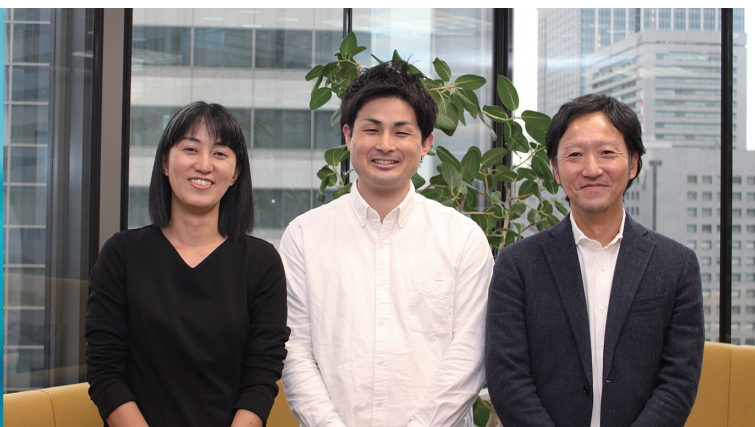


株式会社エムキューブ 様 (マクロミルグループ)



Customer Profile



株式会社マクロミル

所在地：〒108-0075 東京都港区港南2-16-1

品川イーストワンタワー 11F

創業：2000年1月31日

事業内容：マーケティングリサーチ事業、グローバルリサーチ事業、デジタルマーケティングリサーチ事業など

URL：https://www.macromill.com/



株式会社エムキューブ

所在地：〒108-0075 東京都港区港南2-16-1

品川イーストワンタワー 11F

創業：2011年1月11日

事業内容：消費者調査パネルの構築と運営管理、購買動向、生活行動データの販売など

URL：https://www.m-cube.com/

株式会社エムキューブ
運用ユニット長
鈴木 昌彦 氏株式会社エムキューブ
運用ユニット
品川運用グループ
マネジャー
辻 幸作 氏株式会社エムキューブ
メンテナンスチーム
石黒 夏美 氏

消費者購買データの管理運用にかかる 膨大な手間と時間をPlaPiで解消。 マーケティング調査のさまざまなニーズに柔軟、 かつスピーディーな対応

課題

- メーカーのWebなどで、食品・消費財などの商品情報を一つひとつ調べてデータベースに登録する作業を短縮化、軽減したい
- 事業が拡大しても、人員を増やさずに効率よくデータベースを管理運用していきたい

解決

- 商品情報管理クラウドサービス PlaPi を導入し、商品画像から商品データを分類しデータベース化

効果

- データベース登録の迅速化により、作業者の負担軽減
- QPR™ (消費者購買履歴データ) サービス提供までの期間短縮
- エンドユーザーからの調査に関するさまざまなニーズに柔軟に対応できる体制に

スーパーやコンビニ、自動販売機、インターネット通販での購買データを、一般消費者のモニターから収集し、管理・販売しているエムキューブ。品質の高い消費者購買データを提供する前提として、膨大な商品情報を登録するため手間と時間が必要でした。その手間を軽減し、サービス提供を迅速化、柔軟化するために導入したのが商品情報管理クラウドサービス PlaPi です。画像も含めてデータベース化できる PlaPi は、商品画像の管理が容易で、商品画像から商品データを分類し、データベースに登録することで、管理運用の負担を大幅に軽減できます。

3万人の「お買い物モニタ」と 大規模商品データベースによる、 質の高い消費者購買データを提供

インターネットリサーチ、その他調査、分析などのマーケティングリサーチやデータの利活用で企業のマーケティング課題解決を支援するマクロミル。そのグループ会社であるエムキューブは、一般消費者の購買動向データを提供するサービスを展開しています。そのサービスのひとつが消費者購買履歴データである QPR™ です。

QPR™ とは、日本各地の3万人に及ぶ「お買い物モニタ」と契約し、日々の購買データを収集、管理、販売するサービスです。運用ユニット長の鈴木昌彦氏は「QPR™ によって、売れている商品、売れ行きの変化などがわかります。企業のマーケティング活動で

は、購買データは重要な基準指標のひとつであり、現在約200社にご利用いただいています」と説明します。

膨大な手間と時間をかけて

JANコードから商品データベースを構築

QPR™では、各モニターが購入した食料品、日用品などに付随するJANコードを、エムキューブが配布したスキャナーで読み取り、エムキューブに送ることで、消費者購買データを収集しています。「性別、年齢、家族構成、居住地域など、日本全体の構成を反映してバランス良く配置した3万人というモニター数は、言わば日本の縮図といえます」（鈴木氏）

毎日届く膨大なデータを有効活用するために、エムキューブでは独自の商品情報データベースを整備し、モニターから送られてくるJANコードと紐づけて管理しており、10年以上継続してきたQPR™の商品情報データベースはすでに約500万件に達していました。その中からクライアントニーズに応じた商品を抽出し、さまざまな商品情報を登録しなければなりません。

食料品や日用品は次々と新製品が発売されるので、平均して1週間に約1万件の検索が発生します。その作業にかかる時間は、熟練スタッフであっても、1件あたり検索と登録に各1分強。述べるにすると毎週約300時間以上、作業に費やしていることとなります。

その作業をまとめるメンテナンスチームの石黒夏美氏は「ときには同じJANコードの商品情報を別々のスタッフが探すという無駄も発生していました。Webに掲載された情報が本当に間違いないのかという問題もあるので、念入りに確認しなくてはいいけません」と課題を挙げます。

さらに石黒氏は将来に向けてのビジネスモデルの改善も大きな課題と続けました。「さらにお客さまが増え、調査対象も増え、そのたびにスタッフ増員しなくてはいいけなくなります。将来のために柔軟に対応できるようにするにはという懸念が数年前からありました」

商品画像も含めた全てのデータを 管理できるPlaPiの可能性に期待

2018年春、石黒氏はIT関連の展示会に足を運びました。商品画像には、商品名、原材料などさまざまな属性情報が記されており、「最新技術を駆使すれば自動的に取り込めるのではないか、Webで探す作業から解放できるのでは」と考えたからです。

なかなか思い描いたサービスが見つからないと思いながらブースを巡る石黒氏は、開発途中であったJSOLの商品情報管理クラウドサービスPlaPiに目を留めました。

PlaPiとは、画像やマスター情報などの商品デー

タを一元管理する、クラウド型の商品情報管理(PIM)です。カテゴリや商品の項目などを自由に設定できる柔軟性が特長で、画像から文字情報を読み込んでデータ化する機能も開発を検討していました。

展示会の後、石黒氏はPlaPiの無償トライアルを利用し、「こういう画像から文字情報を取り込めるか」とJSOLにたびたび相談していました。「契約前に関わらず、これほど何度も検証に付き合っていたことに驚きましたし、大変感謝しています」（石黒氏）

実は石黒氏は並行して社内の情報システム部門とも、画像を含むデータベースの自社開発を想定した議論を進めていました。しかし開発期間、カスタマイズの自由度、コストなどを検討すると、自社開発するよりPlaPiに利点があるという結論になりました。

「エムキューブで、商品画像を商品情報データベースに取り込むのは初めてのこと。実際に使い始めてから改良していく、あるいはお客さまの要望を聞いて項目を追加するには、自由度の高いPlaPiのほうが望ましかったのです。自社開発したら一千万円以上の予算が必要でしたが、PlaPiはサブスクリプションなので低く抑えられます」（石黒氏）

石黒氏から相談を受けた鈴木氏はJSOLに対し「要望に応えようとする真摯な姿勢、一緒にサービスを作っていこうという前向きさを感じました」と印象を述べました。

トライアルの結果、当初期待していた、「PlaPiを使って画像から商品情報を自動認識する機能」は継続検証が必要となったものの、商品画像を含めて一元的に管理できる商品情報データベースにはメリットがあるという判断から、PlaPiの導入が決定しました。

登録作業の負担軽減だけでなく、 QPR™サービスのスピードアップ、 ビジネス拡大も視野に

2020年春にPlaPiの契約に至り、現在(2020年11月)、以前の文字主体の商品データベースを使いつつ、PlaPiの本格利用に向けてスモールスタートしている段階です。しかしそれでも大きな効果が見えています。

まずは登録の作業フローの変化です。PlaPiでは、複数のJANコードをまとめて入力すると、画像一覧が表示され、対象の画像を抽出してタグ付けし、情報を付加するという作業フローに変えることができます。最大500件単位で一括表示できるので、1件ずつWebで調べる作業に比べれば、大幅に効率が高まります。

「現在12万件規模の商品情報を整備する作業を進めていますが、従来のやり方なら3、4カ月かかっていたでしょう。しかしPlaPiを活用するおかげで大幅に省力化、短縮化ができます」（石黒氏）

PlaPiの効果は登録の負担軽減だけではなく

せん。QPR™のサービス提供の短縮化も挙げられます。従来QPR™を新規に契約した場合、サービス提供まで長いときは3カ月程度の準備期間が必要でしたが、PlaPiによって短縮できる見込みです。

また、顧客企業の要望にも柔軟に対応できる効果も期待されています。ときには「新規の調査項目を追加したい」という要望が挙がることもあります。しかし、その項目をデータベース化していなかった場合、従来は膨大な時間と手間をかけて、改めて商品情報をWebで調べ直していました。しかしPlaPiでは、商品画像に含まれている情報も含めて画像を一覧で把握し、新規項目として追加するだけで済みます。今後、開発検討中である、画像からのテキスト抽出機能が利用できれば、さらなる効率化も見込めます。

また、商品画像をデータベース内に持つことによる利点は他にもあります。

「食品を袋状にパッケージするパウチは、以前は珍しいものでしたが、近年は主流の一つにまで成長しています。しかし『パウチが登場した時期は？どのように定着したのか』と過去にさかのぼろうとすると、一から調べることになります。PlaPiであればパウチ形状の商品画像に限定して調べること、そのようなご要望にも対応しやすくなります」（石黒氏）

省力化によって生まれた余力を別の業務に活用したいと語るのは、運用ユニット 品川運用グループ マネジャーの辻幸作氏です。

「これまでデータベース管理に多くの労力がかかっていたため、多くのスタッフを割かざるを得ない状況でした。しかし会社としては、他にも注力したい業務があります。PlaPiで労力が軽減され、時間に余裕が生まれた人材には、他の業務で活躍してほしいと考えています」

他のシステムとの連携、 他のグループ会社への利用拡大に向けて

現在PlaPiは、他のシステムから独立した形で運用していますが、「他のシステムとの連携も進めたい」という構想も進んでいます。「顧客企業が直接アクセスして利用できるWebサービスも提供しています。それらとPlaPiを連携させることで、新しいサービスの提供も可能となるでしょう」（石黒氏）

他のグループ会社への横展開について期待するのは鈴木氏です。PlaPiを契約しているのは、エムキューブではなく親会社のマクロミルのため、「マクロミルグループでもリサーチ業務を行っています。今回、エムキューブでPlaPiの効果的な活用、ノウハウを蓄積することで、他のグループ会社、マクロミル本社での活用につなげていくことも見込んでいます」と、鈴木氏はPlaPiのさらなる利用拡大への抱負を口にしました。

(2020年12月現在)