

今年の夏休みは2年ぶりにイギリスを訪 れました。以前は、直接旅行代理店に行 くか、電話をしなければならなかった航空 券も今では、WEBサイトで手軽に購入で きます。しかも日程や、目的地によって各 航空会社の料金や所要時間、付帯サー ビスまで比較検討できますし、実際に利 用したユーザーのレビューも閲覧すること ができます。

BtoC、BtoBを問わず、今やEコマース (電子商取引)は当たり前のように、販 売チャネルの一つとして受け入れられるよ うになり、消費者にとっては便利になった 反面、多くの企業は今後のサービスの在 り方について試行錯誤しているように思 われます。

当社にも、今回「Focus Project」で ご紹介したようなEC事業全体の見直し、 最適化のご相談が多く寄せられていま す。そして、ご提案の際には毎回「Key Note」でご紹介するようなマーケティング のトレンドも積極的に取り入れています。

本誌をご覧いただいたみなさまには、当 社のCRMソリューションが常に進化し、 「次の一手を生み出すための仕組み」の 創造をご支援できることを広くご理解いた だければ幸いです。

> 編集相当: 齋藤 章子(さいとう ゆきこ)

### ご意見・ご感想は こちらまで

バーチャレクス・コンサルティング株式会社

〒105-0001 東京都港区虎ノ門4-3-13 ヒューリック神谷町ビル8階 TEL: 03-3578-5322 FAX: 03-5425-8500 Email: infinitv@virtualex.co.ip www.virtualex.co.jp

# Virtuale ROSSWORD

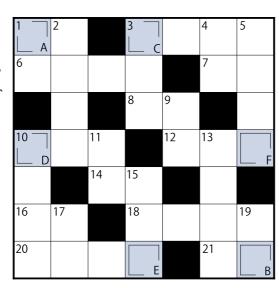
タテのカギとヨコのカギをヒントに、クロスワードパズルを埋め、A欄~F欄に入る文字を順番につなげ ていくと、、バーチャレクス・コンサルティングのソリューションに関連するワードが浮かび上がります。 ぜひ挑戦してください!

### **<タテのカギ>**

- 1. スマートフォンの地図で現在の○○を確認
- 新入〇〇〇〇にビジネスの基本をレクチャー 敬語など、〇〇〇遣いに気を付けて
- 街をきれいにする○○活動に参加 テレビや新聞のコレを見て時事問題に強くなろう
- 9. 昨年は色の濃い○○ビールが流行 10. バラバラのものが1つに。○○○○のあるチーム
- お値段 13. イギリス英語では「grey」と綴ります。
- さて日本語では? 15. 電話応対などのビジネス○○○を覚える
- 17. [2] を英語で言うと?19. ○○ボードとマウスでパソコンを操作

### **<ヨコのカギ>**

- 強い○○を持って、最後までやり抜く24時間営業の便利な店
- ビデオ会議にグループ〇〇〇〇ソフトを利用 消化に良い、やわらかくしたご飯
- 中国・日本などで悪夢を食べると言われる
- 伝説の生物は? 10. 『課長島耕作』 『サラリーマン金太郎』 などの
- ビジネス()(
- 12. 健康とエコに配慮した暮らし 14. 徹夜明けなどで目の下にできるものは?
- 16. 竹や梅より上位のランクを示す
- 18. 偉そうに○○○○な口をきく
- 20. 指導者として〇〇〇シップを発揮



回答は弊社Facebookページ:www.facebook.com/VirtualexConsultingからのメッセージ、 もしくはinfinity@virtualex.co.jp宛のメールでご連絡ください。正解者の中から抽選で3名様に粗 品をお送りいたします。尚、当選者の発表は商品発送をもって代えさせていただきます。

### 締切:2013年10月31日(木)



正解は弊社Facebookページ:www.facebook.com/VirtualexConsulting にて発表いたします。

### RECOMMENDATION



『ウォーレン・バフェット 賢者の教え 世界一の投資家 思考の習慣 著:桑原 晃弥





世界一の投資家が持つ経営理念・ 方針・金言がこの一冊に凝縮!

本書は世界一と称される投資家であり経営者で あるウォーレン・バフェット氏の名言を集め、投資や 経営に対する彼の哲学をまとめた一冊である。

「目先の利益ではなく、長期的な利益を優先す る」、「自分にとってより重要な事柄を見極め、得 意な分野を伸ばしていく」、この二点を彼はこれま での人生において、淡々と実行してきたようだ。

このウォーレン・バフェット氏の思考の根底にある 「ブレない軸」。

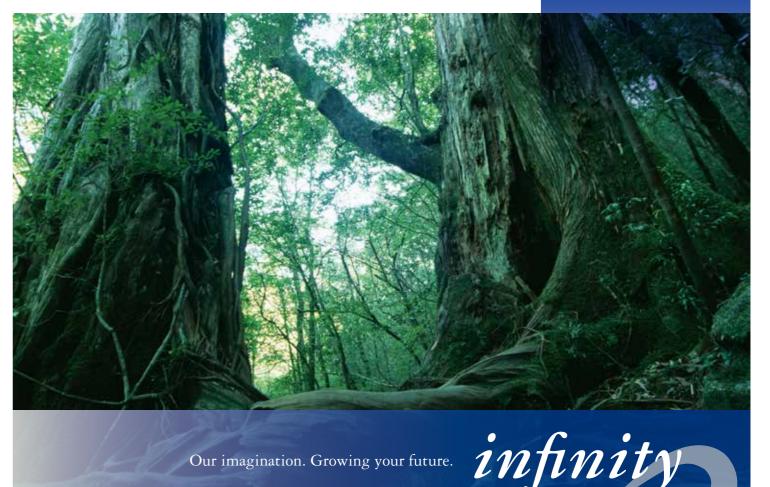
これこそが彼を比類なき投資家とならしめた要因 ではないのか?

仕事においてだけではなく、プライベートにおい ても我々の日常は思考の連続である。

そのような中で、本書はまさに人生の座右の銘 にすべき言葉の数々がちりばめられた、誰が読んで も損のない一冊である。



Vol. **02 AUGUST 31, 2013** 



## INDEX -

- 1. ゲーミフィケーションの目的と可能性 ~ゲーミフィケーションが持つもう一つの効用~
- 2. MANAGEMENT VIEW: 近未来のCRMプラットフォーム
- 3. FOCUS PROJECT: 「コンサルティング」、「アウトソーシング」、「テクノロジー」 3つのコアサービスが三位一体でEC通販事業を包括的に支援
- 4. RECOMMENDATION: 「ウォーレン・バフェット 賢者の教え 世界一の投資家 思考の習慣」 著:桑原 晃弥

# KEY NOTE ゲーミフィケーションの目的と可能性 ~ゲーミフィケーションが持つもう一つの効用~

## 昨今注目を集めている「ゲーミフィケーション」とは? 企業はゲーミフィケーションをどのように考えるべきなのか?

数年前から「ゲーミフィケーション」という言葉をよく耳にするようになった。ゲーミフィケーションとは、利用者を動機づけるために、ゲームの思考方法やメカニクスを、ゲーム以外の分野に

活用し、利用者の行動を促進する方法である。平たく言えば、つまらないことにゲームの要素を入れて、やる気と楽しさを持ってもらうことであるから、それほど新しいものではなく、

様々な分野で利用されてきた考え方だ。

最近では、ビジネス分野、特にマーケティング分野での活用が注目されている。ネットでゲーミフィケーションの事例を見ると、ポイントやバッジの付与、レベル付けといったゲームの要素をECやSNSに組み込んだ事例がほとんどである。「Business Gamification For Dummies」(2013年2月刊行)では「カスタマーロイヤリティやエンゲージメント、リテンション向上のためゲームの原則を応用し、Web上の顧客行動を促進させる新しいビジネス戦略」としており、本来の概念より狭い定義となっている

が、このあたりが注目の活用分野と言えよう。

ゲーミフィケーションがマーケティング分野で 有効なのは想像できるが、ゲーミフィケーション (=ゲーム化)であるから、ゲームそのものが 持つネガティブな要素も引き継いでいることを 見逃してはならない。

まず1つ目は、ゲームに関心がない人々が少な からず存在することである。マーケティング分野 に適用する場合、これは留意すべき点だろう。2 つ目は、ゲームへの関心は長く続かず、

短期間で飽きられることである。利用者との長期的な関係維持を一つの目的として捉える場合、この点も無視できない。3つ目は、ゲーム自体が持つ特徴は簡単に模倣され、類似ゲームが出回ることである。ただで

さえ飽きっぽい利用者を類似ゲームが取り囲む状況は好ましいとは言えない。

では、企業は、ゲーミフィケーションをどのように考えるべきなのか。

ゲーミフィケーションを単独で捉え、それのみ でカスタマーロイヤリティ、エンゲージメント、リテ ンションの向上を主たる目的に据えてしまうと、 前述のような課題への厳しい対応を迫られる。 そこで、ゲーミフィケーションという方法を、あく までもオムニチャネルの一つとして考え、当該 チャネルで得られたものを他のチャネルや施策 に活用するという、謂わば、割り切りを持って考 えるべきではなかろうか。

あまり語られないが、ゲーミフィケーションから得られるデータや情報は貴重な財産となる。 ゲーミフィケーションを通じての消費者の反応 や行動と、購買行動やイベント反応の関連性 を見ること等によって、新たな消費者像が見え てくる。また、ゲーミフィケーションを通じて仮

説検証する、あるいは特定の情報を得る ためにゲーミフィケーションをデザインする、 といったことも有効だ。

ゲーミフィケーションは、古くて新しい方法である。ゲームの要素を活用し、顧客行動を促すことも重要であるが、テクノロジーの進歩により取得可能となったデータや情報に着目し、その観点からゲーミフィケーションを捉えることが一段上の打ち手を考える上で大切になっていくのではなかろうか。

ビジネスコンサルティング部 部長 辻 大志 (つじ たいし)

# バーチャレクス・ コンサルティング株式会社 代表取締役 丸山 勇人 (まるやま はやと)

# **FOCUS PROJECT**

# 「コンサルティング」、「アウトソーシング」、「テクメロジー」 3つのコアサービスが三位一体でEC通販事業を包括的に支援

コンサルティングにより最適な通販事業の見直しをご提案、受注センター受託と地方移転、 さらにECサイト、受発注管理、在庫管理、顧客情報管理等の基幹システムも構築



企画から業務実行まで長期的にご支援し、 結果をコミットすることで真にクライアントに貢献する、そんな弊社の志とコンサル、テクノロジー、アウトソーシングの3つのコアサービスをワンストップで提供可能というメリットが遺憾なく発揮されたのが今回ご紹介するプロジェクトだ。

相談をうけた大手通販事業会社様の主な課題は、EC通販事業全体でのコスト削減、そのための首都圏から地方への受注センター移転と迅速な業務移管、そして海外製既存システムから脱却し国産パッケージをベースに事業変化に合わせて柔軟に機能追加可能なシステム基盤を構築したいというものであった。これらの課題に対し、まずコンサルタントが最適な事業見直しをご提案、その後、アウトソーシングチームが合流し、わずか1か月で受注センターを首都圏から地方へ移動、業務移管を成し遂げた。さらにコストを削減するためFAX受注業務については弊社パートナー企業のオフショア先である中国・大連のセンターが請け負った。

しかし、この時点でシステム面は追いついていない。取り急ぎ、受注センターで利用する顧客応対履歴管理には自社パッケージであるinspirX Communicationを導入、あとから情報をプラットフォームで一元管理するという計画で、受発注、在庫管理等を含むEC通販システムの開発に着手した。仕入、配送、決済代行などはパートナー企業と連携し、現在は受注センター、バックオフィスの運営からシステム開発・保守までEC通販事業を包括的に請け負っている。そして蓄積されたデータは、分析に活用し、今後の販促戦略の策定につなげていく想定だ。

予算も、期間も、人員も限られた中でかなり 困難なプロジェクトであったというが、あきらめ ることなくクライアントと一体となり「やりきった」 ことに意義があるとプロジェクトメンバーは語 る。プロジェクトに参加するメンバーは入れ替 わっているが、当時の絆は途切れることなく、 今でも交流があるというのはクライアントと信頼 関係を築けた賜であるといえるだろう。



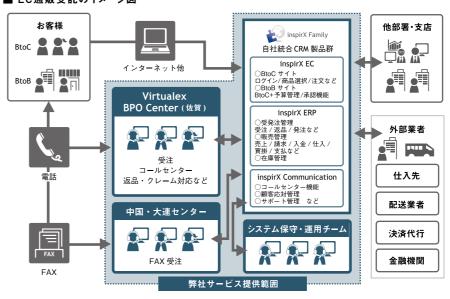
テクノロジー&エンジニアリング部 切火効果

江本 研 (えもと けん)

非常に難易度の高い、タフなプロジェクトでした。受注/引当/出荷のフロント業務、売上/請求/入金のバック業務、さらにはECやWMSまで、通販ビジネスのほぼ全領域に渡るシステムリプレース案件でしたし、限られた期間内での検討範囲や検討レベルが想像以上に大きかった。要件定義やフェーズゲートの重要性をひしひしと感じたプロジェクトでした。メンバーにもかなり負担をかけてしまったのですが、システムをリリースできたのは、最後まで諦めず何とかして稼働させようという各チームリーダーを始めとするメンバーひとりひとりの力があったからだと思います。

ECを含めた通販システムリプレース案件は、ここ最近増加傾向にあります。これは経済回復の流れもありますが、様々なチャネルを利用して販売機会を増やしたい、その為に顧客動向を明確に把握して次の手を打っていきたい、という市場ニーズの表れと考えます。バーチャレクス・コンサルティングが特化しているCRM領域のコンサルティングと通販ビジネスパッケージをベースに、この経験を活かして更に成長していきたいと考える次第です。

### ■ EC通販受託のイメージ図



### MANAGEMENT VIEW

# 近未来のCRMプラットフォーム

情報技術に関する動向を見ていると、ERP、ASP、SaaS、クラウド、ビックデータなどとテーマやキーワードが目まぐるしく変わってきました。昨今では、セールスフォースやグーグル、アマゾンといった企業がIT業界に大きな影響を及ぼし、その存在感を増してきていますが、近い将来、さらなる業界変化が起こるのではないかと感じています。

企業内に蓄積されたデータを有効活用する時代から、外部からデータや情報を購入・取得し、自社の事業展開 に役立てる時代へ。その歩みはもうすぐそばまで来ていると感じています。自社のみで情報を蓄積するには自ずと限 界がありますが、消費者の諸行動の情報があらゆる場面で蓄積されつつあり、データ流通ビジネスの発展とともに、 それらが融合して活用できるようになります。新たなCRMプラットフォームの構築が求められる日はそう遠くないような 予感がします。

2 | Infinity | Vol.02 August 31, 2013 | Vol.02