

2

「時間消費型店舗」を支えるIT

PPIHグループの武器は、ほかの小売チェーンには真似できない「時間消費型店舗」を展開していることです。お買い物の「ワクワク・ドキドキ感」を醸成し、リアル店舗だからこそお客さまに感じていただける「魔境感」や「ライブ感」を創出しています。この「時間消費型店舗」というリソースの強みを最大限に引き出すために必要なのが、IT技術です。普及率が高まっているスマートフォンを有効活用し、店舗におけるお買い物とIT技術を融合させる「デジタル戦略」によって、リアル店舗の価値をさらに高めていきます。

「majica」会員のビッグデータを活用した「デジタル戦略」

2014年3月からサービスを開始した自社発行型電子マネー「majica(マジカ)」は、国内ドン・キホーテ及び加盟店(一部店舗を除く)でご利用いただけるカードです。年齢制限等は無く、入会金・年会費も不要のため、学生や未成年などの若年層のお客さまから会社員、主婦、高齢者の方まで幅広い層のお客さまにご利用いただいています。また、お買い物金額に応じてプラチナやゴールド会員などのランク特典を導入することで、当社グループ

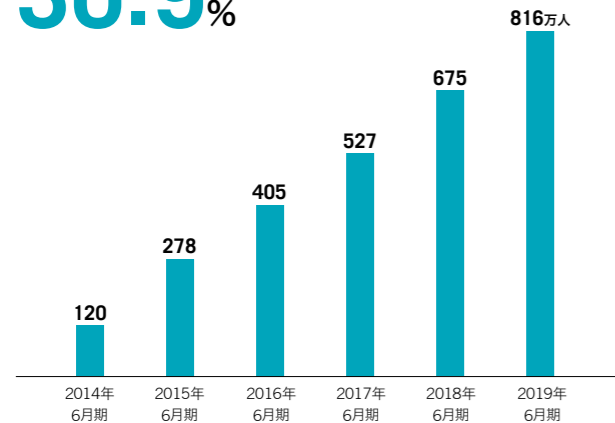
店舗のリピーター増加につなげています。

2019年6月期の会員数は、816万人となりました。この膨大な顧客基盤を活かし、店舗運営における効率性の改善や生産性の向上を実現するため、IT技術と「majica」の公式アプリを融合した「デジタル戦略」を進めています。購買履歴などのビッグデータをもとに、お客さまが楽しみながら便利にお買い物していただけるサービスを開発しています。

サービス開始後の会員数推移

年平均増加率*

30.9%



* 2014年3月からサービスを開始したため、2014年6月期は計算から除外しています。



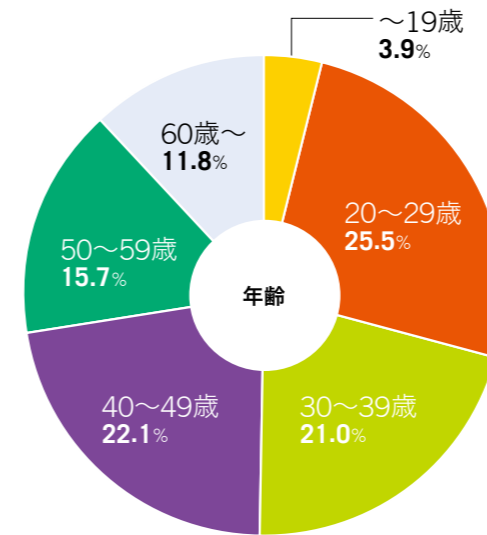
クーポンのダウンロードや、アプリのバーコード画面でお会計やチャージができるカードレスサービスなど、スマートフォン時代におけるお客さまの利便性向上に努めています。

「majica」が、「アピタ」「ピアゴ」全店でご利用可能に

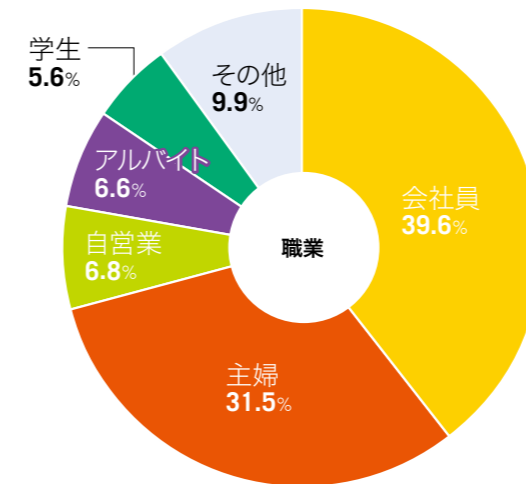
2020年春から、「majica」のサービスを、ユニーが運営する総合スーパー「アピタ」「ピアゴ」において開始します。「アピタ」「ピアゴ」全店で「majica」サービスがご利用可能になるとともに、ユニーの電子マネー「uniko(ユニコ)」の一部サービスを移行することで、

当社グループにおける「majica」のご利用可能店舗が600店舗強にスケールアップします。これにより、さらなる購買履歴データの蓄積、活用を進め、お客さまをワクワク・ドキドキさせる店づくりへとつなげていきます。

「majica」会員構成 (2019年6月末時点)



20歳~59歳までの年齢層はほぼ均等に分布しており、幅広い年齢層にご支持いただいています。男性が最も多い年齢層は40~49歳(男性のうちの構成比24.4%)で、女性は20~29歳(女性のうちの構成比29.3%)と、男女の年齢層のボリュームゾーンに違いがありました。



ビジネスシーンでご利用いただく会社員や、普段の生活拠点としてご利用いただく主婦のお客さまが全体の71%となっています。男性が最も多い職業は会社員(男性のうちの構成比66.2%)で、女性は主婦(女性のうちの構成比45.8%)が最も多く、次いで会社員(同27.3%)となっています。

ウェブ上で商談が成立する「direct商談システム」

IT技術は、当社グループの強みとする「スピーディーな変化対応力」においても重要な役割を担っています。経営にかかわるすべてのサイクルを短縮化し、お客さまや社会の変化に即座に対応するスピード経営を実現するため、IT技術を活用した革新的な取り組みを行っています。

2015年に「direct商談システム」を導入し、パートナー(商品仕入先企業)さまが商談システム上に商品情報を登録するだけで、全国の店舗仕入担当者が、どこにいてもシステムを介して直接商談ができるようになりました。これにより、時間の短縮など効率が改善するだけでなく、仕入担当者が好きなときに自店に合った商品を仕入れることができ、個店ごとの仕入れの強化につながっています。

