



RETAIL / CPG

SNOWFLAKEにより 小売データの価値を 解き放つ



VALUE
DRIVER



小売データの価値

小売・日用消費財 (CPG) 業界は、新型コロナウイルス感染症の世界的大流行と世界的な景気の低迷により、かつてない課題に直面しています。小売業者とサプライヤーが顧客基盤と収益を維持・拡大するのに利用可能な強力なツールの1つにデータがあります。

顧客を惹きつけ、ロイヤルカスタマーに価値を提供するためのカスタマーエクスペリエンスの改善、収益向上とコスト削減に向けたサプライチェーンの最適化、および新しい収益モデルの創出に、データを役立てることが可能です。しかし、小売業者とサプライヤーは、データの質の低さや、データパイプラインプロセスの遅延、データの共有のしづらさといった、データの利用を妨げる障壁にたびたび直面しています。Snowflakeのクラウドデータプラットフォームは、性能、柔軟性、スピード、セキュリティを提供することで、これらの障壁の克服を支援します。本資料では、Snowflakeによって、企業がどのように小売データの価値を解き放つことができるのかを解説しています。



最新の調査により、データユーザビリティをわずか10%高めるだけで、平均的なFortune 1000企業で年間20億ドル以上の増収が見込めることがわかっています。¹

¹ pwc.com/us/trusteddata



カスタマー エクスペリエンス

ますます高まる消費者からの期待や要望に応えるために、小売業者はデータを利用して、市場で何が求められているのかを知り、それらを提供することが不可欠です。マーケティングチームと製品チームは、eコマースや実店舗のポイントオブセール (POS) から得られた顧客行動データを分析することで、パーソナライズされた製品を作り、マーケティングキャンペーンを改善することが可能です。アカウントマネージャーは、ロイヤルティに関するデータとインサイトを利用して、エンゲージメント戦略を変革し、顧客のつなぎとめと見返り提供のための効果的なプログラムを作成することができます。また、ソーシャルプラットフォームとデジタルプラットフォームにより、消費者からフィードバックを一斉に得ることができることから、需要の検知と予測の精度が高まります。

しかし、確実で実用的なインサイトを手にするには、大量のデータをすばやく簡単に処理できることが必要です。たとえば、食料品店が、ソーシャルメディアと気候データの効率的なマイニング、統合、分析をもとに、大雪の影響を受けた地域への温かい食べ物の供給と販売を増やすといったことが考えられます。インサイトの取得に要する時間が、カスタマーエクスペリエンスを向上させるうえで重要になってきます。しかし、多くの企業がいまだに低速のレガシーシステムに頼っています。このようなシステムは、データサイロにより生じる問題を悪化させ、一貫性のない低品質のユーザーエクスペリエンスを生み出し、データやユーザーの増加に合わせた円滑な拡張も行えません。

詳細な小売データの 5つの利用法

1. メッセージのパーソナライズ: データを利用することで、マーケティング担当者は、コンバージョン率とブランドロイヤルティを向上させる、パーソナライズされたエクスペリエンスを顧客に提供できます。2019年のHarris Pollの調査では、63%の消費者が標準的なサービスとしてパーソナライゼーションを期待すると回答しています。²

2. 品揃えのパーソナライズ: データを活用して、店舗の品揃えのローカライズを促進している小売業者では、利益率が向上し、値引きや在庫の問題が減り、店舗に対する全体的な顧客満足度が高まることになります。

3. 在庫の最適化: サプライチェーンの最適化に役立つインサイトをデータから得ることが可能です。しかし、多くのデータアナリストがいまだにスプレッドシートを利用しており、重要なビジネス上の意思決定は限られたデータによる時代遅れの分析に依存しているのです。

4. 試して学ぶ: 使えるデータが豊富にあること、アナリティクスへの投資の拡大、およびパーソナライゼーションの向上によって、小売業者は新しい製品、アイデア、品揃えについてのテストを、これまでよりも掘り下げて、日常的に行えるようになっています。

5. 最適な価格設定による価値向上: 小売業者とCPGパートナーは、売上を確保し、消費者の望む価値を提供しつつ、収益性を高めることが可能です。

eブックの『詳細な小売データの5つの利用法』で、さらなるヒントを紹介しています。ダウンロードは[こちら](#)から。

² <https://bit.ly/3hLHuaY>



サプライチェーン の最適化

消費者は、製品やサービスにオンデマンドでアクセスできることを期待しています。そのいっぽうで、大量の在庫は製品が売れ残っていることを意味しており、損益が生じることとなります。適正なバランスを保つには、高度なサプライチェーン管理が必要です。データによって、環境変化に強い、最適化されたサプライチェーンが可能になります。小売業者とサプライヤーは、トランザクション、データエクステンション、ソーシャルメディア、IoTデバイスからデータを抽出して、在庫計画、需要予測、混乱管理のための詳細なインサイトを得ることができます。このようなインサイトを可能にするには、小売業者とサプライヤーがトランザクション履歴、消費者行動、在庫水準といったデータをやり取りする必要があります。

しかし、これを価値あるものにするには、データが共有可能であること、安全に送信されること、そしてリアルタイムで提供されることが必要です。サプライヤーは小売業者から情報を受け取り、必要に応じて、倉庫の在庫を移動したり、発注量を増やしたりすることが必要になってきます。データを利用して、アナリティクスを構築し、小売業者との良好な関係を築くことが可能です。しかし、旧来の異種システムによって、安全で容易なデータ転送が妨げられ、多くの企業がFTPなど、低速で安全性の低いプロセスに頼らざるをえなくなっています。

“

「需要・供給計画、需要検知、キャパシティのプランニングとスケジューリング、在庫分析、SKU合理化など、多数の価値実現分野がサプライチェーンは存在します。そして、正確さと信頼性の向上という点において、優位性を容易に確保し、在庫量の最適化とコスト削減につなげることが可能です」

—DINAND TINHOLT氏

CAPGEMINI 北米部門インサイト&

データ担当バイスプレジデント


HEADQUARTERS Paris, France
INDUSTRY Technology
EMPLOYEES 270,000 (2020)



データ収益化

大手小売業者には大量の生データが存在し、これらを社内外で役立てることが可能です。このようなデータには、匿名の顧客データ、トランザクションデータ、POSデータなどがあります。サプライヤーのアナリティクスチームはこれらの情報を利用して、需要予測やプロモーション計画で優位に立つことが可能です。データ企業など、サプライヤーと競合しないその他の企業では、これらの情報を用いてマーケットインサイトを収集できます。組織内においても、データを利用して収益性を高めることが可能です。

➤ **Grand View Researchが行った調査によると、世界のデータ収益化市場の規模は2027年には73億4000万ドルに達すると見られ、2020年から2027年3月までのCAGRは24.1%となっています。**

³ prn.to/342AiTP



RETAIL VALUE DRIVER

しかし、データ収益化のプロセスが複雑になる場合もあります。顧客データを共有する際の最大の懸念事項は、プライバシーについてではないでしょうか。機密情報の共有がブランドの評判の悪化につながることを考えられ、会社が訴訟や罰金刑の対象となる可能性もあります。また、最大の障壁はデータ品質の低さであり、これが情報の価値に影響を与えることが考えられます。外部から入ってくるデータは乱雑で、多くの矛盾を抱えており、価値が失われている可能性があります。データの取り込み、クレンジング、整理に、貴重な時間を費やさなければならぬかもしれません。多くの場合、レガシーシステムは企業がこれらの問題を解決するのに役立ちません。

“

「小売業界にとって、新たに購入するデータセットから創出される価値は非常に大きなものです。これから先、あらゆる種類のデータを収益化する機会がさらに増えることになるでしょう」

—ERIK MITCHELL氏

SEEK DATA 創業者兼社長



HEADQUARTERS Nashville, Tennessee
INDUSTRY Technology
EMPLOYEES 40-50



SNOWFLAKEが可能にする データドリブンな組織

Snowflakeの提供する数々の機能により、小売企業は自社のデータからさらなる価値を生み出すことができます。

小売業者によるシームレスなオムニチャネルエクスペリエンスの提供が可能に

Snowflakeはデータのサイロを解消して、データを1カ所で管理することで、データの整合性と品質を高めつつ、企業が顧客の好みについて詳細なインサイトを獲得し、事業運営を改善させ、パーソナライズされたエクスペリエンスを提供することを可能にします。異なる情報源からの情報をすばやく処理し、拡張可能な性能を提供することで、Snowflakeはインサイトの取得にかかる時間を短縮します。このことは、関連性があり、かつ効果的なマーケティングとロイヤルティーのキャンペーンを実施するうえで、きわめて重要になってきます。

サプライチェーンの最適化を促進

Snowflakeは、安全かつシームレスで統制された機密データのやり取りを大規模に支援することで、小売業者、サプライヤー、パートナー、サードパーティーが協力しあい、データをやり取りできるようにします。データの移動、複製、転送を伴うことなく、社内外のユーザーが、クエリーをすぐに実行可能なライブのデータセットにアクセスできるようになります。さらには、Snowflake Data Marketplaceを使って自社のデータとパブリックデータセットを統合することで、インサイトが深まり、データドリブンな意思決定が改善されます。

企業のデータの収益化を支援

Snowflake Data Marketplaceを使うことで、企業はデータを管理下に置きながら、複数のクラウドプロバイダーやリージョンにおいてシームレスかつ安全にそれらを提供できます。Snowflakeは、企業が容易に自社のデータセットをパブリッシュして、パーソナライズされたデータサービスを提供し、それまで不可能だった方法で新しいデータ製品を構築できるようにします。数千に上るであろうSnowflakeのデータコンシューマーに、自社の統制されたデータ資産を販売するデータプロバイダーとしてSnowflake Data Marketplaceに参加することで、新しい収益源を創出する機会が企業にもたらされます。



詳細情報

Snowflake for Retail ウェブページでは、どうすれば企業が保有するすべてのデータから深いインサイトを引き出し、カスタマーエクスペリエンスを向上させ、サプライチェーンを最適化し、新たな収益源を創出することができるのかを解説しています。





SNOWFLAKEについて

Snowflakeが提供するデータクラウドは、数千もの企業がデータを集積するグローバルなネットワークであり、無限に近い拡張性、同時実行性、性能を実現しています。顧客企業はデータクラウド内で、サイロ化したデータを統合し、管理されたデータを簡単に検索して安全に共有しながら、さまざまな分析ワークロードを実行しています。Snowflakeはデータやユーザーの場所を問わず、さまざまなパブリッククラウドの壁を越えて単一でシームレスなエクスペリエンスを提供します。Snowflakeのプラットフォームはデータクラウドへのアクセスを推進し、利用可能にするエンジンであり、データウェアハウジング、データレイク、データエンジニアリング、データサイエンス、データアプリケーション開発、データ共有におけるソリューションをもたらしています。Snowflakeのデータクラウドは、顧客、パートナー、データプロバイダーのビジネスを新たなフロンティアへと導きます。ぜひ、データクラウドにご参加ください。

[snowflake.com](https://www.snowflake.com)



© 2020 Snowflake Inc. All rights reserved. 本資料で言及しているSnowflake、Snowflakeのロゴ、その他のすべてのSnowflakeの商品名、機能名、サービス名は、米国およびその他の国におけるSnowflake Inc.の登録商標または商標です。ここで言及もしくは使用しているその他のブランド名やロゴは、いずれも識別のみを目的としており、またこれらはそれぞれの所有者の商標である可能性があります。Snowflakeがこれらの所有者と関係がある、資金を供与されている、あるいは支持を受けているといったことはいっさいありません。