

河淳株式会社 さま

自社ECとリアル店舗の顧客・ポイント管理を統合。 スマホアプリ導入で効果的な販促を実現。

1974年に東京・日本橋で創業し、インテリア・雑貨などの企画開発や販売を行う河淳株式会社。2000年4月には、オリジナルデザインの商品を取り扱うライフスタイルショップの1号店をオープンした。その後構築されたECサイトの会員と実店舗会員を統合し、お客さまへのサービス向上を目的に導入した「顧客管理（ポイント管理）システム」の効果や今後の展望などについて伺った。

導入効果① スマホアプリ会員が増加

商品購入後即時にポイントが付与されるようになり、顧客満足度が向上した。

導入効果② Online購入が飛躍的増加

実店舗・WEBサイトに加え、スマホアプリでも買い物をするお客さまが増加した。

導入効果③ デジタル販促を積極展開

デジタルコンテンツの充実化を図り、オンラインでも丁寧な接客を可能にする。

実店舗とECサイトで統一する 会員情報管理とポイント管理を検討

関東を中心に約50店舗以上を展開するライフスタイルショップ「KEYUCA（ケユカ）」を運営する河淳では、実店舗で運用するPOSシステムと自社構築したECサイトで、別々のポイントシステムが存在していた。それにより、ECサイトのポイントは実店舗でも使えるが、実店舗で付与されたポイントは実店舗だけでしか利用できず相互利用が不可能など、お客さまの使い勝手の面で課題があった。また実店舗においては、お客さまに直接メリットがあるポイントカード会員は増えていたが、能動的にメールアドレスなどの情報を入力してもらわなければならないメルマガ会員は、なかなか増えていかないという課題もあった。

「ポイントカード会員のお客様にセールのご案内をしたくても、一部の方にしかお伝えできず、販促面での効率の悪さも感じていました」（ケユカ事業部 事業部長 渡邊陽平氏）



ケユカ事業部 事業部長
渡邊陽平氏

「ポイントカードでは、売り上げやお客様の反応などの導入効果がなかなか見えてきません。スマホで使えるポイントアプリを導入すれば、費用対効果もはっきりしてくると思いました」（ケユカ事業部 業務部 笹田剛洋氏）。

そこで河淳では、実店舗のPOSシステムと顧客管理システム、スマホアプリを連携させることで、お客さまへの一元的なサービスの提供と、より効果的なプロモーションを実現することにした。



トータルソリューションの提案で 余分な業務負担も削減

実店舗のPOSシステムや顧客管理システム、さらにスマホアプリを連携させるには、それぞれのソリューションを提供するベンダーが個別に対応するのではなく、全てを連携させるトータルソリューションとして設計する必要がある。河淳では2010年にDAiKOの専門店向けPOSシステム「RetailFocus-L」を導入しており、今回のソリューション構築でも、このPOSシステムを土

台にすることにした。

笹田氏は、「DAiKOは10年前のシステム導入の際もそれ以降も、弊社のやりたいことに合わせて、柔軟な対応をみせてくれました。今回、DAiKOから自社以外のソリューションの連携もトータルに



ケユカ事業部 業務部
笹田剛洋氏

引き受けていただくと提案されたことで、弊社もさまざまな業務負担が抑えられると判断。それ以外のベンダーの選択肢は考えられませんでした」と振り返る。

実店舗とECサイトの 双方で見られた導入効果

システム導入から半年経った時点での評価として、渡邊氏は「目標としていたアプリ会員数の獲得は、達成できていると評価しています」と語る。

実店舗における具体的な導入効果として、販売部 EC運営チームの岩瀬美音氏は、「以前は会員登録しても翌日からしか使えなかったポイントが、スマホアプリでは即時に加算されるので、お客様が買い物しやすくなりました」と、新システムが購買機会を上げる効果をもたらしたと語る。

一方、コロナ禍では、店頭でじっくり商品を見ながら検討する買い方が敬遠されている。そんな中、KEYUCAでは新たに導入したスマホアプリであらかじめ商品情報を確認してから来店し、短時間で購入を決定するお客さまが増えている。「安心して買い物できることが、顧客満足度の向上にも貢献していると思います」（渡邊氏）

その他、店舗側でのシステム運用に関しても、「お客様からの商品に関する問い合わせや、来店されたお客様へのご案内の際に、以前よりもUIが向上したので使いやすくなりました」と、ケユカ事業部 オンラインショップ担当 福田真啓氏は新システムの導入が業務効率の向上に繋がっていることを評価する。



ケユカ事業部 EC運営
岩瀬 美音氏



ケユカ事業部 EC運営
システム担当 福田 真啓氏



ケユカ事業部 EC運営
リーダー 藤田 大介氏

一方で、これまで実店舗での購入が中心だったお客さまが、ECサイトで購入する機会が増えている傾向も見られる。ケユカ事業部 オンラインショップ担当の藤田大介氏は、「導入から1カ月ほどで、スマホアプリ経由での売上げがECサイトで一番多くなっています。ECサイトでもポイントが利用できるようになったことで、オンラインショッピングへのハードルを下げたようです」と語る。

「ECサイトの特集ページに掲載された商品が、実店舗でも動くようになりました。実店舗とECサイトでの相互購入の促進に関しても満足しています」（渡邊氏）

デジタルの活用で 新たな顧客サービスの提案も

河淳では今後、デジタルの活用を積極的に進めていきたいという。店頭では伝えきれない、商品を生活の中で使用するイメージやストーリーを動画などの多角的な表現で情報発信したい考えだ。

また渡邊氏は「顧客情報を店舗設計や出店計画にしっかりと活用し、店舗運営の基礎作りを中長期的に行いたい」という。

「顧客管理（ポイント管理）システム」は、単に顧客サービスや満足度を向上させるツールではない。集積したデータは、商品開発や品揃え、商圈分析など、あらゆるマーケティングに活かせる。新たなソリューションに発展する可能性も秘めたシステムを、DAiKOも支え続けていく。

●DAiKO担当の想い●

「全社から相談相手として認められる存在になりたい」

今回のシステム統合の実現までに正直多くの壁がございましたが、お客様の多大なるご協力もいただきながら、実現することができました。これからも、より一層よい相談相手になると思っていただけるような活動を展開してまいります。



流通ビジネス本部 第一営業部
志村 良太

- 社名：河淳株式会社
- URL：https://www.kawajun.co.jp/
- 店舗数：約60店舗
- 会社概要：ケユカ事業のほか、ホテル事業、メディカル事業、ハードウェア事業、パブリック事業、流通事業を展開する空間提案企業。



お問い合わせ

大興電子通信株式会社

〒162-8565 東京都新宿区揚場町2-1（軽子坂M Nビル）
流通ビジネス本部 第一営業部
TEL 03-3266-8146
retail@daikodenshi.co.jp

本文中に掲載の製品名、社名は各社の商標又は登録商標です。