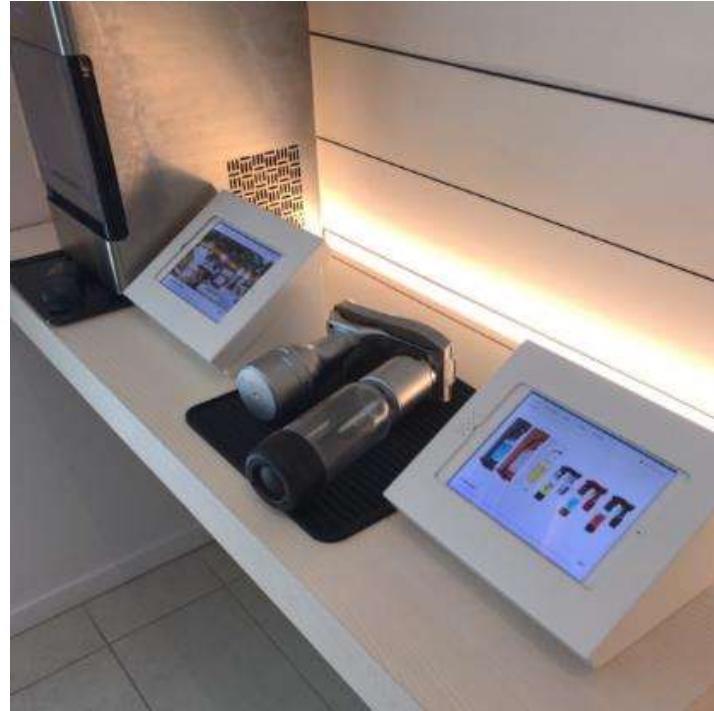


# 店舗×IT時代の経営戦略 →5G時代の小売業



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  
ルール、AIN福島マシ、各スーパー  
マーケット等。

電通等と共に、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

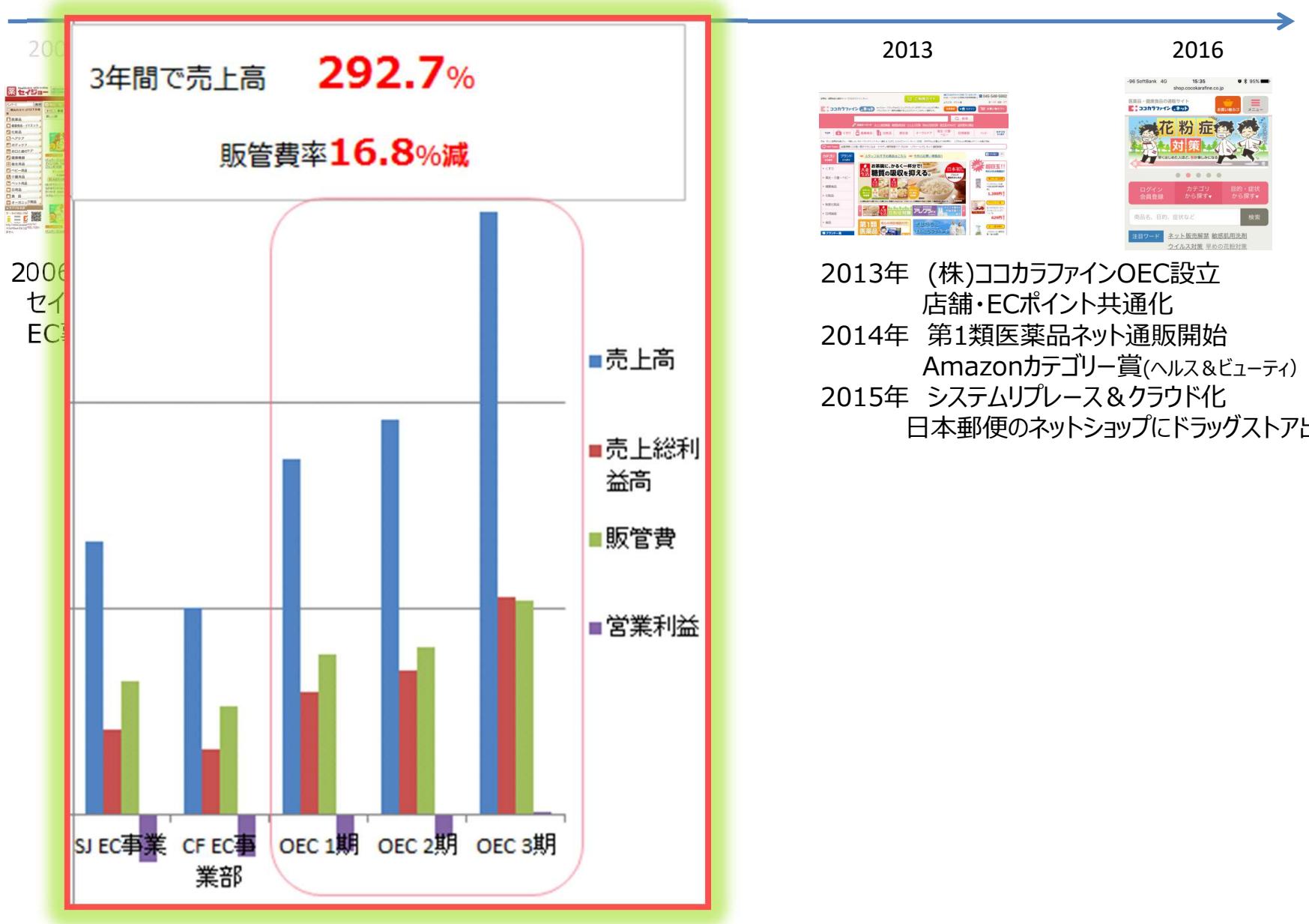
変動費が大きく、限界利益率が低い。

→低単価、低粗利益率商品のECは収益が上げにくい。

### ■機会コストの大小

- 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



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 ごく少ないので間違いない。

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

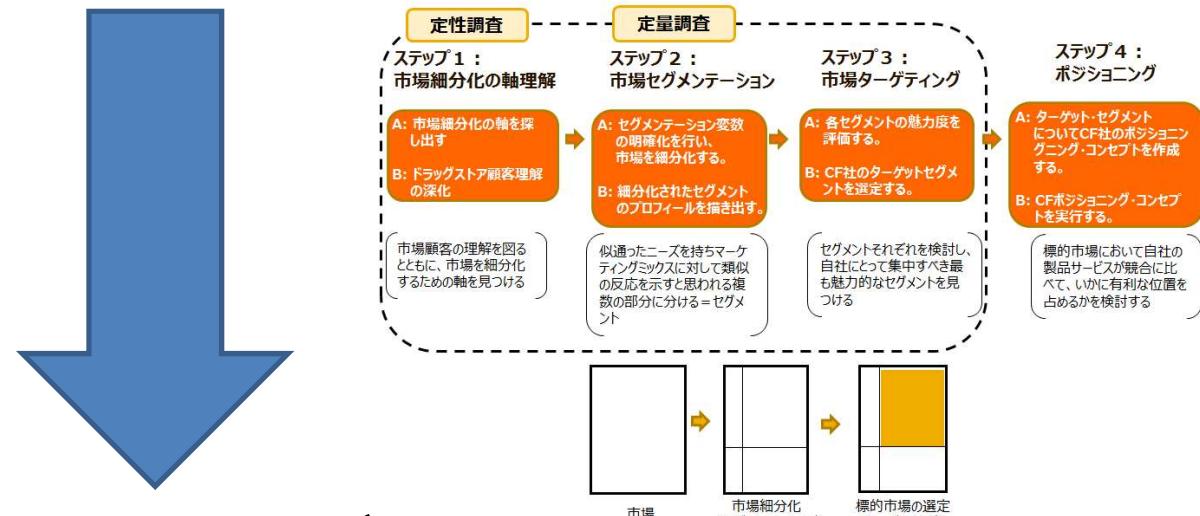
2014年10月 Chicago & New York

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！

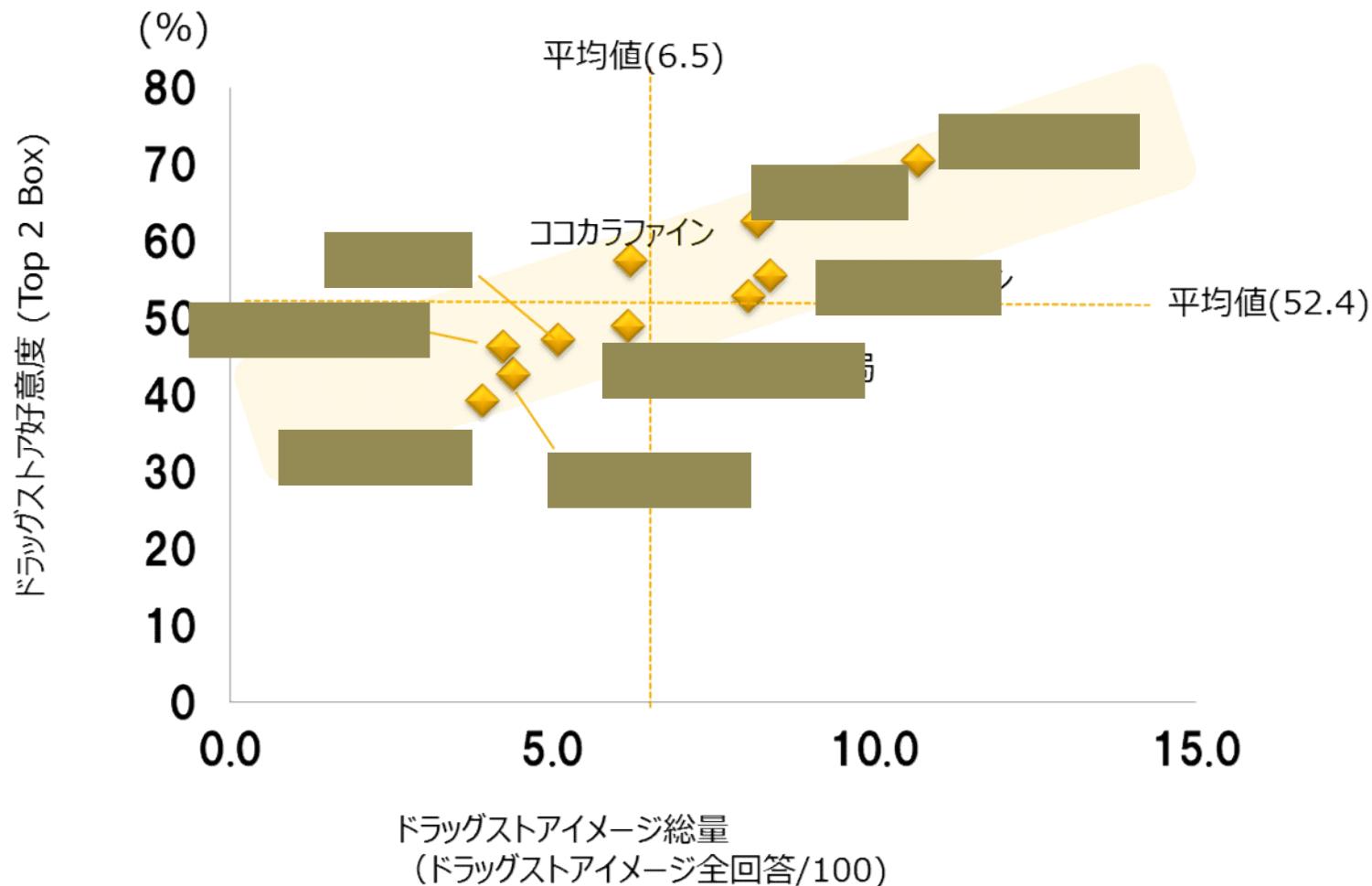
# ドラッグストアに顧客は何を求めている？



ユニバーサルニーズ

友達以上、医者未満。

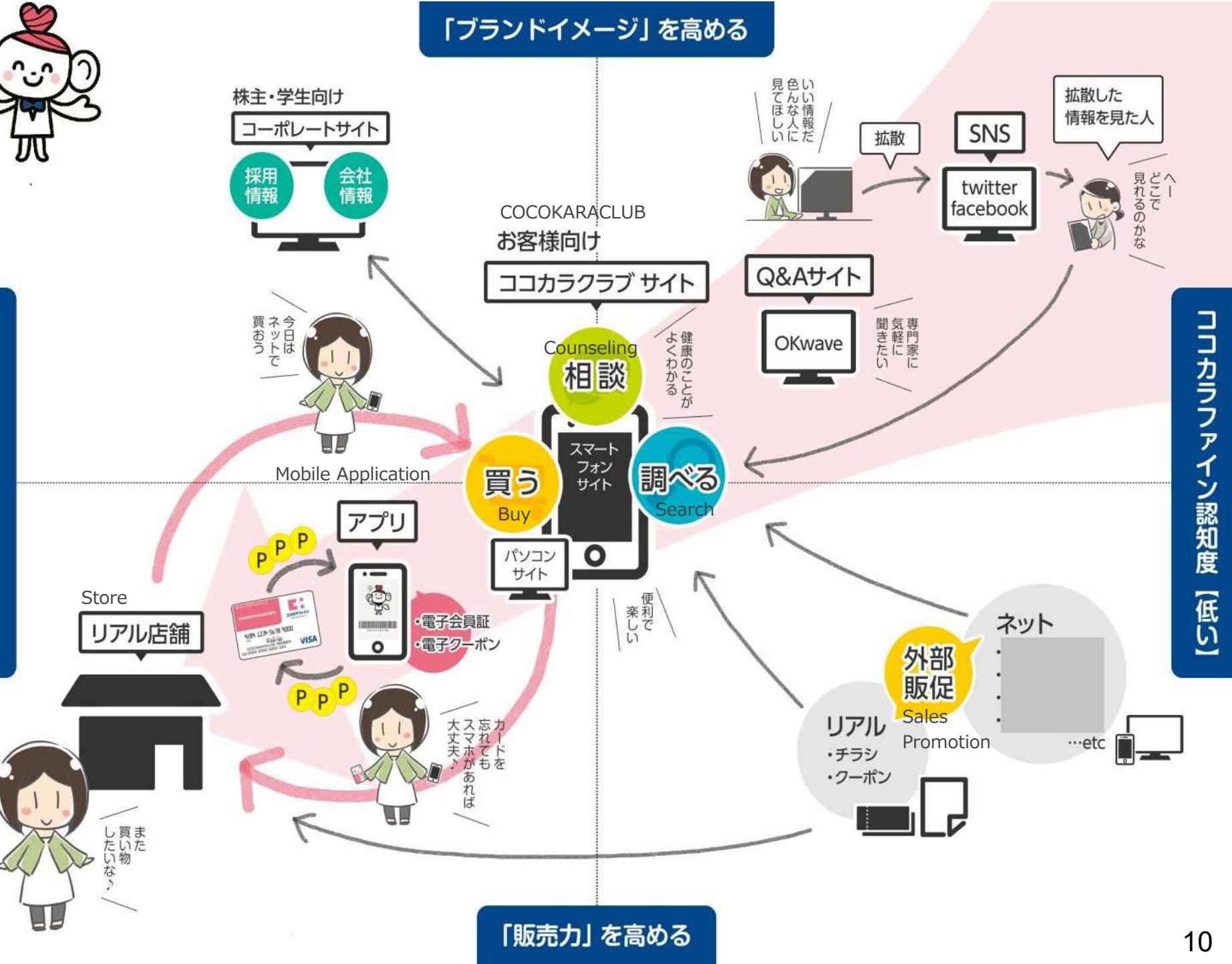
ドラッグストアのイメージ総量と好意度の間で正相関があることが確認された。  
ストアイメージが多く持たれているほど、好意的な認識につながる結果であるが、  
特徴的なストアが存在していないことも影響している。



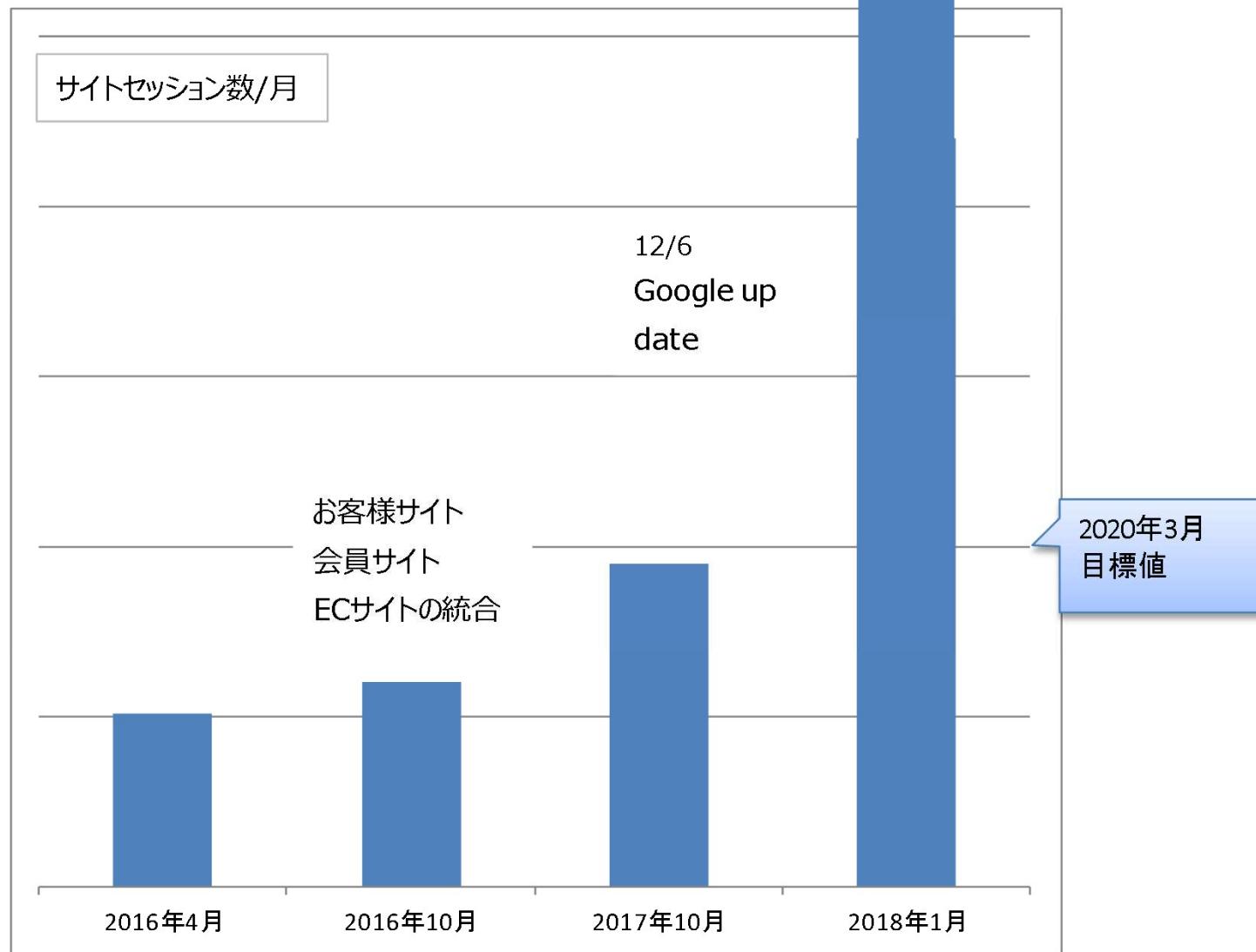
撮影不可



ココカラファイン認知度【高い】



# 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

## 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



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。



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。

ココカラファイン.ネット（通販サイト）



公式サイト（実店舗サイト）



ココカラクラブ（会員サイト）



ココカラ公式アプリ



## ■ 統合サイト ココカラクラブ

新機能①

WEB サイトで店頭在庫・価格  
の確認が可能に！



新機能②

WEB サイトと公式アプリに同一  
ID でログインが可能に！

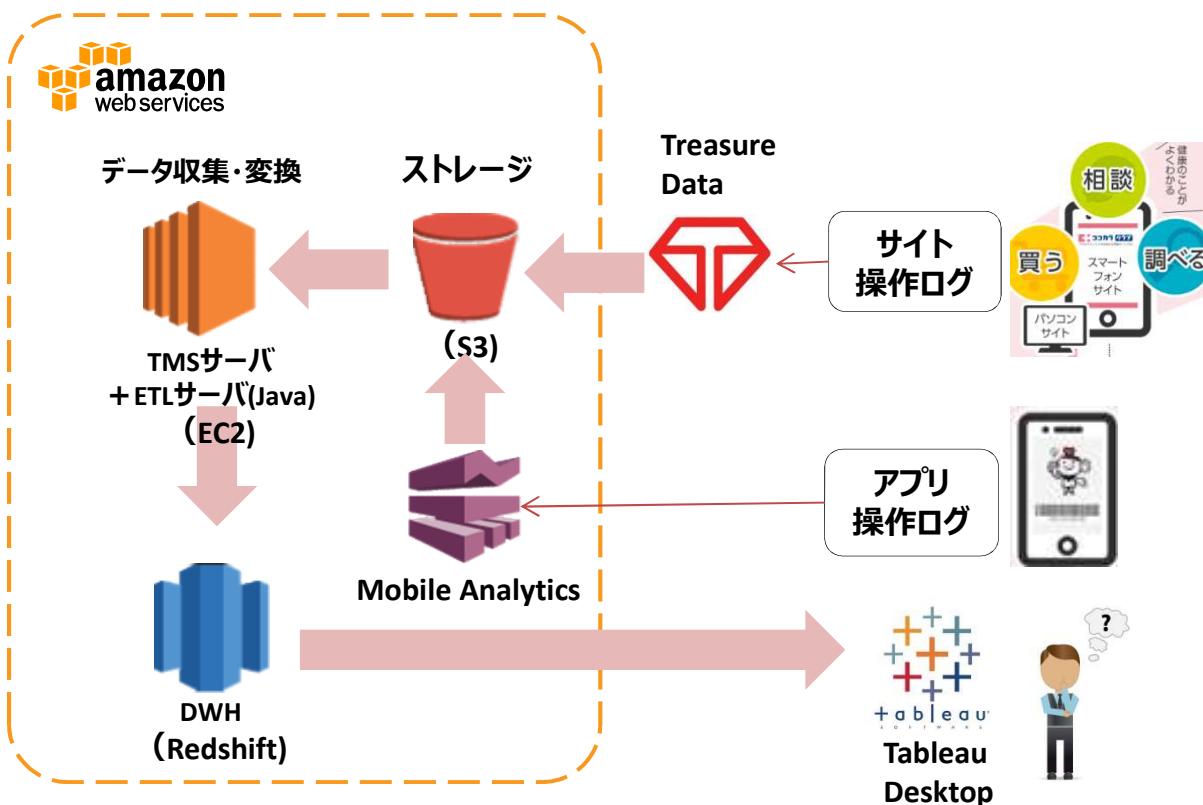
機能追加

- ・クーポン
- ・マイ店舗
- ・チェックイン

# 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



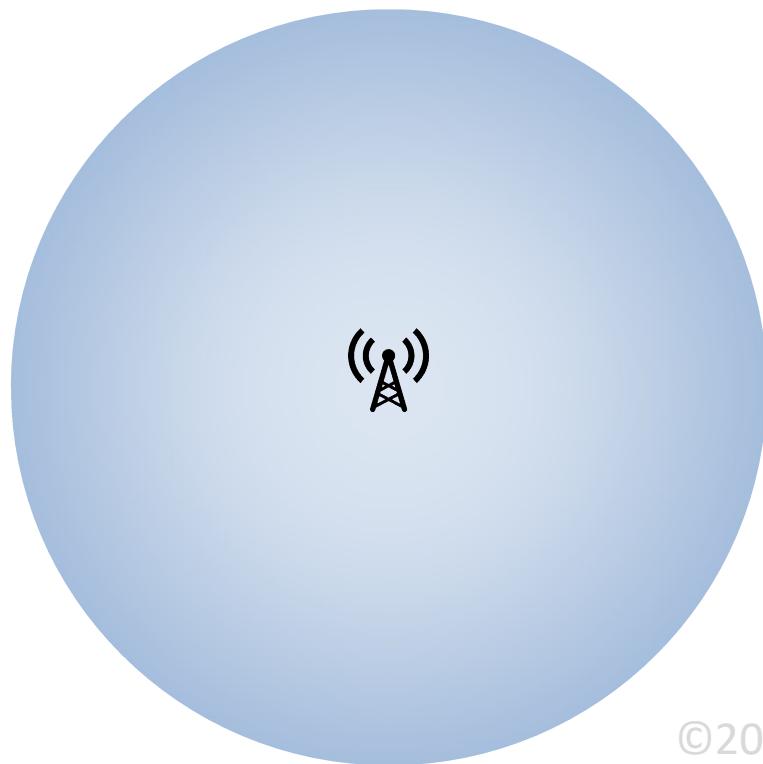
# 無人化が目的ではない

---



# 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

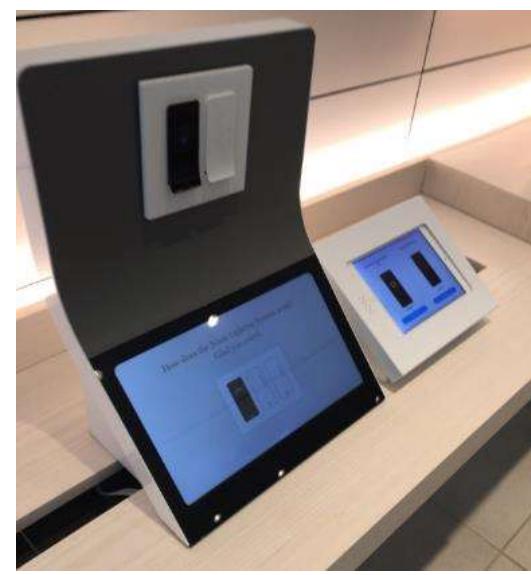
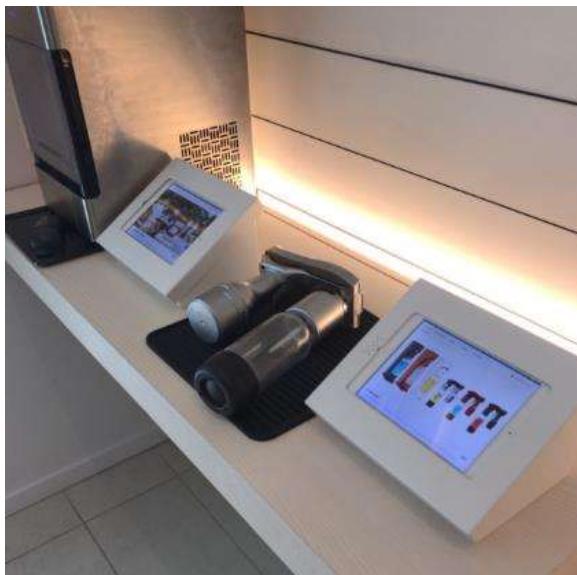
場所限定の情報

→ 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。

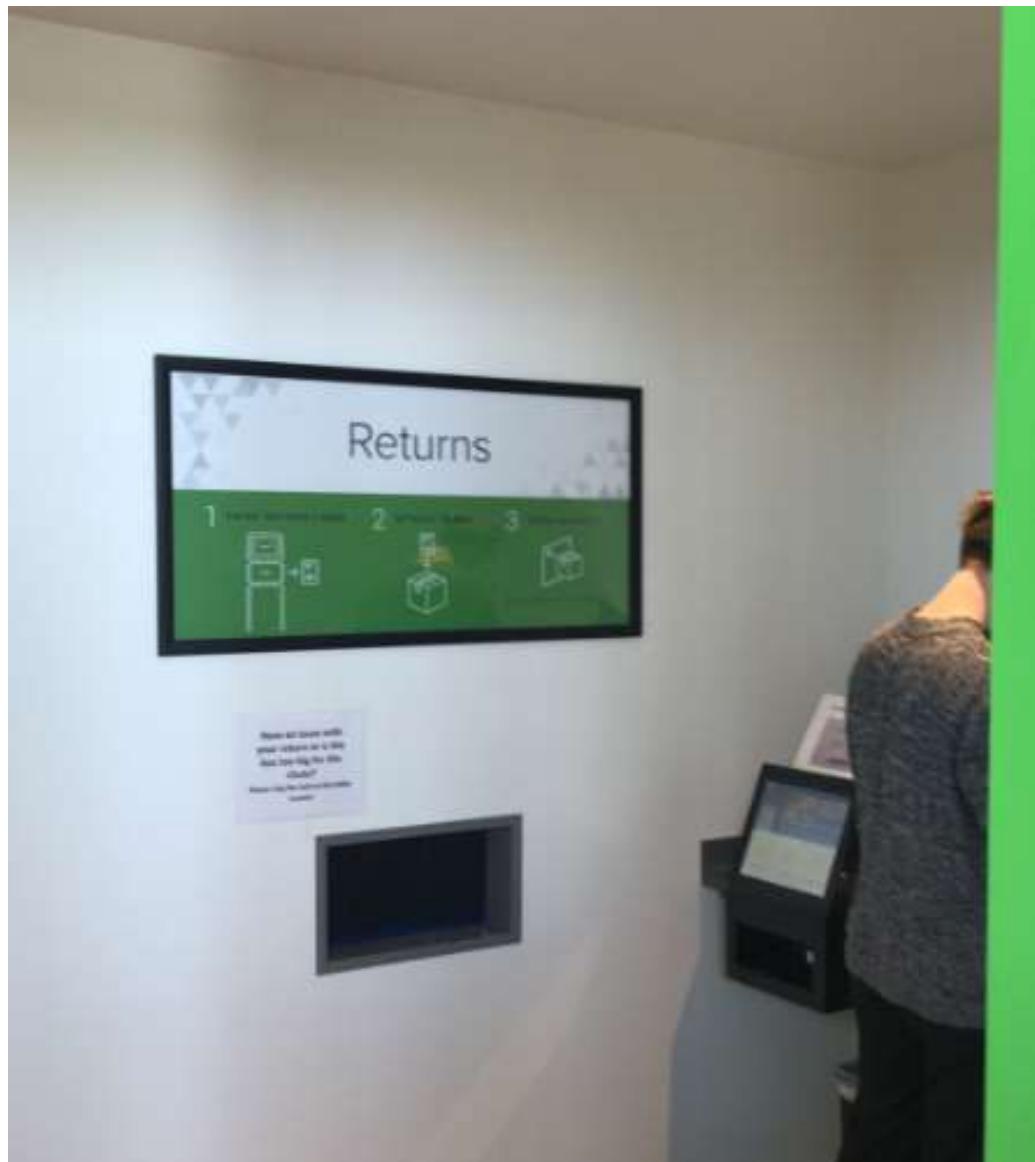


# Amazon Fresh

---



# 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

