

# 導入事例 Case Study

スマートカタログでお客様に提示するカタログの一元管理・共有を実現  
少ない訪問回数で成約が可能に



老舗百貨店の「大丸」と「松坂屋」が2010年の合併により誕生した株式会社大丸松坂屋百貨店(以下、大丸松坂屋)。「時代の変化に即応した高質な商品・サービスを提供し、お客様の期待を超えるご満足の実現を目指す」を企業理念に掲げる同社では、2013年に外商担当者の営業力を強化するためにソフトバンクテレコムの「ホワイトクラウド ビジューモール スマートカタログ」を導入しました。外商部は百貨店のお得意様宅を訪問して商品販売する部署です。お客様に提示するカタログを電子化することで商談が円滑になり、少ない訪問回数で成約が可能になりました。また、資料の一元管理・共有が可能になったことで、手間をかけずに最新版のカタログを外商担当者が所持できるようになりました。今後は、動画や音声を盛り込んだマルチメディアの提案資料を使って、お客様の興味・関心を引くカタログコンテンツの品質向上を目指しています。



## 課題と効果



本社 お得意様営業統括部  
お得意様営業企画部  
吉川 龍一 氏



本社 お得意様営業統括部  
お得意様営業企画部  
石橋 春奈 氏

**課題** 数多くのカタログから外商担当者が選択したものだけをお客様宅へ持参していたため、手元のカタログに掲載されていない商品が話題になった場合はすぐに提案できず再訪する必要がありました。

**効果** 「ホワイトクラウド ビジューモール スマートカタログ」ならすべてのカタログを保存できるので、訪問先でどの話題が出てもその場で提案が可能になりました。さらに動画や画像、音声などを活用したカタログ作成も可能なので、効果的な商品説明が可能になりました。

**課題** 外商用の商品カタログは、特別商品や限定品も多くあるため訂正や差し替えが頻繁に起こり、資料の管理・更新作業が負担になっていました。また外商担当者が間違いなく最新版を持参できるよう苦心していました。

**効果** 「ホワイトクラウド ビジューモール スマートカタログ」なら、資料の登録と編集権限を管理者側で一括して管理でき、カタログの差し替えもスピーディに行えます。外商担当者全員が同じ情報資産を共有できるので、確実に最新のカタログをお客様に提示できて安心です。



首都圏お得意様営業部  
第1営業担当  
谷田部 一浩 氏

## 導入の背景 ●●●●●▶ 外商業務へのタブレット端末導入にともない、カタログ作成の効率化に着手

「新しい百貨店ビジネスモデル」の構築に向け、柔軟な発想でチャレンジを続けている大丸松坂屋。市場変化への対応力強化に基づく、競争力・成長力の向上に加え、資産の有効活用など経営効率の向上に取り組んでいます。同社は、時代の流れに対応してITツール導入による業務効率化を検討していました。「お得意様宅を訪問し直接お客様と取引する外商担当者にタブレット端末を配布し、従来からの課題であった外出先での業務効率化と、個人のスキルに依存した営業手法の改善に取り組みました」と吉川 龍一氏は

話します。

その一環として、外商担当者がお客様宅へ持参するカタログの作成・管理の効率化がありました。外商用カタログは種類が豊富にあり、持ち運ぶ外商担当者も作成・管理を担当する店舗社員も苦心していました。「特別限定商品も多く、外相担当者が常に間違いなく最新のチラシを持参できるように管理することは至難の業でした」(吉川氏)。

## 選択のポイント……▶コンテンツ作成が手軽に行える機能性と管理のしやすさが決め手

これらの課題を解決するために同社が導入を決めたのがソフトバンクテレコム「ホワイトクラウド ビジュアルモール スマートカタログ」(以下、スマートカタログ)です。事務所に山のように積まれていた外商顧客用のカタログチラシを電子化してタブレット端末から閲覧可能にし、外商担当者の営業力強化に役立てています。

まず評価したのがコンテンツ作成が容易な点です。「『スマートカタログ』は、既存のMicrosoft Officeソフトで作成したファイルをクラウドにアップロードするだけで、自動的に表示崩れのない最適なPDFファイルに変換してくれるため、電子カタログが手軽に作成でき、重宝しています」と石橋氏は話します。

変換後のPDFファイルにはクラウド上で自在に動画や音声、Webサイトへのリンク追加などの編集が行えるため「紙のカタログでは実現できなかった、動画や音声を使った魅力的なカタログを作成し、営業支援につなげていきたい」と石橋氏は話します。

また管理性の高さも評価しました。「登録や編集の権限を細かく設定できるうえ、利用者ごとにダウンロード日時や閲覧時間などのログを取得できます。『誰が、どの資料を、何回見たか』まで把握でき、カタログを作成する際の分析にも活用できると考えました」(石橋氏)。

## 導入の概要と効果……▶全カタログを持参できるので、より顧客満足度の高い商談が可能に

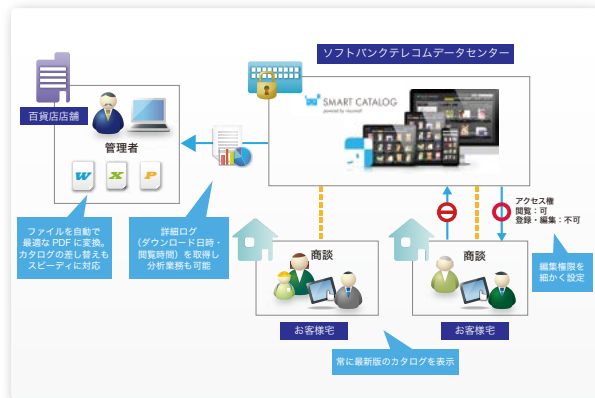
現在、同社では外商担当者約580名が「スマートカタログ」を利用しています。既存の紙チラシをすべてタブレット端末1台で持ち運べることで、業務効率化を実感していると外商担当の谷田部一浩氏は評価します。「以前は、商談の際にお客様のご要望のお品があっても、チラシを持参できていないため、その場ではご提案できず、後日再訪することがよくありました」。導入後はお客様との会話の中で興味を引くものがあれば、その場ですぐに「スマートカタログ」からチラシを提示できるようになりました。「カタログの画像が紙よりもきれいで見栄えが良く、細かい部分まで拡大してご確認できるため、お客様にも大変好評です。1回の訪問で商品購買につながるが増えたと実感しています」(谷田部氏)

さらに、カタログの管理・更新を一元化できるので、担当者の業

務負担を軽減した点も大きな効果だと石橋氏は話します。「外商用の紙カタログは、非常に種類が多く限定商品なども多いため、作成や差し替え、管理に非常に手間がかかっていました。事務所に積まれている紙カタログを最新の状態で準備しておくことに苦心していました。『スマートカタログ』なら、商品の情報変更や、販売停止などがあっても、管理者が一括して資料の登録と編集、削除が可能です。リアルタイムで情報を一括更新できるので、外商担当は確実に最新カタログでお客様にご案内できるので安心です」。また、通常の紙カタログはテナント側からの細かいチェックや承認が必要なので、作成には手間と時間が掛かっていましたが、「タブレット端末上でご覧いただく電子カタログなら掲載が可能な商品も多数あり、作成が手軽になりました」(石橋氏)。

### 導入したサービス

「ホワイトクラウド ビジュアルモール スマートカタログ」は、PDF化したコンテンツをクラウド上で一括共有・管理できるクラウドサービス。Microsoft Officeファイルや既存のPDFファイルをクラウド上にアップロードすると、自動的に表示崩れのない最適なPDFドキュメントに変換。タブレット端末やスマートフォン、PCなどさまざまなデバイスから閲覧できます。しかも、変換後のPDFには、クラウド上で動画や画像、音声の埋め込み、テキスト修正などの編集を行うことが可能。訴求力の高い提案資料を容易に作成できます。サービスには、登録されていないデバイスからのログインはできないほか、閲覧や編集などの権限管理も可能。通信はSSL通信プロトコルで暗号化されており、セキュリティ面でも安心です。



## 今後の展開……▶コンテンツスキルの向上で動画や音声を駆使した効果的な営業ツール導入へ

同社では、コンテンツの作成・管理は店舗ごとの担当者が行っています。「各店舗でかなりの数のカタログをアップロードしていますが、まだ導入して数か月なので、既存のカタログをPDF化して載せたものが多い」と石橋氏は話します。今後は、さらなるステップアッ

プが課題です。「すでに動画を取り込んだカタログを展開している店舗もありますが、そういったノウハウを店舗間で共有して全体として魅力のあるコンテンツを増やし、営業力強化につなげていく方向です」。

## 株式会社大丸松坂屋百貨店

本社：東京都江東区木場二丁目18番11号

設立：2010年(平成22年)3月1日

資本金：100億円

売上高：6,782億円(2014年度2月期)

従業員数：2,829名(有期社員含む：2014年2月時点)

事業概要：百貨店は札幌、東京、静岡、名古屋、京都、大阪、博多など全国主要都市に19店舗(\*)を展開し、グループ全売上高に占める割合はおよそ66%となっています。百貨店以外では2012年下期からは新たに「パルコ事業」が連結グループとして加わったほか、卸売事業、クレジット事業、建装事業などを展開しています。(\*)鳥取大丸(非連結)を含む

URL：<http://www.daimaru-matsuzakaya.com/index.html>



大丸東京店

※パンフレット記載内容は、2014年9月現在のものです。