



株式会社OPA

オーパカードを活用した 来店プロモーションの高度化



カスタマープロフィール

首都圏、関西圏、福岡に9店舗を構える商業ビルオーパの開発・運営を基幹事業としています。

トレンドに敏感なヤングをコアターゲットとした都市型の施設から、幅広い年齢層向けの郊外型の施設まで、出店地域ごとにコンセプトを明確にし、地域性を重視した施設の開発・運営を行なっています。

オーパの運営にとどまらず、他のオーナー様が運営している大型商業施設をオーナー様に代わってトータルマネジメントし、施設の再活性化・収益改善を図っていく商業ビルのコンサルティング事業にも力を入れています。

来店頻度を増やすオーパカードによるプロモーション

オーパといえば、若い女性をメインターゲットとしたファッションビルとしてよく知られています。オーパの価値を高め、ビジネスをいかに継続的に成長させていくのか、営業企画室次長の千葉さんにお話を伺いました。

「ファッションビルというのは多くのテナント様を誘致して、そのテナント様から賃料をいただいて成立するビジネスです。したがってオーパは小売業ではなくて、不動産事業なのです。」

一般的なオフィスビルと異なり、商業ビルの賃料は固定ではなく、テナント様の売上に応じて決まることが多いそうです。

「売れるテナント様を誘致するという視点だけでなく、オーパへお買い物にいらっしゃるお客様の再来店をどうやって促し、購入を促進するのかという点も、商業ビルの運営では重要なんです。」

小売業界では大型のショッピングセンターが各地に次々とオープンし、競争環境が厳しくなっています。そんな中、既存店舗への来店強化のためにオーパが注力したのはハウスカードであるオーパカードによる来店プロモーションの強化でした。

「オーパカードは約80万人もの会員様にご利用いただいています。お買い物時にご提示いただくことで、お客様の購買特性の傾向が明らかになります。世代別の購入傾向や有効なテナントミックス、DMなどの来店プロモーションの効果測定はもちろん、有効な商圏の広がりもわかります。特に、定点観測的に分析を継続することで、競合との関係が理解できるようになりました。」

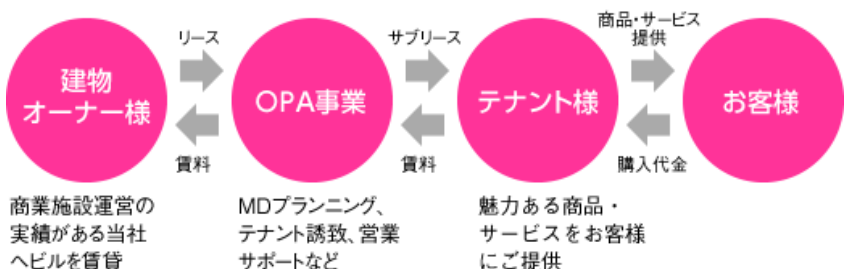
早くからカードによる購買傾向の分析に注目していた千葉さんは、すでに2008年には独自の分析システムを導入し、来店プロモーションに活用していました。

「導入から数年を経過して、地図システムのレスポンスの遅さが気になるようになってきました。徐々に各部門で使われなくなり『やめちゃおうか』という話が出たこともありました。しかし『お客様情報を活用しなきゃ、もったいない』ということで、新システム導入に取り組むこととなりました。」

「オーパへの来店を促すためのプロモーションは、各担当者が考えた仮説に基づいて実施されています。ポイントカードの分析システムを活用することにより、仮説の検証をマップ上で視覚的に捉えるとともに、数字の裏付けも得ることが出来ます。」



株式会社OPA 営業本部
営業企画室次長兼店舗企画室次長
千葉 政之 氏



オーパのビジネスモデル（株式会社OPAホームページより転載）
商業施設デベロッパーとして、小売業で培ったノウハウを投入し、テナントの売上最大化を目指します。

導入ソフトウェア

Spectrum Spatial

Spectrum Spatialは、エンタープライズレベルでのデータクレンジング、ジオコーディング、ルーティング、空間クエリ、マッピングなどの位置情報活用を実現できるデータ管理ソリューションです。

エンタープライズ規模のデータベースをマップ化して、最適な視覚化および分析を行うソリューションを実現します。

MapInfo® Pro

MapInfo Pro は、意思決定とデータ分析を支援するデスクトップ型の位置情報活用ソフトウェアです。

位置情報を持つデータを地図上で可視化し、設備管理・計画、新規顧客発掘、店舗展開、マーケティングおよび経営戦略をサポートします。

StreetPro

StreetPro (ストリートプロ) は MapInfoブランドの地図データ製品です。世界およそ30の国や地域をカバーしており、マーケットリサーチや出店検討などの地理的分析に活用されています。

「新たに導入されたこのシステムをユーザーとなる各店舗の担当者に紹介したところ、レスポンスの向上に対して、感動的な反応が得られました。これでパフォーマンスの悪さを、使わない言い訳にするのは難しくなりました。」



株式会社OPA 情報システム部
岡田 祐介 氏



ウェブサイトはこちら
pitneybowes.com/jp

ピツニーボウズ・ソフトウェア株式会社
〒150-0012
東京都港区広尾1-1-39 プライムスクエアタワー13F
TEL: 03-6805-1155 FAX: 03-6805-1123
E-mail: PBBI-Japan@pb.com

操作性とレスポンスが大きく向上した新システム

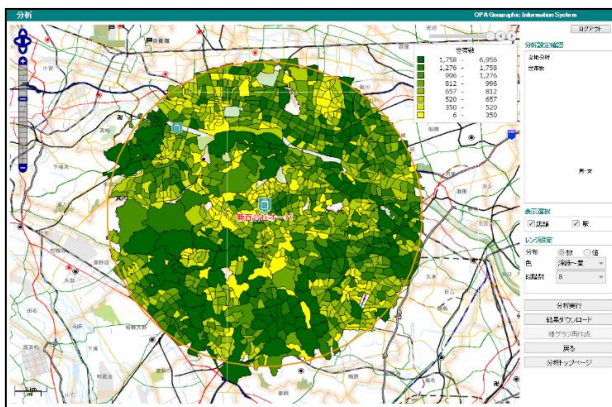
複数の候補の中から、ピツニーボウズが提案するシステムが導入となりました。情報システム部の岡田さんにその決め手を伺いました。

「カスタマイズが容易に行え、操作性の改善などの対応力が大きかったことが一番の要因でした。最新の技術が導入されて、地図の操作性やレスポンスが向上したことも大きな理由です。実は、以前のシステムにもMapInfoの技術が利用されており、ここで運用していた各種のデータ類の移行が容易だったことも決め手の一つでした。」

「O-GIS」と命名されたシステムは、ブラウザベースのWeb型で運用され、期間や地域を絞って、地域ごとの会員数や増減率、売上金額などの指標を主題図化することができるものです。

「新システムでは、操作性とレスポンスが飛躍的によくなりました。操作にストレスがなくなり、担当者が思いついた仮説を検証することが手軽にできるようになりました。3日間という短い期間のプロモーション施策の結果を、終了後すぐに検証するという作業も容易になったため、プロモーションのPDCAサイクルを意識するという会社の方針の実現にも一役買っています。」岡田さんに導入後の効果をお話いただきました。

導入直後はおもしろがって活発に利用されるシステムも、時間の経過とともに忘れ去られていくという話を聞くこともあります。そうならないように利用促進を図ることが大切と千葉さんにまとめていただきました。「仮にこのシステムを使わなかったとしても、短期的には大きな問題は起こらない。でも、使わなくなってしまうと、新しい発想に基づいた実験や業務改善をPDCAサイクルで回せなくなってしまいます。業務フローの中にこのシステム活用を組み込んで、社内のメンバーが成果を残せるような体制や教育を行う仕組みを定着させていきます。」



O-GIS
オーバカードと紐づいた会員数や来店頻度、購入金額、シェアなどの経営情報を小地域ごとの主題図で表現できるWeb型のGISシステムです。地域性に基づいたプロモーションの仮説検証プロセスに欠かせないツールとなっています。

ポイント

- ポイントカードを定常的に分析することによって、有効な商圈（特に競合との関係）が理解できる。
- カスタマイズ性の高さにより、業務に沿ったシステム構築が容易であったことが、導入の最大の決め手だった。
- Web型のため、社内各部門での幅広い導入が容易であった。
- プロモーションのPDCAサイクルを回すプロセスのうち、検証段階でのツールとして効果を発揮している。

Customer

株式会社OPA
〒135-0016
東京都江東区東陽町2-2-20 東陽駅前ビル5F
<http://www.opa.gr.jp>