

# 株式会社サンリブ 様

## チャージ機能付き現金ポイントカードシステム導入事例 スーパーマーケットにおける顧客の囲い込みと精緻な販促をめざす

キーワード カードシステム | 情報分析 | ID-POS | One to One マーケティング |

福岡、佐賀、山口、広島のエリアで、スーパーマーケットを展開する株式会社サンリブ様(以下、同社)。同社は、より個々のニーズにマッチした販促を行うため、新たなチャージ機能付き現金ポイントカードシステムを導入することにしました。長年同社のパートナーとしてシステム構築をサポートしてきた富士通マーケティングは、カードシステムに豊富な実績のある富士通FIPと共に、同社のカードシステムを構築。今回は、システム導入に至るまでの経緯から効果、今後の展開までを、株式会社サンリブ 代表取締役社長 佐藤秀晴氏、販促企画部 部長 野見山秀俊氏、情報システム課 課長 山田剛氏にお話を伺いました。

### 導入の背景

精度の高い販促実現のため  
精緻な顧客情報が取得できる  
新たなポイントカードを検討



同社の販売エリアは、全国チェーンのスーパーマーケットが多く出店するだけでなく、ディス

カウンタも多い、スーパーにとって激戦区です。そのなかにあって、同社は地域で愛される店舗であり続けるために、独自性のある品揃えや店舗運営、生活者に喜ばれる付加価値の高い生活提案などを進めてきました。その実現のためには、より詳細な顧客情報が必要です。そこで、同社は十数年前からクレジット機能付き現金ポイントカード「くらしらくカード」を展開。販売情報の収集や分析を積み重ねてきました。

しかし、クレジット機能がついているため単なるポイントカードに比べると登録に手間がかかり、年配者の中にはクレジットを嫌がる人もいて、保有者が来店者のうち40%程度にとどまっていた。

そこで、新たに現金ポイントカードを導入することにしました。顧客の購買情報を分析することで、必要な人に、必要なタイミングで、適切な販促情報を提供し、来店や購買を促すことのできる、これまで以上に進んだ仕組み



(株)サンリブ 代表取締役社長 佐藤 秀晴氏

づくりに着手しました。「お客様一人ひとりにフォーカスした販促を行うためには、来店者に対して保有者が70~80%くらいの構成比にならないと難しい。そこで、時代のニーズに合わせ、クレジット機能のないチャージ機能付き現金ポイントカードにシフトすることにしました。」(佐藤氏)

### 導入の経緯

優れた機能と豊富な実績、  
業務を熟知したサポート力、  
堅牢なデータセンターなどを評価

同社が新しいポイントカードシステムの導入を本格的に検討し始めたのは、2012年秋口のこと。数社に提案を依頼し、その後2社に絞られ、13年3月に富士通マーケティングと富士通FIPによる富士通グループの提案が採用されました。なお、今回は富士通マーケティングが営業フロントとプロジェクトマネジメントを行い、システム構築は富士通FIPが担当しました。

同社が富士通グループを選んだのは、20年以上の付き合いがある富士通マーケティングが同社の業務を熟知していること、富士通FIPが提供するサービスは電子マネーとポイントを統合管理でき、購入時だけでなくチャージをする際にもポイントが付くなど同社が実現したいサービスを可能にする基盤が揃っていること、さらにはシステムを運用する富士通FIPのデータセンターが堅牢でセキュリティが高く、大切な顧客情報を安心して預けられると判断したからです。

「従来のクレジット機能付きカードは提携カードだったので、自社でカードを発行するシステムは未経験でした。そのため、導入実績が多く、

富士通FIPがカードシステムに関して経験豊富であることは重要な要因でした。また、富士通マーケティングは当社の業務をよく知っているため運用面でのサポートも期待できると思いました。」(山田氏)



(株)サンリブ システム課課長 山田 剛氏

システム構築にあたっては、各部門の代表者を集めた分科会や検討会を実施。さまざまな意見を聞き取り、取捨選択しながら要件を詰めていきました。その会議のほとんどに富士通グループも参加。さまざまな質問に対し、過去事例で得た知見やノウハウを提供し、より良いシステムにすべく、一緒に知恵を絞りました。

今回の開発は、決定からサービス開始まで約8カ月と、短期間で開発を実施しています。「富士通グループの協力のもと、短期間で構築できました。感謝しています。」(野見山氏)

### 導入の効果

レジの待ち時間減少や  
ロイヤルカスタマーの  
掘り起こしを実現

新しいチャージ機能付き現金ポイントカード「masaca!!」の発行・管理システムは、13年11月に利用を開始しています。開始から約半年を経過した月末時点での会員構成比は、「くらしらくカード」と合わせて既に60%に到達しています。ポイントに関しては、「masaca!!」と「くらしらくカード」を一括して管理しています。同社としては、今後全てのお客様にカードホルダーになって

頂きたい考えで、カードの提示で値引きをする日  
を設けるなど、販促強化策を実施しています。

新たなカードは一般の「masaca!!」カードと、  
60歳以上向けの「masaca!!α」の2種類を発行  
し、「masaca!!α」については特定の日にチャージ  
すれば、チャージにもポイントを付与するなどの  
特典を付けています。「消費税が8%になり、以前  
にもまして小銭が必要となったこともあって、  
小銭の支払いにも便利なためシニアのお客様の  
チャージリピート率は予想以上に高率です。チャージ  
額に至っては、一般カードよりも約1,000円も高く  
なっています。年金で暮らす高齢者が年金支給日に  
まとめてチャージされるという  
のはある程度想像はしていま  
したが、ここまで差がつくとは  
ちょっと驚きました。ロイヤル  
カスタマーの掘り起こしにつな  
がっています」(野見山氏)



(株)サンリブ  
販促企画部部長

「くらしらくカード」の長年の  
実績があるため、店舗対応に

関しては大きな問題もなくスムーズに導入できま  
した。「masaca!!」利用者が増えるにつれ、電子  
マネー利用者も増え、レジでの待ち時間が減った  
と、顧客にもスタッフにも好評です。

なお、2014年3月からは、おつりをチャージ  
できる機能も付加され、より便利になっています。

将来の展望

グループ展開や情報分析を進め、  
より付加価値の高いカードへと  
挑戦を続ける

現在順調に会員数を増やしている「masaca!!」  
ですが、的確な販促を行うためには、さらなる会員  
増が必須なため、当面は会員獲得に注力する考え  
です。2014年秋には、同社のグループ会社で、大分・  
熊本・宮崎で多くの店舗を持つスーパーマーケット  
「マルショク」でも「masaca!!」カードを展開する  
予定です。両社で使えるようになれば、定期的な  
ポイント倍セールや、単品ポイントなど、より多彩な  
販促セールが展開できるようになります。

そして今後重要になってくるのがデータ分析  
です。同社の店舗には、生鮮食品を中心にテナント  
が多く、そこでのデータ活用が今後の課題です。  
「精度の高い品揃えをするため、今後テナントにも  
時間帯別の単品ごとの売り上げなどを開示して  
いく必要があります。その際問題になるのが、同一  
カテゴリーで複数のテナントがいるということ  
です。必要なデータを振り分けて提供するために、  
どういう風にコード番号を持つべきかなど考えな  
ければいけないことがいろいろある。その辺も  
富士通グループに協力をお願いしたい」(佐藤氏)

さらに、同社はスマートフォンと連携させカード  
に来店ポイントをつけたり、地域の商店街と共同  
で利用できるようにするなど、さまざまな将来  
構想があり、ひとつずつ実現することで、さらなる  
付加価値の向上を目指します。これらの施策を  
着実に実現し、地域の人びとにより一層愛される  
スーパーとなるため、富士通グループは時流を  
捉えた的確な提案を求められています。

担当営業の声



富士通エフ・アイ・ピー株式会社  
九州支社 第二営業部  
中下量 (なかしたりょう)

今回は、システムの提供だけではなく、他社事例や  
運用提案などどちらかという資料として残って  
ないノウハウの部分も、新しく資料として起こ  
して提案させていただいたことが多く、そこは  
苦労しました。

スマートフォンと連携した販促や、お客様の嗜好  
に合わせた販促を行える分析のツールに関しても  
当社にはノウハウがありますので、これからも  
システム提供だけではない、的確なご提案を  
行っていきます。

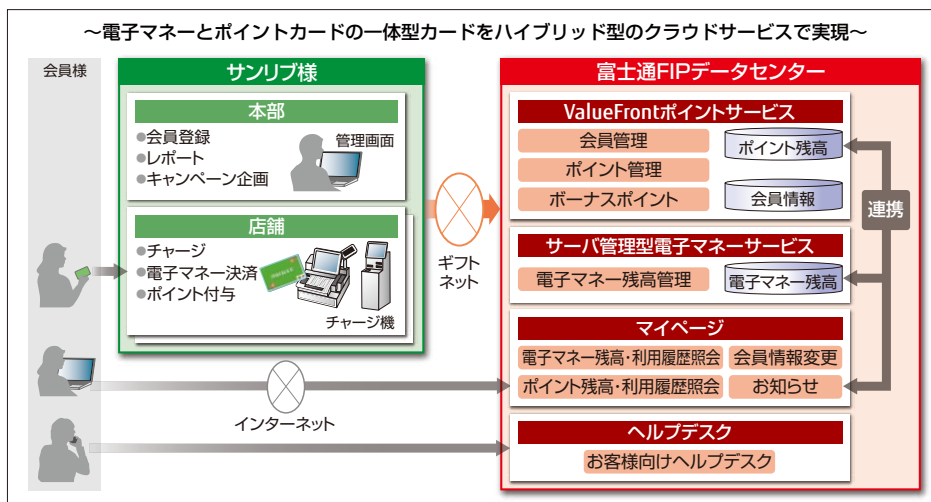
担当SEの声



富士通エフ・アイ・ピー株式会社  
SaaSシステム部  
横手 智和 (よこてともかず)

当社には、電子マネー、ポイントとも実績もノウ  
ハウもありましたので、それらを組み合わせて、  
サンリブ様のご要望に合わせた、販促機能など  
を開発させていただきました。

今後システムをご利用いただくなかで、ご要望  
にあわせた対応を行うと共に、こちらからも他  
のお客様事例や新しいサービスなどをご紹介し、  
よりよいサービスになるようお手伝いをさせて  
いただきます。



お客様情報



株式会社サンリブ  
http://www.sunlive.co.jp/

所在地 福岡県北九州市小倉南区上葛原2-14-1  
代表取締役社長 佐藤 秀晴  
設立 1955年9月15日  
資本金 7億円  
従業員数 3,819名  
事業内容 スーパーマーケット、ショッピングモールの展開・運営

©本カタログに記載されている会社名、商品名は、各社の商標または登録商標です。  
本カタログに記載されているシステム名、製品名などには必ずしも商標表示 (TM, ®) を付記していません。  
©本カタログに記載の内容は2014年9月現在のものです。内容は予告なく変更することがありますので、あらかじめご了承ください。

お問い合わせ先

富士通エフ・アイ・ピー株式会社

九州支社 〒812-0016 福岡県福岡市博多区博多駅南2-1-9 ヤマエ博多駅南ビル TEL(092)473-6361

http://jp.fujitsu.com/fip/