

小売業CRM「個客識別マーケティング」や業務効率化に貢献!

株式会社ジャンガ・テックは、まだPOSのデータが有効活用される以前に、独自開発したコネクターで、データを活用したサービスを開始。その後、小売業の課題解決や業務効率化の貢献する多彩なITソリューションを提供してきた。同社を率いる代表取締役で、創設者でもある劉桂栄（りゅう けいえい）氏に会社設立の経緯や提供するサービスなどをお伺いした。

——劉さんは、中国の内モンゴル出身と伺っています。日本にいらしたきっかけを教えてください。

劉 中国の内モンゴル自治区で生まれ育ったモンゴル人の私が、日本を最初に意識したのは中学生の頃で、当時、モンゴルで人気があったドラマ、山口百恵さん主演の「赤い疑惑」がきっかけでした。それで大学では、日本語を専攻し、卒業後は、内モンゴル医学院（現在は内モンゴル医科大学）の助教授として日本語を教える一方、日本の千葉大薬学部、富山大医学部との共同プロジェクトにも関わっていたところ、ある日突然、日本の企業から雇用通知が届いたのです。それは千葉大薬学部の先生が、中国からの輸入品の品質管理に携わる、日本語ができる中国人を探していた日本の企業に、私を推薦して下さいました。

日本の小売業の革新をめざしてIT会社を設立

——そこからなぜIT関連の事業を立ち上げるようになったのですか。

劉 中国からの輸入の仕事に携わるといってお話しで入社したのですが、途中で、本部の情報システム部に配属されました。POSシステムの管理と

運営を行う部署でしたが、今のようにシステム化が進んでおらず、パート従業員と一緒に、一日中、パソコンに商品情報を打ちこむ日々でした。ITの知識も経験ありませんでしたが、効率の良いシステムにできないかと思うようになったのが、IT化に興味を持つきっかけでした。システムに詳しい主人に相談すると、可能だということ、日本の小売業を革新したいという思いで2002年に、ジャンガ・テックを設立したのです。

——ジャンガ・テックはどのような会社なのでしょう。

劉 一言でいえば、「流通小売業の業務と販売及び遠隔人事管理システム」の開発をメインとするIT企業です。最初に手掛けたのは抜本的なインターネット小売業基幹システムでした。成功したのは独自に開発したPOS端末とパソコンを結ぶコネクターの提供でした。当時、POSレジはあっても、電話回線の時代で、パソコンにデータを送るにはVAN会社を通すしかありませんでしたが、利用料が高いうえデータのやり取りに時間がかかり、データの送受信ができないうちにも精度にも問題がありました。わが社の開発したコネクターを使えば、VAN会社を通さずに、14年前インターネット上で精度の高い

データのやり取りができたのです。本部と店舗の間に集配信もできたのです。

でも、営業回りを開始した当初は、けんもほろろに断られることも多かったのですが、本社のある千葉を中心に、徐々に利用企業が広がって行きました。その後、インターネット回線でデータがとれる時代になりましたが、POS端末は何百万円もした時代に、我が社のコネクターは25万円で、好評でした。

さらに、クラウド上でサービス提供できる人事人材管理、勤怠管理、WEB雇用契約、給与計算、人事評価などワンストップサービスシステムから、棚割管理、データ分析販促の立案VIP優良顧客システムなども開発運用してきました。

個々に合わせたマーケティングで店の収益をアップ

——御社は「個客識別マーケティング」を提唱され、劉さんは「お客を区別すると儲かります」という本も出版されています。その意図を教えてください。

劉 来日した当時、日本は想像していた以上に素晴らしい国で、小売りの店舗には、モンゴルとは比べ物にならない種類と量の商品が綺麗にディスプレイされ、毎日の買い物はワクワクの連続でした。しかし、段々、安売りに走る企業が増え、買物の楽しさが半減しました。そして、リーマンショック後は、どんどん元気を失っ

ていく。

この状況を何とかしたいと思う中で、お客様に合わせたマーケティングの重要性に気付いたのです。日本には「お客様は神様だ」という言葉があり、全てのお客様を平等に扱うという思想もあります。でも、私には、それが店の永久の繁盛を持たないと思っております。お客様には、利益が出ない安売り商品だけしか買わないバーゲンハンターもいれば、頻繁に来店してたくさん買い物をし、高い粗利率をもたらして下さる優良顧客もいます。それを一緒にして販促を掛けても効果は期待できません。

個々のお客様のデータを様々な切り口で分析し、ニーズにあるお客様にピンポイントで情報を届けたり、クーポンを配信すれば、少ないコストで効果的な販促を打て、顧客満足も高められます。このようにお客によって異なるアプローチを掛ける販促が、個客識別マーケティングで、店に対する貢献度でお客様を区別しサービスをするということです。

——そのためのシステムとして、どのようなものを提供されているのですか。

劉 「J-COMs」というシステムがあります。会員カードをもとに、いつ、誰が、どの商品を、どんな商品と一緒に購入したのか、そして店舗への貢献度はどのくらいなのかを識別。そして、来店頻度、好み、今回の購買予測などを導き出し、個々に合わせた販促アプローチをかけます。新

(株)ジャンガ・テック

代表取締役

りゅう けいえい

劉桂栄氏

内モンゴル出身のモンゴル人。内モンゴル大学で日本語を学び、内モンゴル医学院（現在は内モンゴル医科大学）で日本語の助教授として勤務。1997年来日し、ドラッグストアなどを展開する日本の中堅企業就職。中国からの輸入品の管理、IT部門などで活躍後、2002年に、(株)ジャンガ・テックを設立。小売業経営者の願望をITで支援しています。連絡先☎043-213-3501

規客から固定客へ、さらに固定客からファンへの引き上げ、優良顧客の維持、休眠客の復活、来店サイクルの短縮などに効果的です。

これまでの事例やノウハウをもとに、効果的な販促提案もっており、このシステムを導入して、3ヶ月で1億円の収益をあげた会社もありますし、価値ある商品なのに知名度が低いために売れなかった在庫を完売したケースもあります。

——その他、小売り企業向けのお勧めサービスはありますか。

劉 クラウドASPの「Staff Manager」は、店長が雇用したスタッフをWEB上で雇用契約書とシフト、勤怠及び業務配置の作成と管理、本部人事承認、自動給与計算管理、人事評価、人件費予算管理など、クラウドで人と情報を管理でき、マイナン

バーにも対応しています。

また、今年3月にプレスリリースした「Real Check-1」は、映像を活用して本部から店舗への指示や、店舗から本部へ改善状況の報告したり、店舗の好事例を全店で共有するなど、本部・店舗間の指示と報告を一元化できるIoTシステムです。業務の効率化とコスト削減が図れ、既に500店舗以上にご利用いただいています。

——物が売れない時代と言われる今、小売業が必要としているシステムばかりですね。

劉 はい。私は日本が大好きなので、わが社のシステムで、日本の小売業を元気にできたらと思っています。また、近い将来、AI（人口知能）も小売業に活躍できるように研究メンバーを設置しております。