

株式会社フレスタ様

ロイヤルユーザーを見極めたアプローチ 顧客情報の一元管理による 統合マーケティングの実現



顧客情報を一元管理することで、顧客軸でのマーケティング分析が実現し、ロイヤルユーザーを見極めた効果的なアプローチが可能になりました。Flexible Commerceの導入による、リアルタイムな顧客情報の一元管理とスピーディーなサービス展開を実現した事例のご紹介となります。

課題

- 顧客情報が散在していて、顧客軸のマーケティングができていない
- 新しいサービスを導入する際の改修に、時間とコストがかかる
- 複数システムにまたがる会員登録による業務フローの複雑化

解決

- さまざまなチャネルを横断したリアルタイムな顧客情報の一元管理
- 各種システムのマイクロサービス化による柔軟な情報基盤の構築
- 会員登録を一本化し、登録後の付帯業務を自動化

効果

- 顧客軸のマーケティング分析によるロイヤルユーザーを見極めたアプローチの実現
- 顧客ニーズに応じた迅速なサービス提供による売上拡大に貢献
- 店舗の顧客の待ち時間が従来の80%削減し、顧客の利便性向上

富士通のHeadless Commerce（ヘッドレスコマース）サービス「Flexible Commerce」は、様々な環境の変化の対応においてバックエンドの影響を最小限とし、新たな顧客接点、チャネル、ユーザーニーズに素早く、柔軟に対応することが可能です

顧客軸でのマーケティング分析が可能になり、顧客ニーズに応じたサービスをスピーディーに展開できるようになりました。今後のビジネス拡大に期待しています。

株式会社フレスタ 営業本部 本部長 西名 武史 氏



80%

会員登録の顧客の
待ち時間削減

背景・課題

顧客情報の散在により顧客軸のマーケティング分析ができていない

社会環境の急激な変化や顧客接点の多様化に対応し、新たなサービス価値を生み出すためには、顧客の行動や嗜好を把握し、パーソナライズされたサービスやプロモーションを提供することが求められています。

フレスタ様は、チャネルごとに顧客情報が散在しているため、顧客軸でのマーケティング分析が難しい状況に直面。その結果、顧客ニーズに応じたサービス提供や効果的なプロモーションの実施が困難でした。

さらに、環境の変化に応じた新しいサービスを導入しようとしても、システム連携が複雑化しているため、改修に時間とコストがかかり、スピーディーなサービス展開の実現に課題がありました。

また、店舗のサービスカウンターでの会員登録においても、複数のシステムにまたがる顧客情報の登録に時間がかかっており、窓口で顧客をお待たせしてしまう状況が発生。そのため、業務の効率化を図るための課題解決が求められていました。

選定・導入

Flexible Commerceの導入により、チャネル横断でリアルタイムに顧客情報の一元管理を実現し、スピーディーなサービス展開ができる情報基盤を構築しました

フレスタ様は、Flexible Commerceの導入により、顧客情報の一元管理を実現し、チャネルを横断したマーケティング分析の実現を図りました。これにより、さまざまなチャネルの情報を一元管理し、リアルタイムな顧客分析が可能となりました。

Flexible Commerceが持つAPIを活用し、スピーディーなサービス展開の実現に向けて取り組みました。従来は、新たなサービス機能を追加する都度、システムの影響調査や複雑なインターフェース開発が必要で、システム改修に時間とコストが発生。Flexible Commerceの導入によりAPIを通じてサービス提供をできるようになり、迅速なサービス展開が実現しました。

さらに、複数システムにまたがって実施していた会員登録の業務を一本化し、登録後に実施していた付帯業務をシステムで自動化。これにより、サービスカウンターの業務を軽減し、業務の効率化を図りました。

活用・効果

顧客軸でのマーケティング分析によるロイヤルユーザーを見極めたアプローチが可能に

店舗の顧客データだけでは把握できなかった情報も、ECの顧客データと統合して分析することで、オンラインとオフラインの行動を一元的に把握し、真のロイヤルユーザーを特定することが可能になりました。これにより、ロイヤルユーザーに対しては、ニーズに応じたアプローチや、離反の可能性が高い顧客に対してはクーポン配信のレコメンド等、個人に焦点を当てたアプローチの施策を立案を可能にしました。

分析結果を活用して企画した新たなサービス機能の追加についても、Flexible Commerceの土台があることで、早期かつ低コストにサービス展開を実現。社会環境の急激な変化においても、システムがネックになることなくビジネスの見極めに集中でき、顧客のニーズに迅速に対応していくことが可能になりました。

会員登録の業務を一本化したことで、店舗のサービスカウンターでは顧客の待ち時間を従来の80%削減し、利便性を向上。また、業務の効率化により、サービスカウンターのスタッフは接客により専念できるようになりました。

産業
小売業

ウェブサイト
<https://www.fresta.co.jp/>

株式会社フレスタ様 について

フレスタ様は、広島県を中心に山陽地域に根差したスーパーマーケットを展開されています。企業理念として、"お客さまの笑顔を原点に、信頼される品質と安心を提供し、食から広がる豊かで快適な「暮らし」の創造提案企業"を掲げています。顧客データの分析に基づいたマーケティング戦略を積極的に導入することで、顧客ニーズを深く理解し、顧客生涯価値（LTV）の向上を目指した取り組みを実践されています。

今後の展開

"スーパーマーケットから、情報小売業へ"

フレスタ様は、"スーパーマーケットから情報小売業へ"の変革を目指しています。スマートフォンを起点とした顧客接点の強化を通じて、顧客の趣味嗜好を敏感に把握。そのデータを商品開発や販売計画に活用し、従来の販売方法を超えた新たなビジネスモデルを構築しています。

フレスタ様の目指す姿は、単にチャネルの売上を拡大するだけではなく、顧客生涯価値（LTV）の最大化を追求することです。これは、顧客一人ひとりに最高のお買い物体験を提供することで、長期的な関係性を築くことを意味します。

小売業界において、マーケティングの重要性が増しています。より深い顧客理解に基づいたアプローチにより顧客生涯価値（LTV）の最大化を図ることができます。こうした先進的なスーパーマーケットが増えることで、顧客の買い物体験は向上していくと期待されます。フレスタ様は、"情報小売業"としての新たな可能性を追求し続け、顧客との強固な関係性を築いていきます。

参考：リテールビジネスのデジタルシフトを支援「Flexible Commerce」（Omni-Channel Services）
<https://www.fujitsu.com/jp/solutions/industry/retail/retail-solution/brainforce/>

お問い合わせ先

富士通コンタクトライン（総合窓口） 0120-933-200

受付時間 9:00 ～ 12:00 および13:00 ～ 17:30（土・日・祝日、当社指定の休業日を除く）
富士通株式会社 〒212-0014 神奈川県川崎市幸区大宮町1-5 JR川崎タワー