

処理速度は数十倍向上し、1億件以上のデータも数分で処理
QlikViewにより戦略的なデータの探索と活用が実現

“ 従来のツールでは、30分や1時間もかかっていたような
処理もQlikViewでは30秒ですらで処理が終了しますので、
単純にレスポンス比較してみても数十倍に向上しています ”

従来のツールはレスポンスと 操作性の問題で活用されず

コロニアスポーツウェアジャパンは、米国を代表するアパレル企業で、アウトドア・スポーツウェアメーカーとして世界最大規模を誇る「コロニア・スポーツウェア・カンパニー」の日本法人として1997年6月に設立されました。「アウトドア」「アクティブ」「オーセンティック」「アメリカン」「バリュー」の5つのキーワードをコンセプトに、登山やトレッキング、ウォータースポーツ、マウンテンバイク、フリークライミングなどのウェアやシューズ、グッズのマーケティングから販売を手がけています。同社は、直営店をはじめ、アウトレットショップ、フランチャイズ店などのリテイル店舗を全国展開。また、百貨店、大手スポーツ用品店のショップ内に「Shop in Shop」の形でホールセール（卸売）を幅広く展開しています。最近では、2012年3月3日に日本オリジナルにこだわった新しい形の直営店「コロニアスポーツウェア原宿店」が原宿・キャットストリートにオープンし、高い注目を集めています。

同社では、2002年頃に日本法人独自の販売管理システムを導入しました。同システムには、直営店の各店舗から集められる売上・返品・棚卸データのほか、卸売に関連する商品マスター・出荷・返品データ、百貨店からの売上・在庫・返品データといった様々なデータが蓄積されています。同社では、販売管理システムを導入するのと同じタイミングで、これらのデータの詳細分析や多次元分析を目的に、BIツールの導入を行いました。しかし、この際に導入したBIツールについて、営業本部 リテイル本部 リテイルMD マネージャーの西村修氏は次のように述べています。「以前に導入したBIツールは処理レスポンスをはじめとした使い勝手が悪く、ほとんど現場で使われていなかったのが実情でした。例え

株式会社コロニアスポーツウェアジャパン
管理本部 情報システム課
アシスタントマネージャー 長坂悟郎 氏

ば、販売データの分析処理を実行する場合、当社の商品数は万単位で存在し、1つのシーズンだけでも約5000種にのぼります。これらの商品マスターに加えて、直営店ほか、550店もの量販店などからのPOSデータを掛け合わせての分析となるとデータ量は膨大です。これらのデータを従来のツールで多次元分析した際には、データ量の多さから1時間近くも処理作業が続いた上に、フリーズしてしまうことも少なくありませんでした」また、管理本部 システム課 課長代理の長坂悟郎氏は、「前のツールを使いこなすには、データベースに関する知識や細かなチューニング作業が必要で、個々のユーザーの技能やノウハウに大きく左右されていました。そのためシステム部門でも現場がツールをどう活用しているのか、よく把握できていないのが実情でした。」こうした経緯もあり、販売分析のほとんどはExcelによる手作業で行われていました。ただし、このExcelでの作業も個人のリテラシーに依存せざるを得ません。システム部門のBI専任担当者は少数名のため、ユーザー部門へのサポートにも限界があり、負荷も大きかったと言います。

大量データの詳細分析を高速処理 するためQlikViewを採用

コロニアスポーツウェアジャパンでは、米国本社からの輸入商品のほか多くの日本独自の商品を企画・販売しています。2年ほど前から日本市場に向けた独自の商品開発やマーケティング強化を図っており、ウェアはもちろん、バックやシューズ、さらにウォッチなどのアクセサリ類を含めたトータルコーディネート提案を行っています。こうした戦略を展開する上では、店舗・チャネル・地域ごとの売れ筋の違い、その理由や、在庫量とその種類など、日々刻々と変わっていく

ソリューション

株式会社コロニアスポーツウェアジャパン

アウトドア・スポーツウェアメーカーとしては世界最大規模を誇るコロニア・スポーツウェアの日本法人。

業種

アパレル

地域

日本
直営店/30店
百貨店88店、量販店550店などにホールセールを展開

利用者

営業部門のマネージャー、アパレルMD（マーチャンダイザー）を中心に15名。

課題

以前以前に導入したBIツールはレスポンス、操作性などで使い勝手が悪く、ほとんど使用されず。そこで売上分析をExcelで手動処理していたが、個人の技能に依存するため活用には差があった。

対策

インメモリ技術による高いレスポンス、ユーザー視点に立った容易な操作性を評価してQlikViewを導入

効果

分析処理のレスポンスを従来ツールと比較すると数十倍に向上した。Excelにより人手で分析していた処理も自動化され、多くの分析軸で行える。営業会議でもより戦略的な議論が可能になった。

データソースとシステム

Excel/Microsoft Windows Server

QlikTechパートナー

SCSK株式会社

SCSK
SCSK株式会社

 **Columbia**

データを高速処理し、見たい時に即座に参照できることが重要です。しかし、その集計・分析に多くの手間と時間がかかるようでは、ビジネスチャンスを逃してしまいます。

「特に、量販店からのデータは販売チャネルごとにデータフォーマットが異なるため、そのままでは利用できません。手作業の集計では、当然ながら限界があります。そこで使い勝手がよく、大量のデータ処理にも高速なレスポンスで詳細な分析が行えるBIツールの導入を検討することに至ったわけです」と西村氏は振り返ります。

2009年に開始した次期BIツール選定の経緯について、長坂氏は次のように解説します。

「候補としてあがった製品は、以前から使っているツールの新版などを含め4製品ほどです。その中の一つがSCSKさんから提案されたQlikViewでした。当社からは、前述の要件のほか、データベースに関する知識がなくとも活用できること、ユーザーが操作に慣れているExcelと同じ感覚で使えること、あるいはそのままExcelをフロントに活用でき、また異なるデータを自動でマージできることなどを要望しました。テスト環境の評価では、QlikViewのレスポンスは圧倒的でした。実際のユーザー部門である営業部門のマネージャーたちにも広く意見を聞いた結果、QlikViewの直観的で分かりやすいインタフェースも高く評価されました。」

同社では、以前に本社と店舗間を結ぶネットワークの再構築をSCSKに依頼しており、その際の対応でSCSKに対して高い信頼を置いていました。今回のケースでも、「データのマージを含めてベストのソリューションを提案してくれました」と長坂氏は述べています。

同社では、2010年春より具体的な製品選定の作業を進め、2-3カ月のテスト期間を経て、2010年末に新システムがカットオーバーしました。



営業本部 リテイル本部
リテイルMD マネージャー
西村修 氏

管理本部 情報システム課
アシスタントマネージャー
長坂悟郎 氏

処理速度は数十倍に向上し 戦略的なデータ探索と活用が実現

QlikView現在、同社では各リテイル店舗から集められる売上・返品・棚卸などの各データをはじめ、百貨店48店、量販店約550店についてのデータをQlikViewによって自由な切り口で分析しています。従来、量販店などのデータの集計・分析は人手に頼っていたことと比較すると、現在はダイレクトに取り込んで自動的に分析できるようになり、大幅な省力化と高速化が実現しています。長坂氏は、「現状では、売り上げベース全体の8割近くを分析対象としています。従来ツールでは、30分から1時間もかかっていたような処理もQlikViewでは30秒足らずで処理が終了しますから、単純にレスポンスを比較しても数十倍に向上しています。現行、16GBメモリーで1億件以上のデータも数分で処理が可能になっていますから、イ

ンメモリ技術によるレスポンスの高さにはとても満足しています。

西村氏も、「実際にツールを活用するメンバーがQlikViewシステムの構築に参加したことで、本当に使い勝手がよく、現場に活用されるBIツールになっています。営業会議でも、分析結果に基づく共通視点を持つことで戦略的なデータ探索と活用が実現し、的確なアクションプランを議論できるようになりました。今後は、SFAの一環として、配布しているノートPCを使ったリモート環境での活用も検討しています。また、現状では品番（商品番号）レベルに留まっている販売分析を、SKU（Stock Keeping Unit=単品コード）にまで拡大し、同じアイテムでも、カラーやサイズの違いによる販売傾向や分布を詳細に把握して、来期以降の商品企画・開発などにもフィードバックしていきたいです」と語ります。

“

総合アウトドア・スポーツウェアメーカーとして、
登山、フィッシング、スキー、スノーボード、ハンティングなど
各種分野に、自社で規定した厳しい品質基準のもと、
革新的でスタイリッシュなデザインの製品を展開

”

