

CASE STUDY

# 株式会社近鉄百貨店

本社 大阪市阿倍野区阿倍野筋1-1-43  
 設立 1934年  
 資本金 150億円  
 事業内容 百貨店業  
 URL <https://www.d-kintetsu.co.jp/>



## お客様の購買意欲をより高める パーソナルコミュニケーションアプリを 統合データ活用サービス「ARQLID」で構築。



「近鉄百貨店アプリ」は、インテックの開発プラットフォームサービス「ARQLID」を基盤に、凸版印刷が設計構築したスマートフォンアプリ。多様な会員データ、販促情報、分析システムをシームレスにつなぎ、お客様が欲しい情報をタイムリーに届けるパーソナルコミュニケーションを実現した。

**お得感**

アプリだけの限定クーポンなど「お得感」のあるアプリに

**楽しさ**

ログインするたびに貯まるマイルでアクセスしたくなる工夫

**特別感**

毎週、新しい情報が更新される。いつでも新鮮なコンテンツ

**利便さ**

各種カードの管理もできるから、便利で使いやすい

### 課題 新しい顧客接点の構築

近畿地方を中心に13施設を展開する株式会社近鉄百貨店(以下、近鉄百貨店)は創業100年を誇る老舗百貨店。近年、顧客政策の強化において同社の経営課題に挙げられていたのが、お客様との新しい顧客接点の構築。これまでのDMを中心とした紙媒体のコミュニケーションから脱却し、時代に即したデジタル情報配信の強化を図るべく、近鉄百貨店は2018~2020年度の中期経営計画において「デジタルマーケティングの拡充」を掲げ、デジタルチャネルの活用により新たな情報伝達ルートを構築し、

個々のお客様へのOne to Oneマーケティングの強化を目指した。「デジタルによる情報配信で、次世代顧客である子育て世代から、現状の主要顧客であるシニア世代へのアプローチを図り、買い回り分析などCRM業務の取り組みを強化して顧客との接点拡大を図ることが狙いでした」(百貨店事業本部 顧客政策部 清水一広氏)。そんな方針のもと打ち出された施策が、スマートフォンアプリの開発・運用であった。

### 選択 スピード感とセミスクラッチの柔軟性が決め手

開発パートナーを決めるコンペには9社が参加。選ばれたのはインテックの統合データ活用サービス「ARQLID」を基盤とした凸版印刷株式会社(以下、凸版印刷)の提案だった。選定のポイントは、まず構築におけるスピードと柔軟性。マイクロサービスを組み合わせた「ARQLID」は一からオーダーメイドする必要がなく時間とコストが軽減できる。加えてセミスクラッチが効くため柔軟性があり、近鉄百貨店の幅広い顧客カテゴリをカバーす

ることも可能。「既存のマイクロサービス機能を活用したプラットフォームでなければ、ご提案から1年足らずでリリースするのは不可能だったでしょう。またセミスクラッチによって多種類の会員を保有する近鉄百貨店様ならではのセグメント分け・出し分けができました」(凸版印刷 半谷圭介氏)。さらにスマホOSのメジャーバージョンアップに対応している点、マーケティング業務の運用サポートがある点も導入の後押しとなった。

## 導入 UI/UXデザインの操作検証と運用内製化がポイント

アプリ導入・運用にあたり心がけたのは2点。1つ目は「UI/UXデザインの工夫」で、グループインタビューや操作検証によりユーザー目線のインターフェースを工夫。同時に運用従事者が操作しやすい設計とデザインにもこだわった。2つ目は「運用内製化の支援」。近鉄百貨店には、販促の運用サイクル全般を内製化したいというニーズがあり、日常業務の中で担当者の育成を進める体制を敷いている。そのため、運用のサポートを得られる

安心感は大きい。機能面では23種の会員登録を可能にして、顧客の性別・年代以外にも多彩な会員種別に応じた情報発信や行動分析を行えるアプリを実現。近鉄百貨店が保有するさまざまなシステムを一元化し、デジタルログとリアル購買データを組み合わせることで、あらゆる会員にとって欲しい情報を届けるパーソナルコミュニケーションにつなげている。

## 効果 お客様、店舗ともデジタル効果を実感

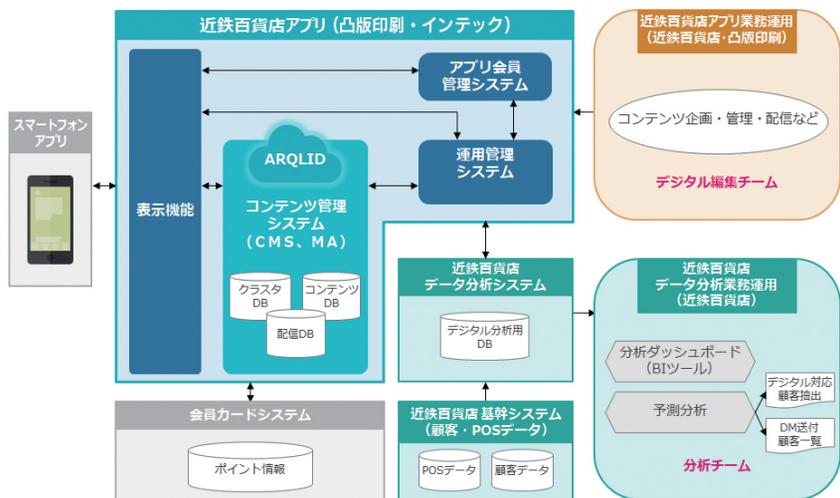
アプリのダウンロード数は15万件を超えており、既存顧客をデジタルチャンネルへと移行させる試みは確実に成功している。情報の出し分けや行動分析が可能になったことにより、常に最適な販促プロモーションを行える基盤も整った。「最初、アナログに慣れている各店舗スタッフ達はアプリの効果について懐疑的でした。しかし告知や広告を一齐配信できるデジタルの利便さは徐々に現場に浸透してきました。先日、イベント中止のお知らせ

をアプリで配信したところ当日に来場されたお客様は1人もおられませんでした。業務負荷の軽減も大きなメリットですね。」(百貨店事業本部 営業推進部 山本勝徳氏)。今後は、既存会員の購買頻度および購買単価の向上につながるボトムアップ策に注力すると共に、ログデータの分析を通して「ユーザー視点」「実運用」を考慮した設計のアップデートを推進していく。

### スキーム図



### 近鉄百貨店アプリシステム概要図



凸版印刷との協業スキームにより、アプリ導入から業務運用までをトータルサポート

### お客様の声

プロジェクトが目指したのは「お客様との情報伝達ルートを増やすことで新しい顧客接点を構築し、一人一人に合った、お客様が欲しい情報をお届けすること」でした。近鉄百貨店アプリはこれらの課題をクリアすると共に、老若男女に操作しやすい設計で、当初の予想を超える数のダウンロードを達成。ユーザーは30～50代と比較的若いのですが、次世代顧客を囲い込むという当初の趣旨を叶える結果となりました。驚いたのはアプリで販促を行うとDMや折り込みに比べてリターンが非常に良いこと。またアプリと連携させたECサイトの売上げが前年比で50%増に。流通ビジネスとデジタルの親和性をあらためて実感しています。



株式会社近鉄百貨店  
百貨店事業本部  
顧客政策部  
部長

清水 一広 氏

株式会社近鉄百貨店  
百貨店事業本部  
営業推進部  
部長

山本 勝徳 氏

凸版印刷株式会社  
西日本事業本部  
関西TIC本部  
デジタルマーケティング部  
部長

半谷 圭介 氏

本事例に掲載のINTECサービスはこちら

統合データ活用サービス (ARQLID)

<https://www.intec.co.jp/service/detail/arqlid/>

株式会社インテック (INTEC Inc.)

<https://www.intec.co.jp/>

情報流通基盤サービス事業本部 サービス基盤システム部 E-mail: arqlid\_info@intec.co.jp