

## PointInfinity SaaS版・PointInfinity アナリティクスサービス

### 導入事例 | イオンモール株式会社(神戸ハーバーランドumie)様



所在地	千葉県千葉市美浜区中瀬一丁目5番地1 7F・8F
設立	1911年11月
従業員数	5,338人(2022年2月28日現在)
事業内容	大規模地域開発とショッピングモールの 開発運営、神戸ハーバーランドumie他 商業施設運営管理受託
URL	<a href="https://www.aeonmall.com/">https://www.aeonmall.com/</a>

## 会員・ポイント管理を「PointInfinity」に移行して ショッピングモールのキャンペーン実施を強化

複合商業施設「神戸ハーバーランドumie」を運営するイオンモールは、キャンペーンの効率と効果を高めるために日立ソリューションズの「PointInfinity」を核とするソリューションを導入しました。2022年1月に稼働を開始し会員カードを磁気カードからスマホアプリに切り替え、より効果的な集客が可能に。今後は分析機能も活用し、さらなるマーケティング施策の立案に取り組む構想です。

### 課題

基幹リブレースおよびポイント残高をお買い物券に交換するためのKIOSK端末が保守切れのため早期対応が必要だった

磁気ポイントカードからスマホアプリに切り替えて、効果的な集客を行いたかった

将来的には分析業務を手軽かつリアルタイムに実施し、マーケティング効率を向上したいと考えていた

### 効果

貯まったポイントはスマホアプリにて店舗での支払いに使える方式にしたことで、KIOSK端末を廃止できた

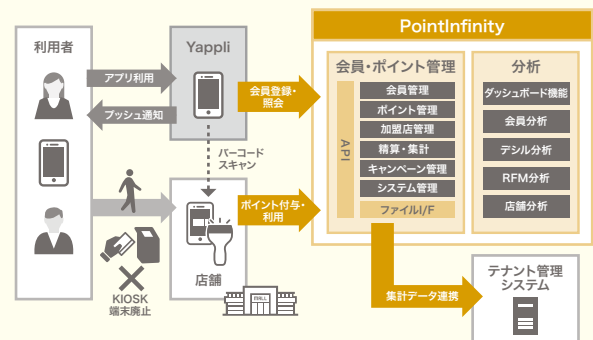
アプリへの切り替えにより、効果的なキャンペーンが打てるようになったとともにユーザーの利便性が向上した

分析機能により、日々のポイント運用状況を簡単に可視化でき、なおかつ高度な分析も可能になった

### SOLUTION

#### 会員・ポイント管理機能を備えたマーケティング統合型CRM

- 国内外のべ2億人が利用する会員・ポイント管理システムにデジタルマーケティング機能を統合
- Yappli(スマホアプリ開発・運用プラットフォーム)とのインターフェースを標準装備
- インセンティブポイント、ボーナスポイント、期間限定ポイントなどのキャンペーン管理に対応



# イオンモール株式会社(神戸ハーバーランドumie)様 INTERVIEW

神戸ハーバーランドumie  
営業・アプリ運用管理  
小池 紀志 氏

## 背景 カードでは効果的な販促ができなかった

神戸港に面した地区の再開発によって1992年に生まれた神戸ハーバーランド。その一角を占めるのが2013年にオープンした複合商業施設「神戸ハーバーランドumie」です。SOUTH MALL、NORTH MALL、MOSAICの3館からなる施設には約210のテナントが立ち並び、施設の管理と運営はイオンモール株式会社が担当しています。

umieはロイヤルティマーケティングのためのツールとしてumieメンバーズカードを発行してきました。累計54万人の会員向けにさまざまな販促活動を行っていましたが、時の経過とともに、当初は有効だった仕組みにもほころびが見えてきました。

「最大の問題は、お客様の消費者行動に合わせた販促を打てないことでした。該当する属性を持つお客様向けにキャンペーンを企画しても、告知が確実に届くとは限りません。長期間利用のない会員も少なくなく、効率に問題を感じていました」(小池氏)

さらに、開店から約10年が過ぎて、店舗の磁気カードリーダーと、お買い物券発行用のKIOSK端末が、ハードウェア保守切れの状態に陥っていました。これらの課題をクリアするには、スマートフォンアプリに切り替えるしかないといオンモールは考えました。

## 取り組み 大手で実績がある「PointInfinity」を採用

2021年2月に検討を開始。基本機能と既存の会員・ポイントは継承しつつ、umieメンバーズカードを廃止してスマホアプリに移行すると決めました。貯まったポイントは、お買い物券に交換する従来の方式から、店舗で支払いに使える方式へと転換する方針にしました。さらに、手軽かつリアルタイムに分析可能とすることで、マーケティング施策を立案しやすくし、スマホ向けのプッシュ配信とスマホアプリでのクーポン発行で集客力向上をねらいました。

その後は、ITベンダー3社から寄せられた提案を比較検討。最終的に「PointInfinity SaaS版+PointInfinity アナリティクスサービス」に株式会社ヤプリー製のスマホアプリ基盤である「Yappli」を組み合わせた日立ソリューションズの提案を採用することにしました。

「決め手は、大手共通ポイントでの実績があったことです。多数のテナントが入居するショッピングモールで、マルチテナントでの運用に対応できるのは『PointInfinity』だけだろうと確信しました。プレゼンでのスマホアプリによる実演にも説得力がありました」(小池氏)

SaaSの実装とシステム開発は2021年5月にスタートし、作業はすべてリモートで実施しました。既存データは、イオンモールが既存DBから抽出したものを日立ソリューションズが新システムに移行しています。

## 効果 集客力を高め、会計業務の効率化にも成功

新システムは、予定通りの2022年1月18日に稼働を開始しました。会員はumieアプリの会員情報画面を店舗スタッフに提示するだけで「ポイントを貯める」「ポイントを使う」ことが可能になりました。貯まったポイントをお買い物券に交換するためのKIOSK端末は廃止され、会員のポイント利用率向上につながっています。また、クーポンの利用はプッシュ配信で送られてきたものを店頭で提示するだけで、キャンペーン情報もumieアプリで会員がいつでもチェックできます。

「旧システムに比べて設定を素早く変更できるため、新システムでは毎月のようにキャンペーンを打てます。その結果、コロナ禍による影響が続く中でも、テナントからは『クーポン配布によって来店者数が増えた』との声が上がってきています。このほか、終業時にその日のお買い物券を集計する作業がなくなったので、イオンモールの会計担当者の業務も短縮できています」(小池氏)

会員向けの告知と問い合わせへの対応を2021年秋からきめ細かに行ってきたため、umieメンバーズカードからumieアプリへの切り替えは順調に進行しています。テナント側の作業で負担が増した要素はありませんが、新システムでのやり方に慣れていない店舗スタッフ向けの教育は継続して続けられています。

## 展望 精細なキャンペーンで販促を強めていく

umieアプリへの移行が無事に完了したことを受けて、イオンモールは販促を強化するための取り組みをスタートさせました。

その1つが、「ポイント倍付け」を任意の時間帯にできるようにすること。1日単位ではなく、来店客の行動に合わせて柔軟に実施することがねらいです。お買い上げキャンペーンについても、月単位ではなく、セール期間に合わせた1日単位で実施する見通しです。さらに、「PointInfinity アナリティクスサービス」を使った高度なマーケティング分析についても積極的に取り組んでいきます。

「日立ソリューションズのサポートがあったので約半年で移行できた、とても感謝しています。現場からの質問に誠意をもって対応してくれて、本当に助かりました。日立ソリューションズのSEはショッピングモール特有の業務を深く理解していましたし、プロジェクトマネージャーは状況に応じてスケジュールを柔軟に組み替えてくれました。新しくなった会員・ポイント管理を武器に販促をこれからさらに強化していくつもりです」(小池氏)

ショッピングモールのデジタルマーケティングを支える「PointInfinity」。日立ソリューションズはこれからも日本の小売現場をITで支援していきます。

※本事例の内容は取材時点(2022年8月)の情報です。※本文中の会社名、商品名は各社の商標、または登録商標です。※本文中および図中では、TMマーク、®マークは表記していません。※製品の仕様は、改良のため、予告なく変更する場合があります。※本製品を輸出される場合には、外国為替及び外国貿易法ならびに米国の輸出管理関連法規などの規制をご確認のうえ、必要な手続きをお取りください。なお、ご不明な場合は、当社担当営業にお問い合わせください。※本文中の情報は、事例作成時点のものです。

本事例のwebページはこちら

[www.hitachi-solutions.co.jp/pointinfinity/case05/](http://www.hitachi-solutions.co.jp/pointinfinity/case05/)

株式会社 日立ソリューションズ

[www.hitachi-solutions.co.jp](http://www.hitachi-solutions.co.jp)



本カタログ掲載商品・サービスの詳細情報

[www.hitachi-solutions.co.jp/pointinfinity/](http://www.hitachi-solutions.co.jp/pointinfinity/)

J22K-04-00

2022.11