

株式会社ニチレイフーズダイレクト

# 事業拡大へ販売動向を詳細に分析 商品企画や販促計画立案に活用へ BI@Nsxpresで簡単/スピーディな分析を実現

■要件

健康志向の加工食品を通信販売で提供しているが、効率的な事業拡大に当たり販売動向の詳細な分析を必要とした。BI (ビジネス・インテリジェンス) システムを自前で構築/導入するには負担が大きかった。

■ソリューション

本格的な分析を行えるASPサービス「BI@Nsxpres」を利用することで、求める情報を安価に入手可能にした。Webブラウザからリアルタイムで分析結果を参照できるほか、定期的にまとまったレポートを入手することができる。

■成果

最新の定量分析データをもとに、商品を購入している顧客の実像や行動パターンが見えるようになってきた。今後は、効果的な商品企画やプロモーション計画の立案で活用可能になると期待している。

消費者行動の把握が重要な通販  
不可欠な販売情報の詳しい分析

「おいしい!から始まる健康生活」をコンセプトに事業を展開するニチレイフーズダイレクト。同社はカロリー調整食品の「きくばり御膳」や「糖尿病食」など健康志向の加工食品を、インターネット上のWebサイトやDM (ダイレクト・メール)、通信販売雑誌などを通じて消費者に直接販売している企業である。

設立は2006年4月。「くらしを見つめ、人々に心の満足を提供する」という経営理念を掲げるニチレイ・グループで加工食品事業を担うニチレイフーズが100%出資しており、同年7月の事業開始から順調に顧客を増やしている。

ニチレイフーズダイレクトの代表取締役である新井裕氏は設立の背景を「今やメーカーといえども、一般消費者とのコミュニケーションは不可欠です。通信販売という事業形態であれば、食事を通じてお客様の生活をより豊かにしたいというメーカーの考えをダイレクトに伝えられます」

と語る。

同社が取り扱う低カロリーの加工食品の顧客やその利用シーンは非常に多彩である。糖尿病の患者が療養のために利用するのはもちろん、産後の女性がダイエットのために購入する、遠隔地に下宿する子供の偏食を避けるため親が購入して送る—といった具合だ。こうした多様な顧客の実像や購買行動をできるだけ正確かつスピーディに把握することが、適切な商品企画やプロモーション計画の立案につながる。

同社は従来、顧客の購買行動を把握するため、顧客からの電話やメール、ハガキなどと販売データを照合するといった分析を行ってきた。しかし、より精度の高い情報を幅広く得るには「定量的で詳しい分析が、簡単にリアルタイムでできる仕組みが不可欠でした」とCRM推進部の安達貴弘部長は振り返る。

本格的なデータ分析を行うBI (ビジネス・インテリジェンス) システムを構築すれば、そうした仕組みは実現するが、多大な投資は避けられな

い。設立間もない同社にその負担は大きかった。そこで、ニチレイフーズダイレクトは既成の分析サービスを利用する方向を模索したという。「いろいろな会社が提供するサービスを調べるうちに知ったのが、新日鉄ソリューションズの分析サービスでした」(安達氏)。

そのサービス「BI@Nsxpres」は、新日鉄ソリューションズがASP (アプリケーション・サービス・プロバイダ) となって提供する分析システムにインターネット経由でアクセスする仕組みである。まとまった初期投資は不要で、1カ月単位の支払いで利用可能になる。当時、同サービスは開発途上だったが、ニチレイフーズダイレクトは早々と採用を決めた。

安価に短時間で分析が可能な  
サービス「BI@Nsxpres」を採用

BI@Nsxpresでは、通販事業で定番的なRFM分析を含めた複数の基本的な分析方法をリアルタイムで利用可能にする計画だった。

「同種の他社サービスも調べまし



株式会社ニチレイフーズダイレクト  
代表取締役  
新井 裕氏



株式会社ニチレイフーズダイレクト  
CRM推進部  
部長  
安達 貴弘氏



株式会社ニチレイフーズダイレクト  
本社：東京都中央区築地6-19-20  
設立：2006年  
売上高：11億円 (2008年3月期)

(参考情報)  
ニチレイグループの加工食品事業  
売上高：連結1750億円 (2008年3月期)  
従業員数：連結2412名 (2007年3月31日現在)

たが、分析結果を一定の期間ごとに提供するものばかりでした。しかし、新日鉄ソリューションズのサービスでは、必要な情報をいつでも端末から即座に得られます」(安達氏)。

ニチレイフーズダイレクトは、2008年1月から3月までのトライアル期間中、いくつかのリクエストを提示する。新日鉄ソリューションズはそれに応えながらシステムの実用度をさらに高めた。

こうして2008年4月にBI@Nsxpresがサービスを開始した直後から、ニチレイフーズダイレクトは利用を始める。利用企業は、顧客マスタと商品マスタ、それに販売データを新日鉄ソリューションズに提供し、それをもとに分析処理を行う。分析結果は、インターネットに接続した端末のWebブラウザからリアルタイムで参照できる。新日鉄ソリューションズの担当者がコメントを付けたレポートをPDFファイルや紙で提供するオプションもある。月末から数日後など、あらかじめ定めたタイミングでレポートを入手できる。

初めて分析レポートを見たときの

■コアテクノロジー  
BI、顧客分析、ASP、nsxpres.com

■システム概要  
●利用サービス：BI@Nsxpres  
●利用可能分析パターン：RFM、リピータ、商品特性、クロスセルほか  
●ネットワーク：インターネット

印象を安達氏は「私たちが見たいと思っていたものが、目の前に現れた感じがしました」と語る。

新井氏も「それまで、コールセンターなどを通じてお客様に関する定性的な情報は集めていました。しかし、次の定量的な行動分析の段階に進みたい私たちにとって、このレポートは大きな力になってくれると感じました」と話す。

NSSOLにデータを渡せる信頼感  
事業拡充にサービスを積極活用

BI@Nsxpresの利用に際しては、重要データを新日鉄ソリューションズに渡す点も、同社なら問題ないという信頼感があった。ニチレイでは以前、プライバシーマークの取得に際してコンサルティング・サービスを

新日鉄ソリューションズに依頼している。その仕事ぶりから今回も不安はなかったという。

ニチレイフーズダイレクトは、今後の事業拡充にこの分析サービスを積極的に活用していく。テレビの通販番組やDMなど各種プロモーションの効果や、購買者のリピート率の測定などに活用し、消費者がより満足する商品の企画や効率の高い販売促進計画の立案につなげるという。

新井氏は「当社は4月に、20~30代の女性向け新商品ライン『Wodish』の提供を始めました。しかし、私は通販の市場は購買者が作っていくものだと考えています。実際にどんなお客様が購入されるのか、販売動向をBI@Nsxpresでより注意深く見ていきます」と語る。

■ニチレイフーズダイレクトが利用しているASPサービス「BI@Nsxpres」の概要

