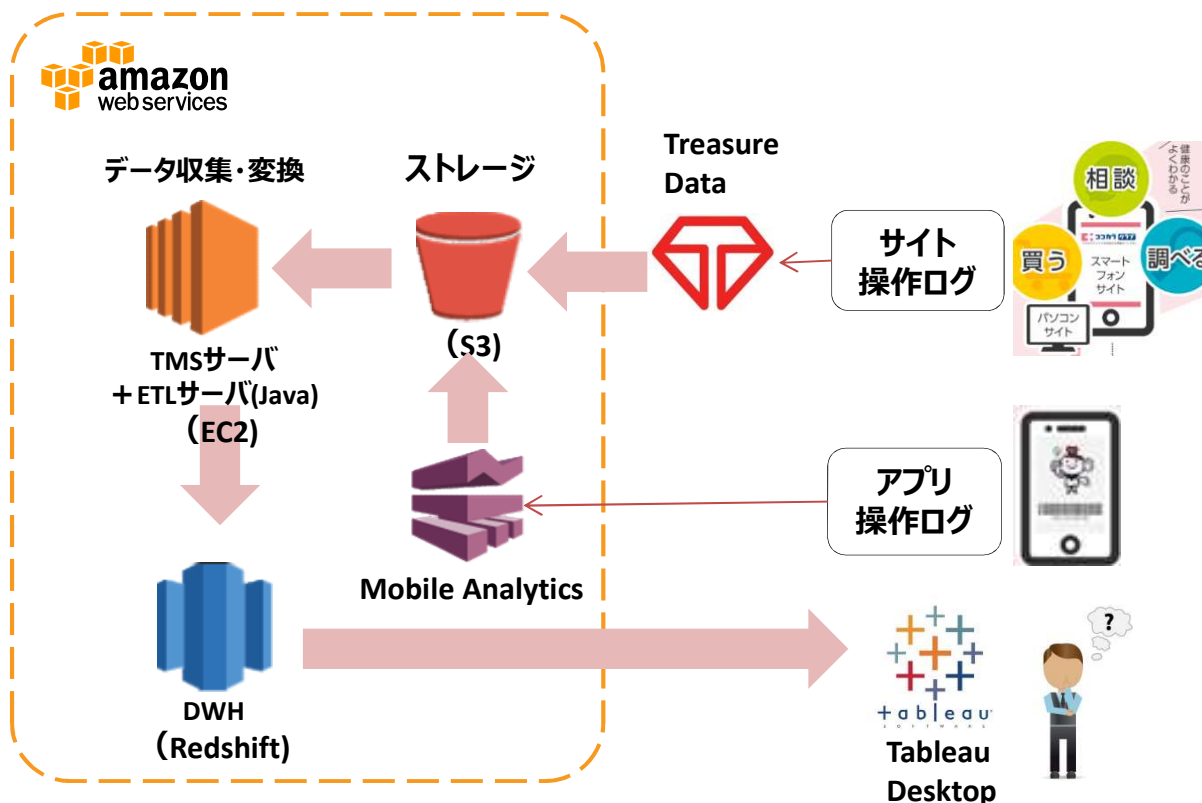
社員の働き方の一つとしてQ&Aコミュニティの活用を推進されています。



One to one marketing

デジタルタッチポイントにおける個客行動の分析により、一人ひとりのお客様にカスタマイズされた情報とインセンティブ配信。

分析の目的：顧客のニーズ、ウォンツを把握し、処方（仮説）を提案する。
また、仮説実行の評価検証を行う。



三方良しの実現

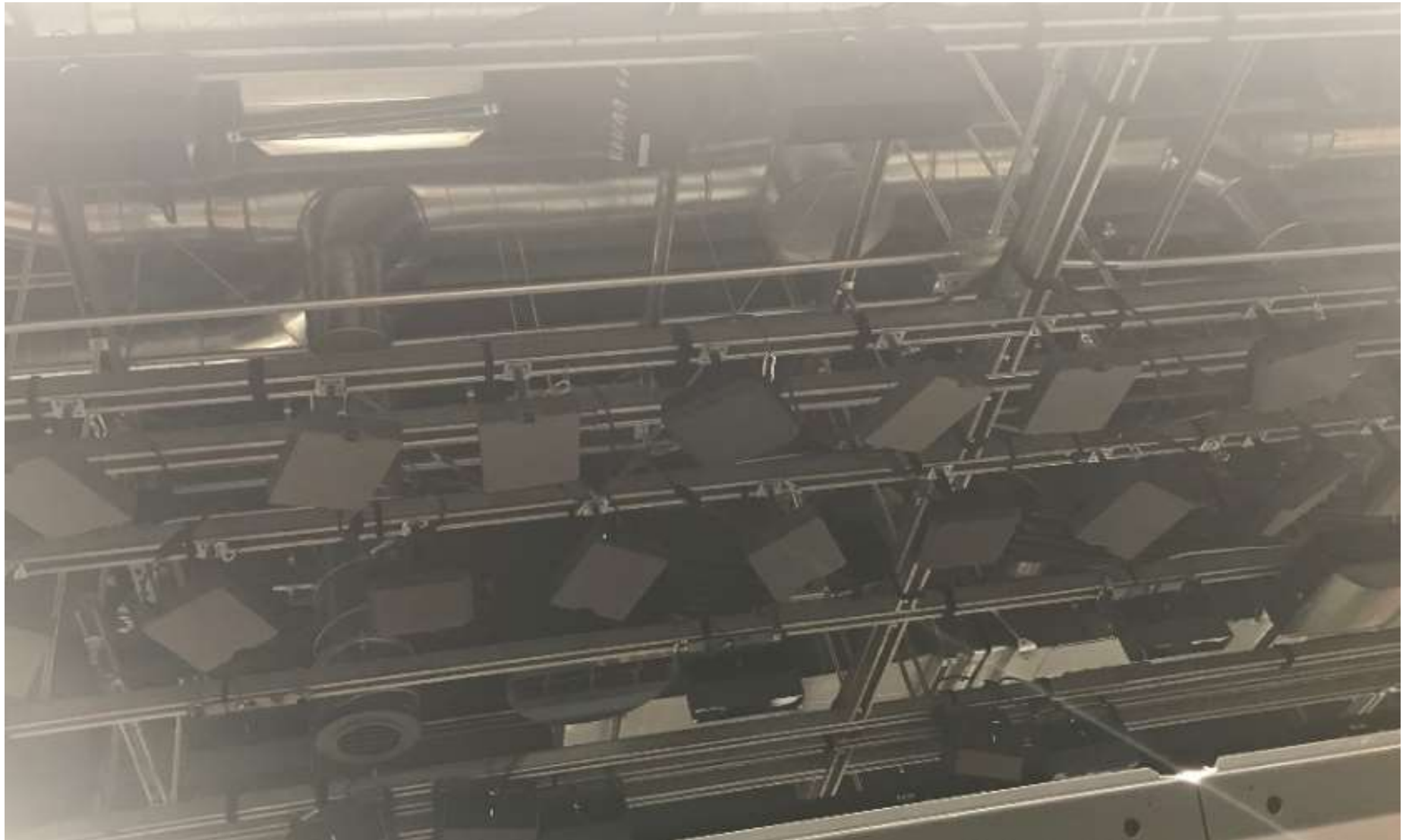
お客様:自分に合った商品を知ることができた上に、お得に入手できる
メーカー様:リーチしたい顧客に商品と情報を届けてもらえる
CF:顧客満足を得られた結果としての収益向上

「顧客体験の未来と店舗という場の活用」

- レジのない顧客体験
- One to one Marketingにおける5Gの可能性
- 物を売らないで儲ける店舗
- Amazonフレッシュピックアップにおける場の活用例



機材



商品の工夫



画像認識向上

メンテナンス オペレーション
妄想)

227番を6ヶ15分以内に作
成→品だし

232番の期限チェックを15分
以内に完了せよ



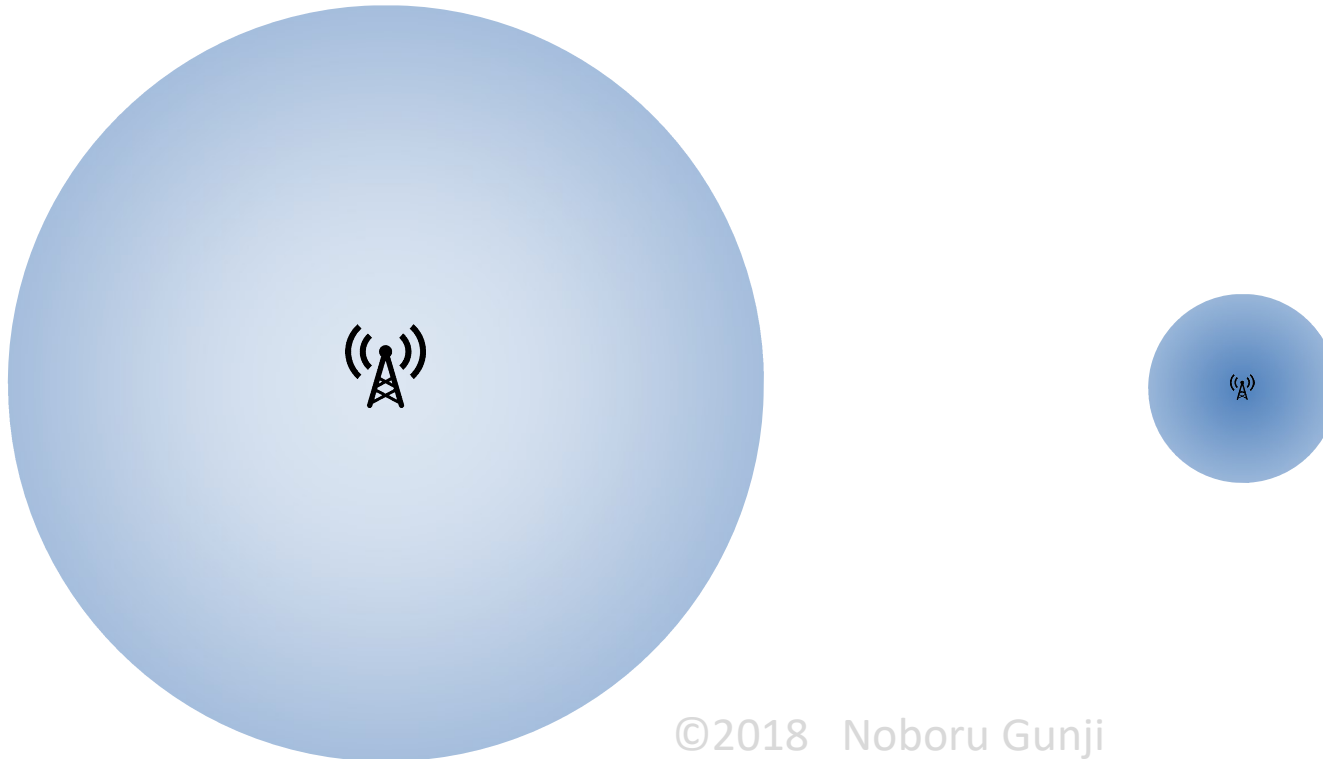


無人化が目的ではない



5Gの特性をどのように小売業活用するか

- 速い
- 遅延が少ない
- **基地局1ヶ所から届くエリアが狭い**
4G 150mごと → 5G 30～50mごと



5Gの特性をどのように小売業活用するか

基地局エリアが狭い（かつ速い・遅延が少ない）

興味関心の取得

場所限定の情報

→ 焦点が合う



例えば、、

データ：端末情報

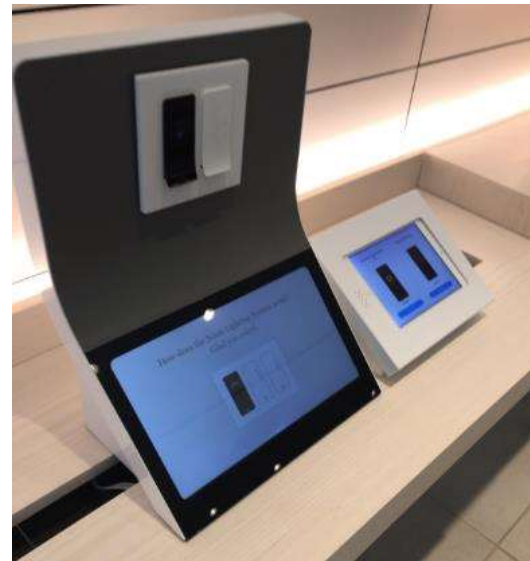
AIカメラ

過去購買



サイネージ・ロボットでの
最適化情報配信

ショールームとしてマネタイズする実店舗



<https://b8ta.com/locations>

Amazon Fresh

SOHOにある受け取り専用拠点



Amazon Fresh

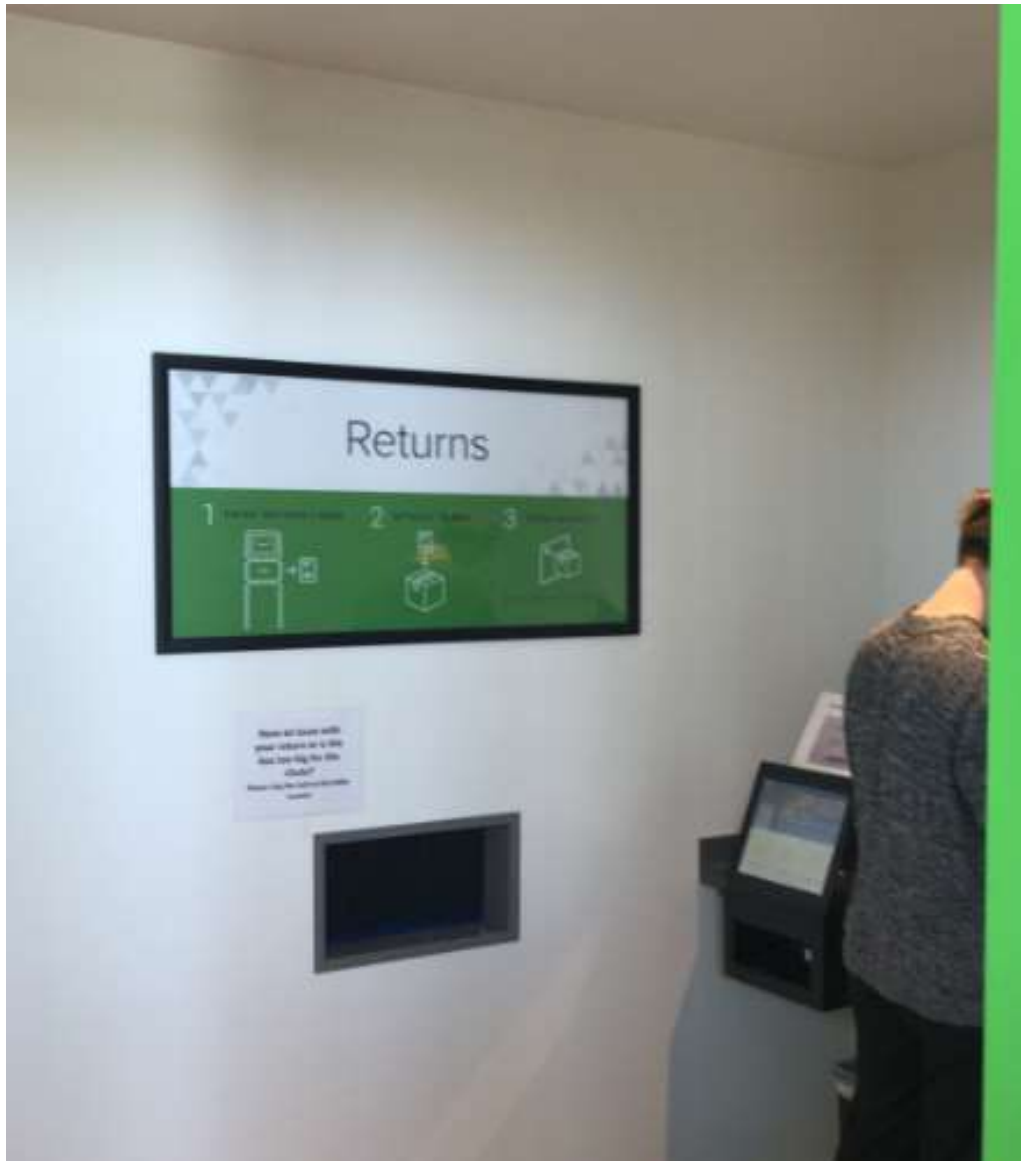
駐車するとナンバープレートを認識し、2分以内に積み込みに来る。



Amazon Fresh



Amazon Fresh



リアル拠点の二次活用。
Amazon.comで購入した商品の返品が可能。

物流コストのWin-Win

Amazon Fresh

