

導入事例 Case Study

店舗改装を機に集客力を高めるため 「クイックサイネージ」を選択、簡単な操作で運用負荷を最小限に



デザイン重視のアパレル業界の中で「機能性を売る」をコンセプトに、レディス用ストレッチパンツの専門メーカーとして業績を拡大させている株式会社バリュープランニング(以下、バリュープランニング)は、2013年にメンズ用ストレッチパンツ事業にも進出しました。メンズショップ第1号店をリニューアルする際に、クラウド上でのコンテンツ管理が可能なデジタルサイネージ・ソリューション「ホワイトクラウド ビジュアルモール クイックサイネージ」(以下、クイックサイネージ)を導入し、店舗の集客力を強化しています。



Value Planning

課題と効果



株式会社 バリュープランニング
マネジメント部
システム管理課 次長
三室 俊介 氏

課題 一般的なデジタルサイネージ製品は操作が複雑で、店舗・本部のスタッフが使いこなすのには操作が複雑でした。

効果 「クイックサイネージ」なら店舗スタッフは電源をオンにするだけ。コンテンツ管理も本部でクラウドにアップロードするだけで簡単に行えます。



株式会社 バリュープランニング
広報PR
境 祥子 氏

課題 多くの小売店に普及しているデジタルサイネージ製品は、初期費用が高額なためスモールスタートに適しませんでした。

効果 一般的なデジタルサイネージ製品に比べ「クイックサイネージ」は初期費用や月額料金が低額で、1店舗から試験導入することができました。

課題 従来の紙ポスターでは訴求力が弱いうえ、タイムリーに情報更新するための本部でのポスター制作・郵送といった業務の負荷も高まっていました。

効果 複数の商品をお客様が閲覧でき、訴求力が向上。さらに紙ポスターでは不可能だったタイムリーな情報更新も本部のPCから操作することで容易に実現できるようになりました。

導入の背景 ●●●●● 通行人に向けた訴求力あるアイキャッチを模索

レディス向けストレッチパンツ専門ブランド「B-Three(ピースリー)」を全国展開するバリュープランニングは2013年にメンズ向けストレッチパンツをリリース、神戸三宮にメンズショップ第1号店をオープンしました。当初はレディスショップと同じ内装でしたが、顧客からの意見などを取り入れワインセラーをイメージした「パンツセラー」をコンセプトに、1年半後店舗デザインを刷新しました。

「デザイン性よりも伸縮性や肌触りを重視した当社製品を体験していただく場として、素材にこだわり大切に熟成されたワインを味わうような上質な空間を目指し、少し照明を落としたシックな雰囲気のお店としています」と語るのは広報PRに携わる境 祥子氏です。独創的な販売戦略で知られる同社では、従来利用していた紙ポスターをやめ、通行人への訴求力を高めるデジタルサイネージの導入を決めました。

選択のポイント……▶ 操作性の良さでソフトバンクテレコムの「クイックサイネージ」

デジタルサイネージ製品の導入を担当したシステム管理課の三室俊介氏は、小売業界で多くの店舗に導入されている他社製品の採用を見送った理由を次のように語ります。

「当初検討していた製品は大型ディスプレイに組み込まれたWindowsのOSを起動させ、複雑な操作手順を踏んで画面をサイネージコンテンツに切り替えるタイプでした。PCに慣れている人ならば難しい操作ではないかもしれませんが、店舗スタッフの中にはデジタル機器の操作に不慣れな人もいます。また、本部からコンテンツを配信するためのアプリケーションは別途用意する必要があり、いずれのアプリケーションも使いやすいものではありませんでした。1店舗へ試験導入するには初期コストがかかることもネックでした」

以前からソフトバンクテレコムの固定電話サービス「おとくライン」

やタブレット端末を導入していた経緯から、三室氏は2014年開催の「SoftBank World*」に参加し、会場で偶然クラウド型のデジタルサイネージ・ソリューション「クイックサイネージ」に出会います。

「早速担当者に説明を聞いたところ、当社で以前利用していた『ビジュアルモール スマートカタログ』と同様の簡単な操作で運用管理ができる製品だと分かり、まさに探していたのはこれだと思いました。コンテンツの差し替えはPCからクラウドにアップロードするだけで行え、HTMLの知識は不要です。店舗スタッフはディスプレイとタブレット端末の電源を入れるだけで自動的にコンテンツが表示されるので、お客様への対応に専念できます」と三室氏は採用理由を述べます。

*ソフトバンクグループが開催している法人顧客向けイベント。協賛パートナーや導入企業によるセッション、展示などでソフトバンクグループの商材を紹介する。

導入の概要と効果……▶ デジタルサイネージで集客力が大きく向上

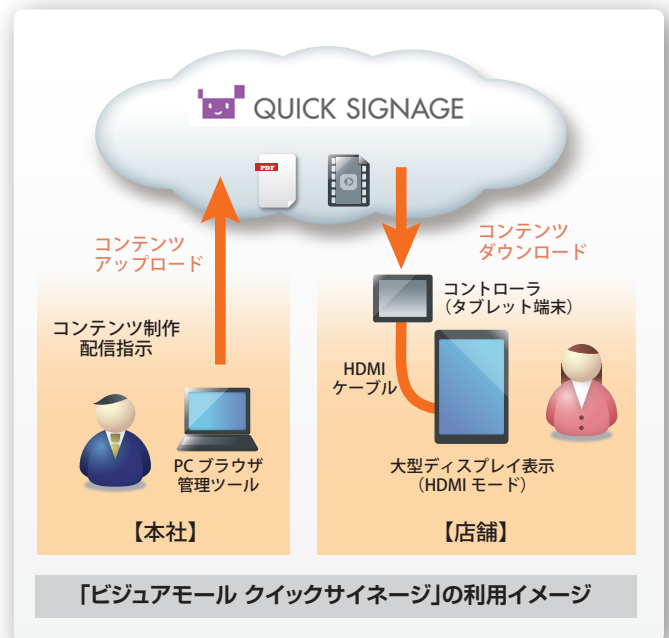
「クイックサイネージ」を導入した神戸市三宮センター街の店舗では、椅子に腰かけたマネキンがディスプレイを体の前に掲げているユニークな演出で通行人の目を引いています。ディスプレイを三脚に立て掛けるか壁面に設置することの多い一般的なデジタルサイネージとは一線を画しているせいか、「クイックサイネージ」の導入後は「何のお店だろう?」と不思議に思っただけで入店されるお客様が増えたといいます。

販促部や店舗担当者がコンテンツを制作し、それをシステム管理担当者が「クイックサイネージ」のクラウドストレージにアップロードします。PCの管理画面から直感的な操作でコンテンツの差し替えやタイムテーブルの設定が可能で、管理者側にも特別な知識は必要ありません。現時点では1店舗のみの導入ですが、今後全国の店舗に拡大した際には、紙ポスターのように店舗スタッフによる差し替え忘れといった人的ミスがなくなり、全店舗で共通化されたサイネージを展開できるようになります。

導入したサービス

「ビジュアルモール クイックサイネージ」はデジタルサイネージのコンテンツ配信管理をクラウド化することにより、複数ディスプレイの一括管理やグループ単位でのコンテンツ配信管理を容易にするソリューションです。タブレット端末をデジタルサイネージとして活用できるので低コストで導入でき、タブレット端末から大型ディスプレイへ映像分配表示も可能です。従来のデジタルサイネージ専用機と比較して、導入費用と運用費用の大幅なコスト低減を実現しています。さらにマルチメディアを活用した訴求力の高いデジタルサイネージにも対応しています。

「導入コストを低く抑えてスモールスタートできるのも『クイックサイネージ』の魅力です」と語る三室氏。初期費用およびランニング費用を合わせ、一般的なデジタルサイネージ製品の半額程度のコストで導入できたといいます。



今後の展開……▶ レディス店にも「クイックサイネージ」を展開

「クイックサイネージ」の導入からまだ3ヵ月ほどですが、アイキャッチ効果や運用管理の容易さは期待通りだったと三室氏は評価しています。今後はディスプレイをマルチビジョン的に並べた状態で動画再生するなど、新しいサイネージ活用を構想しているといいます。また時期をみてレディス店にも「クイックサイネージ」を導入する構想もあり、同社ならではの「ユニークなサイネージを投入する」とのことです。

「ソフトバンクテレコムの担当者は、サービス単独を販売する営業とは違い、常に新しい提案をしてくれます。ソフトバンクグループも常に新しいことに挑戦しているので、展示会などには極力参加して新しいアイデアを吸収しています。パーソナルロボット『Pepper』の法人向け販売が始まったらすぐに購入する予定です」と三室氏。アパレル業界の常識にとらわれない同社の動きから目を離せません。

株式会社 バリュープランニング

本社：兵庫県神戸市中央区坂口通7丁目2-17

設立：1994年6月9日

資本金：3億円

従業員数：本社85名、グループ総数1072名

事業概要：自社開発した360度ストレッチ素材を使ったレディス用ストレッチパンツ専門店「B-Three (ピースリー)」を全国に店舗展開する。メンズ用ストレッチパンツ専門店を2013年にオープンさせたほか、香港・台湾・シンガポールにも出店。パンツ道を極めるオンリーワン企業として世界のリーディングカンパニーを目指している。

URL：<http://www.valueplanning.co.jp/>



※パンフレット記載内容は、2015年1月現在のものです。