



家電量販店のデジタルシフトをリード 新無線 LAN を通じて提案する新しい買い物体験

- ・ 通信環境のムラを解消した上、通信速度も最大で 4 倍以上高速化
- ・ リアルタイムに売価を変更する「電子棚札」、店頭実演販売をネットで生中継するライブコマースなど新しいチャレンジが続々と生まれ、オムニチャンネル戦略が加速
- ・ より詳しい購買行動データ、外国人顧客の国別データなどを駆使して次世代店舗づくりを推進していく



家電量販店大手のビックカメラは、次世代の店舗づくりに向け、グループ全拠点にシスコのクラウド管理ネットワークソリューション Cisco Meraki シリーズを導入するプロジェクトを進めています。先行導入した店舗では電子棚札、ライブコマースなど革新的な取り組みを実践。接続デバイスのデータの戦略的な活用にも前向きに取り組んでいます。



デジタルを活用した次世代の店舗づくりを進め、お客様に新しい買い物体験を提供する。この取り組みを支えるインフラとして Cisco Meraki シリーズは欠かせません。

株式会社ビックカメラ 執行役員 システム部長 菊池 秀樹氏

「お客様第一主義」を実践し、お客様の満足と喜びのために最高のサービスを提供することを目指す家電量販店大手のビックカメラグループ。首都圏・大都市の駅前を中心に大型店舗を構える「ビックカメラ」、郊外型の「コジマ」、PCやアニメ・キャラクターグッズの買い取り・中古販売を行う「ソフマップ」の3つのブランドを全国に展開しています。グループ全体の店舗数は約250店。グループの売り上げ規模は年間8000億円超を誇ります。

課題

オムニチャンネル戦略を加速し新しい買い物体験を提供

近年、IoTやAIなどの技術を活用して、新しい顧客体験やビジネスを創出する、いわゆるデジタル革新に取り組む企業が増えています。

ビックカメラもまた、デジタル技術の活用に積極的に取り組んでいます。

「お客様のニーズや価値観、購買行動は大きく変化しています。その中で持続的な成長を目指すためには、お客様に新しい買い物体験を提供し、満足度向上を図ることが欠かせません」とビックカメラ執行役員の菊池 秀樹氏は言います。

そこで同社は、オムニチャンネル戦略を加速させ、次世代の店舗づくりに注力。スマホアプリを使ったクーポン配信をはじめ、様々な取り組みを進めています。

無線 LAN はリアルとネットをつなぐ重要なインフラ

このオムニチャンネル戦略において、ネットとリアルをシームレスに連動させるための重要なインフラと位置付けているのが無線LANです。しかし、既存の無線 LAN には課題がありました。

「店舗の規模やレイアウトによっては、電波が繋がらないエリアが存在していました。また、管理面でも本部側で把握できるのはアクセスポイントが『動いているか、停止しているか』の死活監視のみ。停止していることは把握できても、原因の特定や復旧は難しく、エンジニアが現地まで出向いてサポートしなければなりません」と同社の深川 純也氏は言います。

当然、その間は店舗の無線 LAN は使えないまま。情報共有や販売員同士の連絡に支障が出ると、結果的に接客サービスの質の低下につながってしまいます。「オムニチャンネル化が進めば影響はさらに大きくなります。仮にトラブルがあってもすぐに復旧できることは重要な要件。お客様により良い買い物体験を提供するためには、無線 LAN の安定性・管理性の向上が必須でした」と菊池氏は続けます。

通信の安定性はもちろん、接続デバイスの様々なデータを可視化できるのがMerakiの強み。これを活用することで、デジタル変革に向けたチャレンジを加速していきたい

ソリューション

クラウド管理とデータの戦略的な活用に期待

そこで、同社は無線LANのリプレースに着手。安定性と管理性の向上という2つの大きな要件を掲げて複数のソリューションを比較し、最終的にシスコのクラウド管理型ネットワークソリューションCisco Merakiシリーズの採用を決めました。

「まず実績が豊富で信頼性が高い。機能面でも複数チャンネルを同時に利用する『チャンネルボンディング』に対応し、デバイスの性能をフルに引き出して高速な通信を実現したり、アプリケーションファイアウォール機能でアプリケーションごとの帯域制御を行ったりして、快適な無線LANを実現できる点を評価しました」と深川氏は選定の理由を述べます。

また、Merakiシリーズの最大の特徴であるクラウド管理も高く評価。アクセスポイントを設置すれば、あとはクラウドを通じて自動的に必要な設定が行われるゼロタッチ導入は、事前のキッティング作業を不要とし、エンジニアのいない店舗への設置を容易にします。

さらにMerakiシリーズなら、全てのアクセスポイントやスイッチをクラウドから集中管理することが可能。稼働状況を可視化できるだけでなく、障害アラートをドリルダウンして原因の究明、pingコマンドの投入、パケットキャプチャもリモートから実施できます。

「以前は難しかった本部からの一元管理が実現できます。約250の店舗のほか、業務センターや物流センターも含めると全国の拠点数は約300にもなります。これだけの拠点を現地に出向くことなく集中管理でき、ダウンタイムを極小化できるメリットは計り知れません」（菊池氏）。

加えて、戦略的なデータ活用にも大きな期待を寄せました。

Merakiシリーズを利用すれば、どこに、どれだけの人が集まっているか、どれだけの人か、どこからどこに移動したかなど、エリア内の混雑状況や移動状況をヒートマップでリアルタイムに把握できます。「これらの情報は店舗レイアウトの最適化、より良い買い物体験の実現に向けた様々なチャレンジに必ず役立つと感じました」と菊池氏は述べます。

結果～今後

店舗内のどこでもつながり、通信スピードも高速化

現在、同社はMerakiシリーズへの全社リプレースを段階的に進めており、すでにMerakiシリーズが導入された店舗では、様々なメリットを実感しています。

その1つであるビックカメラ町田店の川瀬 大氏は次のように語ります。「以前はフロアの一部につながりにくいエリアがあったのですが、それが

解消されました。通信スピードも最大で以前より4倍以上高速になり、快適な通信が可能です。販売員だけでなく、お客様にも快適にフリーWi-Fiサービスを利用いただいています」。

電子棚札で他店に負けない売価設定と業務効率化を実現

注力しているオムニチャンネル戦略でも、続々と新しいチャレンジが生まれています。

まず電子棚札の実現。商品名や価格を表示する値札の表示売価をリアルタイムに変更する取り組みです。

「最近の商品のスペックや価格をネットで調べて店舗に買いに来るお客様も多い。以前は来店したものの、ネットで買った方が安いと判断して買うのを躊躇されたお客様もいたかもしれません。そこで、本部側でネット通販や競合店の価格を調査し、常に価格競争力を損なわないようにリアルタイムに売価を変更するのです。割高感がなくなることで、お店の信頼が高まり、お客様に安心して買い物していただけます」と川瀬氏は話します。

この電子棚札は店舗運営にも大きなメリットをもたらしています。以前は、1日に最低2回、多い時は数千アイテムの売価を手作業で変更していたからです。

「本部から示された新しい売価の値札を加工・印刷し、貼り替え作業を行う。販売員が手分けしてやっても1日に平均で約3時間はかかる大仕事でした。一方、電子棚札なら本部が一括して売価を変更してくれるので、そうした工数が一切不要。販売員の作業負担を大幅に軽減し、商品説明やご提案など接客サービスにより多くの時間を充てられるようになりました」（川瀬氏）。

シフト作成システム導入で有給休暇の取得率が2倍に

ビックカメラ全店で働く販売員3000人のシフト作成システムの一環としてもMerakiシリーズは重要な役割を担っています。

同社は、店舗や曜日、時間帯別の繁閑に応じて最適な販売員の配置計画をシステムで割り出し、シフト作成作業を自動化していますが、このシステムの導入に合わせて、販売員が休暇取得希望日をiPhoneで入力できるようにしたのです。

「以前は人員不足を懸念して思うように休暇の調整ができなかったのですが、今は人員が足りていれば、希望した日に休暇を取得できます。仕事の合間に休暇申請でき、プライベートの予定も立てやすいと好評です」と川瀬氏。有給休暇の取得率がシステム導入前の約2倍に高まった店舗もあるといいます。

他にもMerakiシリーズを活用して、店頭実演販売をリアルタイム配信するライブコマースも実施しました。まさにネットとリアルを融合したオムニ

チャンネル施策といえる取り組みで、家電量販店としては業界初の試みです。実施したのは東京・有楽町の「ビックカメラ有楽町店」。コードレス回転モップクリーナーを実演販売したところ、1日に売れる通常販売数の数十〜数百倍ほどの売れ行きだったといいます。

業界をリードするデータ・ドリブンな経営を推進

期待した戦略的なデータ活用の面でもヒートマップの応用はもちろん、WebカメラであるMeraki MVシリーズの試験運用も始めています。「映像を分析すれば、単なる動線だけでなく、お客様がどこで立ち止まり、何に興味を示したのか、さらに詳細なお客様の行動を把握できます。

このデータ分析を進めることで、商品展示方法や売り場レイアウトの

最適化を図り、買い物体験の向上につなげていきたい」と深川氏は語ります。

また、スマホアプリの言語設定などのデータを活用して、外国人顧客対応の最適化も検討しています。訪日外国人の来店が増加していますが、外国語を話せる販売員は限られているため、どの店舗に、どの言語圏の販売員をどれくらい配置すべきかを正確に把握しようという試みです。このように同社は、新たに導入したMerakiシリーズを基盤としてオムニチャンネル戦略に基づく次世代店舗の実現をさらに加速しています。厳しさを増す家電量販店業界のデジタル変革をリードする同社の取り組みは、今後も大きな注目を集めそうです。



株式会社ビックカメラ
システム部 IT基盤刷新プロジェクト
PMO
深川 純也 氏



株式会社ビックカメラ
町田店 店長
川瀬 大 氏



製品 & サービス

- ・Cisco Meraki MSシリーズ
- ・Cisco Meraki MRシリーズ
- ・Cisco Meraki MVシリーズ

課題

- ・従来の無線 LAN は、電波のつながらないエリアが発生するなど通信環境にムラがあった
- ・本部から把握できるのはアクセスポイントの死活監視のみ。トラブルが発生すると、原因を究明し復旧するために担当者が現地に出向かなければならない
- ・オムニチャンネルを推進する上で、ネットとリアルをシームレスにつなぐ無線LANは重要なインフラ

ソリューション

- ・Cisco Merakiシリーズは、高い安定性、性能を誇り、止まることが許されない店舗運営、さらにはオムニチャンネル戦略のインフラとして最適
- ・アクセスポイントやスイッチなど、全てのMerakiシリーズの機器をクラウドから集中管理。トラブル対応も本部から行えるようになった
- ・通信トラフィックや接続デバイスの様々なデータを戦略的に活用することで、新しい買い物体験を提供できる

結果～今後

- ・通信環境のムラを解消した上、通信速度も最大で4倍以上高速化
- ・リアルタイムに売価を変更する「電子棚札」、店頭実演販売をネットで生中継するライブコマースなど新しいチャレンジが続々と生まれ、オムニチャンネル戦略が加速
- ・より詳しい購買行動データ、外国人顧客の国別データなどを駆使して次世代店舗づくりを推進していく

導入企業 株式会社ビックカメラ

本社所在地 東京都豊島区高田 3-23-23
創業 1980年11月
従業員数 連結8,554名/単体4,491名(2018年8月期)
URL <https://www.biccamera.com/>

「最高のサービスをお客様に提供することで社会に貢献する」という経営理念のもと、ロードサイド型店舗を運営する「コジマ」、リユース事業・サポートサービス事業を展開する「ソフマップ」と提携し、グループシナジーを活かした接客力・専門性の強化、店舗オペレーション・物流の効率化に取り組む。持続的な成長に向け、新規出店やインターネットショッピング事業の拡大、新規販売チャネルおよび新商品・新サービスの開発にも力を注ぐ。

シスコ コンタクトセンター



自社導入をご検討されているお客様へのお問い合わせ窓口です。
 製品に関して | サービスに関して | 各種キャンペーンに関して | お見積依頼 | 一般的なご質問

お問い合わせ先

お電話での問い合わせ

平日10:00-12:00, 13:00-17:00

0120-092-255

お問い合わせウェブフォーム

http://www.cisco.com/jp/go/vdc_contact



©2019 Cisco Systems, Inc. All rights reserved.

Cisco, Cisco Systems、およびCisco Systemsロゴは、Cisco Systems, Inc. またはその関連会社の米国およびその他の一定の国における登録商標または商標です。

本書類またはウェブサイトに掲載されているその他の商標はそれぞれの権利者の財産です。

「パートナー」または「partner」という用語の使用はCiscoと他社との間のパートナーシップ関係を意味するものではありません。(1502R)

この資料の記載内容は2019年10月現在のものです。

この資料に記載された仕様は予告なく変更する場合があります。