

株式会社ファンケル 様



Customer Profile

なにげない感動をずっと。

FANCL

株式会社ファンケル

所在地：〒231-8528 横浜市中区山下町89-1

設立：1981年8月18日

事業内容：化粧品・健康食品の研究開発、製造および販売

URL：https://www.fancl.jp/



株式会社ファンケル
グループIT本部
情報システム部
部長
長谷川 敬晃 氏



株式会社ファンケル
グループIT本部
情報システム部
コーポレートシステムグループ
課長
情報処理安全確保支援士
池森 正記 氏

顧客の姿を立体的に理解するためのデータ基盤へ。 システム構築からユーザーの成功事例づくりまでを JSOLが伴走して支援

課題

- 多種多様な販路で蓄積された顧客データをさらに活用していきたい
- 購買データだけを起点に分析するやり方では、顧客の潜在的なニーズを含めた理解が難しい

解決

- Oracle Exadata Cloud Service 導入によるデータベース基盤のクラウド化と、MA との連携を実現

効果

- ECサイトへのアクセス履歴や購買履歴などを組み合わせることで、生きたデータ活用が可能に
- 「お悩みDB」などの活用により、顧客が持つ潜在的ニーズの発掘に成功
- JSOLと共に、データ活用による成功事例づくりを実践。ビジネス上のメリットをアピールし、データ活用を大きく促進

D2C (Direct to Consumer) を中心に事業を発展させてきたファンケルでは、ECサイトや実店舗など販路拡大に伴い、データ分析の見直しが迫られていた。そこでデータ基盤の刷新を任されたJSOLは、システム構築はもちろん、データ分析やMAの活用、現場ユーザーの成功事例づくりまで伴走しながら支援した。

ケルの無添加化粧品です。1990年代には高品質のサプリメントを低価格で発売し、『健康食品は高価なもの』というイメージの払拭に尽力しました。今は化粧品、サプリメントを中心に事業を展開しています」(長谷川氏)

顧客を深く理解するため、 データ基盤の刷新に着手

顧客に直接商品を販売するD2C事業を中心としてきたファンケルでは、膨大な顧客データを有しており、サービスの拡充と事業拡大に役立ててきた。しかしそれまで活用してきたデータモデルは2000年初頭に作られたものだった。「買った/買わない」という購買を起点としたデータモデルであり、「購入をためらったケース」などは見過ごされてしまうという課題を抱えていた。「ご購入の有無にかかわらず、お客さまの全体像を立体的に、360度から捉えて理解するためのデータにしたいと考えていました。また近年は市場の

社会問題の解決に挑みながら 美と健康を促進していく

高品質かつ低価格な商品の提供によって人々の美と健康を支えてきたファンケル。その原点を、グループIT本部 情報システム部 部長の長谷川敬晃氏は「社会問題への挑戦」と説明する。「1970年代、化粧品に含まれる防腐剤などによる肌トラブルが社会問題化していました。『女性を美しくするためのものが、女性を苦しめてはいけない』という創業者の思いから生まれたのが、ファン

変化が激しく、画一的なアプローチではお客さまにリーチできません。従来よりもフレキシブルなデータ活用と、スピーディーな対応が求められていました」(長谷川氏)

そこで取り組んだのが、データドリブン経営のためのデータ基盤の刷新だった。その意図についてグループIT本部 情報システム部 コーポレートシステムグループ 課長の池森正記氏は次のように説明する。
「近年、ECサイトやライブショッピング、実店舗など、販路が広がったことでお客さまとの接点も増えてきました。扱うデータ量も膨大になります。その全体を包括的に分析して『お客さまの心情』まで読み取れる仕組みにしたかったのです」(池森氏)

ユーザー視点でデータを分析できる方法をJSOLと共に試行錯誤

2021年末、データ基盤構築プロジェクトが動き出した。その後2022年の春にコンペを実施、パートナーとして選ばれたのがJSOLだった。JSOLには、ファンケルが2017年に導入したMAを構築した実績もあった。さらにJSOLを選んだ要因を、「JSOLにはデータベースだけでなく、CRMやマーケティング、MAを得意としているという強みがありました。提案も分かりやすく、当社の意図を深くくみ取り、『最適なデータの持ち方』『ユーザーにとって使いやすい分析方法』など、本プロジェクトにおける『データ基盤のあるべき姿』が詳細に書かれていました」(長谷川氏)

そしてデータベースには「Oracle Exadata Cloud Service」(オラクル)を採用し、そのデータを活用するツールには、以前JSOLが導入したMA「旧 称：IBM Campaign (IBM)、現在：Unica Campaign (HCL)」を継続して利用することにした。

「データ分析は、マーケティング活動の対象の絞り込みや売り上げ管理など、クリティカルな領域で利用するもの。そのため移行時の停止時間が長引くことは許されません。オンプレミスとクラウドの違いはあるものの、同じExadataであり、データ形式に共通性があることから確実に移行でき、時間も短縮できると見込みました」(池森氏)

またユーザー部門は「処理速度」を重視しており、刷新後も以前と同様、あるいはそれ以上

の処理速度が求められた。

「データを基にMAでお客さまにアプローチをしているので、データ基盤とMAがスピーディーに連携できなければいけません。データ抽出などの処理に時間がかかり過ぎると業務が回らなくなってしまいます」(長谷川氏)

データに対するファンケルのアプローチとして長谷川氏は「まずはフラットな視点で購買データを俯瞰すること」と説明する。そして「普通であれば決められたセグメントに分類して分析するのがセオリーと思いますが、ファンケルでは生のデータであるローデータを使ってゼロから組み上げてお客さまを理解するための分析を実行しています。

JSOLは私たちのやり方を異とはせず、使う関数、データの処理方法などを工夫して、膨大なローデータから高速に処理できるよう全部作り替えてくれたのです」と、ファンケルのやり方に寄り添った点を高く評価している。

顧客のお悩みを推測し、潜在的なニーズを掘り出せるデータ基盤の構築に成功

プロジェクト全体を通して「ファンケルと共に伴走してくれた」と両氏はJSOLを評価する。

「お客さまは、本人すら気づいていない潜在的なニーズを持っています。JSOLはそれを掘り出すための試行錯誤に奔走してくれました。昔から同じチームだったかのように尽力してくれたことで、刷新後の活用領域が広がったと感じています」(池森氏)

「JSOLとは会議を重ね、さまざまなアイデアを出し合いました。ユーザー部門への提案にも積極的に参加し、ビジネス上の成果が出たら自分事として喜んでくれました。ファンケルの情報システム部にとってJSOLはまさしく伴走者であり、仲間です」(長谷川氏)

そのような新しいデータ活用の形を模索するために、JSOLとは多くの時間をかけて議論してきた。それによって結実したものの一つが「お悩みDB」の構築である。美と健康に関するさまざまな悩みをデータベースにしたいという構想は以前から抱いており、購入商品、検索やアクセスの行動、口コミなどから消費者の困りごとを類推するデータベースを構築したのである。

お悩みDBの結果から、マーケティングのアプローチを変更したこともあった。「カロリーミット」

というダイエット商品は、当初「ダイエット」という観点でクリエイティブを作っていたが、お悩みDBでの分析の結果、「美容」を目的に購入している客層が見えてきたという。そこで「美容を前面にしたクリエイティブのもと、ダイエット商品の販売を展開していく」という新しいアプローチが生まれ、ビジネス上の成果に結び付いたという。

「データを活用することで、お客さまのペルソナがより豊かに想像できます。これにより潜在的に関心を持っているお客さまへのアプローチ手法が大きく変わったと感じています」(長谷川氏)

成功事例づくりと社内への浸透もJSOLが支援

「CRMやデータ分析は、終わりのないテーマ」として、池森氏は今も継続してデータ活用の拡大と改善に取り組んでいる。データ基盤刷新後の取り組みとして長谷川氏が挙げたのは、成功事例づくりとその波及だった。「もっと売り上げを伸ばしたい」と考えている部署をターゲットに「お客さまへのアプローチを変えてみよう」と持ちかけ、JSOLと共にデータを分析し、改善案を提案した。これによって「購入が小休止していたお客さまが戻ってきた」という成果も出ている。このような成功によって、このデータ基盤を使った活用が多くの部署へ広がりつつある。

営業部門では、成功だけでなく失敗事例も全営業部門に開示した。

「以前は、目的と結果だけが分かるような開示が多かったのですが、今回データ基盤を新しくしたことを機に、『このようなアプローチで取り組んだら成功した/失敗した』などの経験則を基にした事例も細かく共有しました」(長谷川氏)

プロジェクトを振り返り、池森氏は「顧客理解が深化した」と感想を述べる。

「データ基盤を刷新したことで、お客さまの姿が以前よりも深く推察できるようになりつつあります。ニーズやトレンドが絶えず変化する時代の中で、今後もお客さまを理解していくためにも、JSOLには支援を続けてもらえればと考えています」(池森氏)

(2025年3月現在)

株式会社JSOL

〒102-0074 東京都千代田区九段南1-6-5 九段会館テラス

E-mail: rff@jsol.co.jp <https://www.jsol.co.jp/>

●記載されている製品、サービスの名称等は、それぞれ所有者の商標または登録商標です。

© 2025 JSOL CORPORATION