| 導入事例 |

株式会社高島屋 様

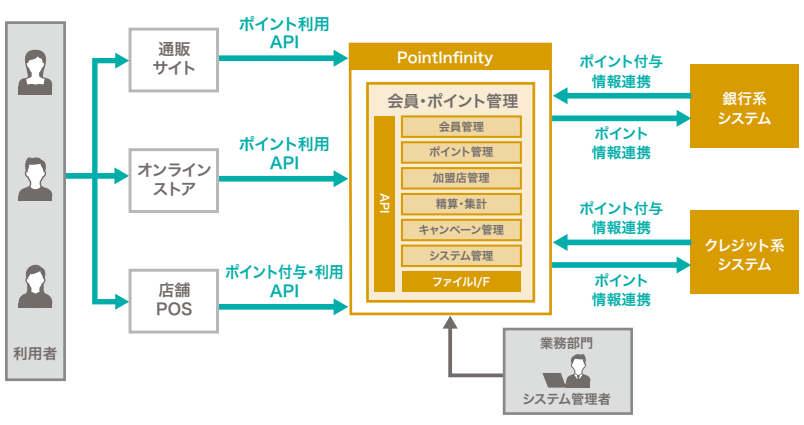
デジタルマーケティングソリューション ポイント管理システム
PointInfinity

フロントの変化に柔軟に対応できるポイント管理基盤を確立
デジタルを活用した顧客接点の拡大に期待

2025年4月、大手の老舗百貨店である株式会社高島屋は、タカシマヤ各種カードの利便性向上の観点から、ポイント制度をリニューアル。大きな変更点として、2,000ポイント単位でのご利用から1ポイント単位でご利用いただけるようになりました。同社のポイント制度に将来を見据えた柔軟性をもたらしたのは、日立ソリューションズが提供する「PointInfinity」です。導入を機にレガシーシステムからの脱却を図ることでさまざまな制約から解放。制度変更のみならず、さまざまな営業施策に速やかに対応できるポイント管理基盤を確立しました。

課 題	効 果
旧システムの老朽化と有識者不足により、運用面での制約やリスクへの懸念が増大している	クラウド上の新基盤への移行により、運用的制約・リスクを低減すると同時に、将来的な柔軟性が持てる環境を実現
ポイント制度の改正や営業施策の実施に際し、柔軟かつスピーディーな対応ができない	きめ細かなポイント管理機能を手に入れることで、さまざまな販促施策の展開が可能に
リアル店舗とオンラインショップとでポイントプログラムが分断されている	複数チャネルのポイントを共通化し、利便性に優れたノンストレスな顧客体験を創出

概要図



Takashimaya

所在地	大阪府大阪市中央区難波5丁目1番5号
設立	1919年8月20日
従業員数	単体6,643名、連結10,494名（2025年2月末現在）
事業内容	百貨店業、法人事業、通信販売事業、グループ事業
URL	https://www.takashimaya.co.jp/

株式会社 日立ソリューションズ

情報システム部
情報システム担当次長
今井 有麻 氏

営業企画部
営業企画担当次長
横山 良子 氏

背景 利便性向上をめざして約30年来の制度改革へ

百貨店事業を中心に、複数の事業基盤を持つ株式会社高島屋。あらゆる情報・サービス・商品を一気通貫でつなぎ、ストレスのない、感動していただける顧客体験の提供をめざす同社は、グループの各事業間連携を強化する取り組みを段階的に進めています。

その第一段階として、2025年4月にポイント制度を大きくリニューアルしました。同社が初めてポイント制度を導入したカードを発行したのは1996年。約30年来大きく変えることなく運用してきたポイント制度を振り返り、横山氏はこう説明します。

「導入当時より業界最高水準のポイント還元率を特長としていましたが、一方で、ご利用いただけるポイント単位が2,000ポイントという制約がありました。しかも、カードをキオスク端末に通し、ポイントをお買物券に交換してレジでお使いいただく仕組みを長年続けていました。この仕組みをデジタル化したのが2021年。会計時にカードでポイントを使えるようになったという意味では一つの転換点でしたが、使えるポイントは相変わらず2,000ポイント単位だったのです。デジタル化したことで、この制約がかえって目立ってしまい、お客さまから、「会計時に直接ポイントが使えるのになぜ1ポイント単位で使えないのか」といったご不満の声をいただくことが増えつつありました」

そこで同社は、ポイント制度を支えるシステムの更改タイミングを機に、利便性向上の観点から長年続けてきた利用ポイント単位の変更を含む制度変更に踏み切ることにしました。もともと旧システム特有の制約、老朽化や有識者不足に伴う運用面でのリスクを懸念していたこともあり、業界全体でポイントサービスが急速に普及するなか、競争力強化に向けた改革は待ったなしだったと言えます。旧来のシステムのままでは24時間利用可能となるサービスを提供することが難しいうえに、今回のような制度変更や今後の営業施策に柔軟に対応できないことは明らかでした。

取り組み 運用実績に基づく知見を生かして堅実に進行

同社は、レガシーシステムからの脱却と、将来的な柔軟性を見据え、実績重視でベンダーを選定。最終的に、ポイント管理システムで国内に数多くの導入事例を持つ日立ソリューションズの「PointInfinity」の採用を決めました。ポイント制度の柔軟な設計を可能にする「PointInfinity」によって、将来にわたりきめ細かなポイント管理を実現できることへの期待が決め手となりました。

とはいえ、同社にとって20年来の大がかりな改革です。ステークホルダーも多く、移行にあたり検討すべき事項は多岐にわたります。プロジェクトの推進にあたり、日立ソリューションズは、過去に大規模なポイント管理システム導入を経験したメンバーを中心にチームを編成。あらゆるノウハウを結集し、可能な限り対面での打ち合わせを重ね、プロジェクトを円滑に遂行することに力を注ぎました。

今井氏は、「日立ソリューションズは、ポイント管理システムに関する知見が豊富で、運用実績に基づく提案も的確でした。あらゆるリスクを想定し、タイトなスケジュールでも工夫してバッファ期間を持たせることやリハーサルを複数回実施することを推奨されるなど、慎重かつ堅実な姿勢を貫かれていたことも信頼感、安心感につながりました」と評価します。横山氏も、「こちらの要望に対し、たとえできないことであってもいったん持ち帰り、代替案を提示してくださるので、常に寄り添っていただいている感覚がありました」と補足します。

効果 1ポイント単位での利用が可能に

こうして同社は、2025年4月、タカシマヤ各種カードのポイント利用方法・特典の変更を実現。長年の課題だった2,000ポイント単位でのご利用から、1ポイント単位（1円単位）での利用が可能になり、利便性が大きく向上しました。リニューアル後のポイント制度についてお客さまからも好意的な声が届いており、その満足度の高さから、「PointInfinity」の導入を通して、顧客体験価値の向上という第一義的な目的は達成できたと言えます。

従来のポイント管理システムにかかっていたコストや管理工数に関するデータがなく、導入による削減効果を定量的に評価することはできないものの、「PointInfinity」へと移行したことで、旧システム上ではブラックボックスになっていた部分が可視化され、管理の手間が大きく軽減されたことは間違いありません。「今のところ大きな問題は発生していませんが、いざというときに以前のように原因究明から始める必要もなく、安心です」と今井氏は語ります。

展望 デジタルを活用した顧客接点の拡大に期待

ポイントサービスのデジタル化戦略を見据え一歩踏み出した同社。「百貨店の強みは、販売員との対面販売を通じて安心してお買物ができることであり、その中でお客さまとの関係を築いてきた歴史があります。しかし、社会環境、購買環境の変化もありますし、百貨店をご利用されるお客さまも多様化しています。今後も高島屋ならではの対面販売を通じた顧客体験価値を提供していくことに加え、デジタルを含めたコミュニケーションを深化させ、顧客満足度をさらに高めていくことが非常に重要だと考えています。その一環として、「PointInfinity」による施策は、デジタルを活用した顧客接点の拡大に貢献していくだろうと期待しています」と横山氏。

競争が熾烈化するポイント経済圏において、百貨店事業の活性化につながる次の一手も、数多くの販促施策を成功に導いてきた日立ソリューションズとともに協創していきます。

※本事例の内容は公開時点（2026年2月17日）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、®マークは表記しておりません。※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。

株式会社 日立ソリューションズ
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/

本事例のwebページはこちら
www.hitachi-solutions.co.jp/pointinfinity/case12/

J25S-07-00 | 2026.02