

2014年7月18日



すかいらーくグループ

---

# ユーザ部門のユーザ部門による 顧客のためのシステム構築術

株式会社すかいらーく  
マーケティング本部 インサイト戦略グループ  
ディレクター

神谷 勇樹

無断で第三者へ開示・複製・転送・配布等しないでください。

---

## すかいらーくについて

全国約3千店舗、年間延べ4億人にご利用頂く総合ファミレスチェーン

創業: 1962年4月

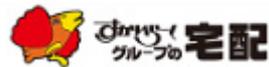
社是: 価値ある豊かさの創造

店舗数: 約3,000店舗

業態: 洋食／カフェ、中華、和食など全10業態



(デリバリーもやっています)



## 自己紹介: 神谷 勇樹 (かみや ゆうき)

---

株式会社すかいらく マーケティング本部  
インサイト戦略グループ ディレクター

ミッション: 「勘と経験」から「勘と経験 x データとサイエンス」へ  
主な職務:

- 分析インフラの構築と分析チームの立ち上げ／育成
- 既存マーケティング施策の効果検証／改善
- 新規マーケティング施策の開発(オンライン領域等)

# ITを活用した新しいマーケティング手法の開発



# 本日の内容

---

DWH構築までの道のり

DWHの徹底活用術

デジタルマーケティングへの適用

最後に

# 本日の内容

---

DWH構築までの道のり

DWHの徹底活用術

デジタルマーケティングへの適用

最後に

## Redshift導入の背景

---

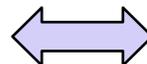
分析の高度化には明日にでもハイパフォーマンスなDWHが必要という状況

- 既存のDWHは導入から5年近く経過し、パフォーマンスに難あり
  - 加えてサマリーデータしか分析に活用できない
- さらなる付加価値の創出のためには明細データの分析が必要

# 選定の決め手

“明日にでも必要”

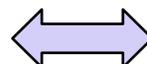
サイジングに数か月



構築まで1か月半

“情シスのリソース逼迫  
⇒ 自分でやる必要”

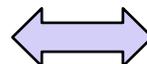
野良サーバ化リスク



マネージドサービス

“でも出来るかな・・・？”

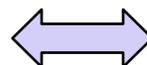
経験のない世界



2日で出来た

“出来たとしても今後  
どうなるか分からない”

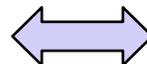
下手すると数億円



とりあえず数百万円

“でも長期で使いたい”

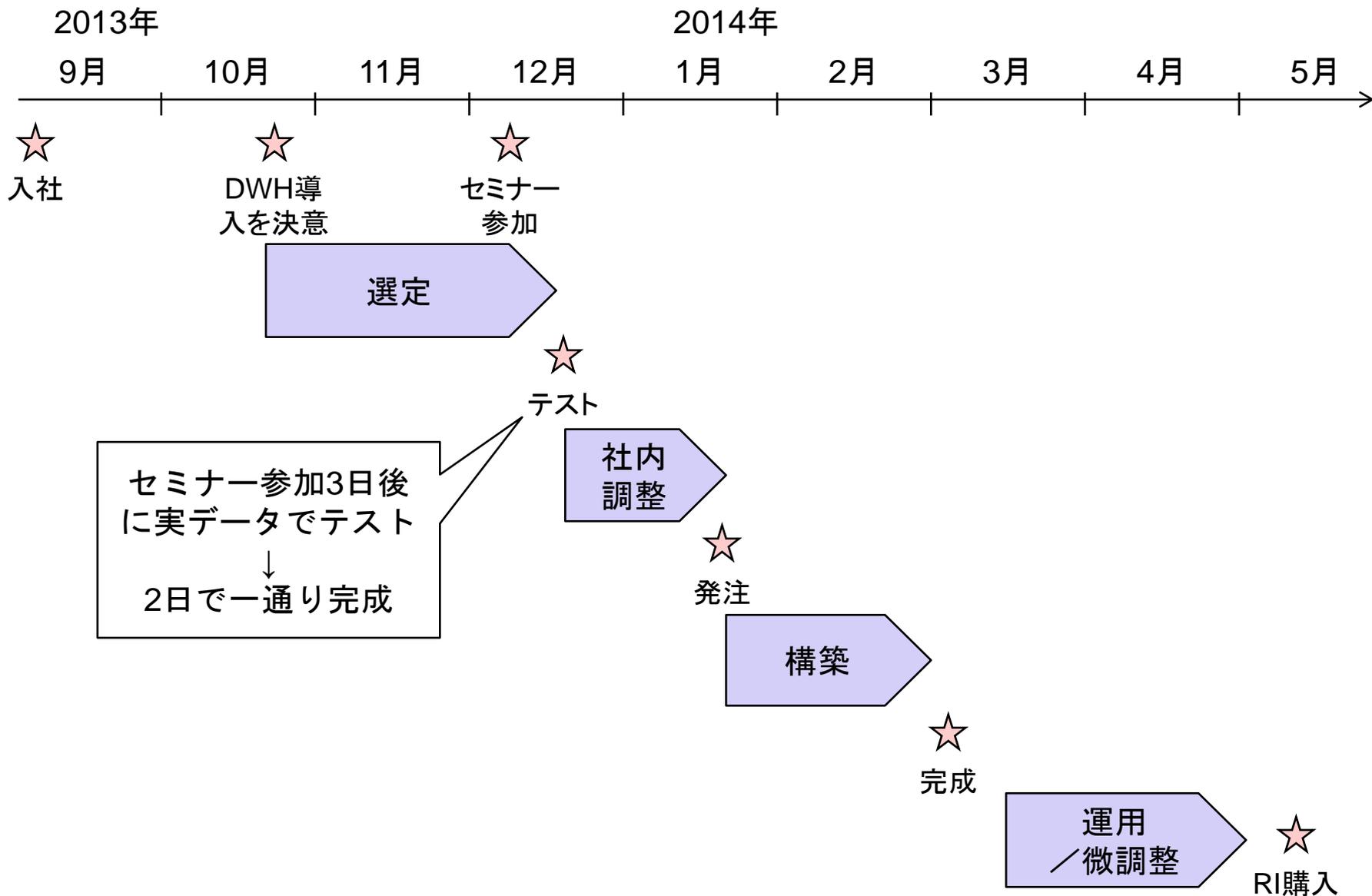
HWの陳腐化リスク



ボタン1つで最新HW

Redshift

# 導入までのタイムライン



# 構築体制



かきくグループ

マーケティング

要件定義  
ディレクション

情報システム

DC→S3への  
データ転送



classmethod

設計・構築



amazon  
web services

技術サポート

## ユーザ部門ならではの・・・

---

### 苦労

---

情シスの理解を得ること

ITの経験を持ったスタッフがいないこと

経営陣の理解を得ること

データがなかなか合わないこと

### 解決法

---

自分で出来ることを示した  
・ そのためにも手間なし簡単である必要

興味を持っているスタッフをうまくおだてた  
・ “シスアド取りたいんですよ” という  
 奇妙なExcelマスターが運よく存在

魔法の言葉を作った  
・ “うまくいけば莫大な利益が、  
 うまくいかなければコストかからない”

スタッフの現場知識を最大限活かした  
・ 合わなさそうな部分に対する勘所などは情シスよりも強い

## 情シスであったとしても苦労した点

---

### 苦労

---

BIツールとの接続性

パフォーマンスチューニングの定石がよく分からなかったこと

### 解決法

---

▶ AWS、ベンダ、ツールベンダと密に連携

▶ ドキュメントを読み込み、チューニングとテストをひたすら繰り返した

新しいものを使う時はやはりユーザ企業側でも  
時間的なコミットが必要

# 本日の内容

---

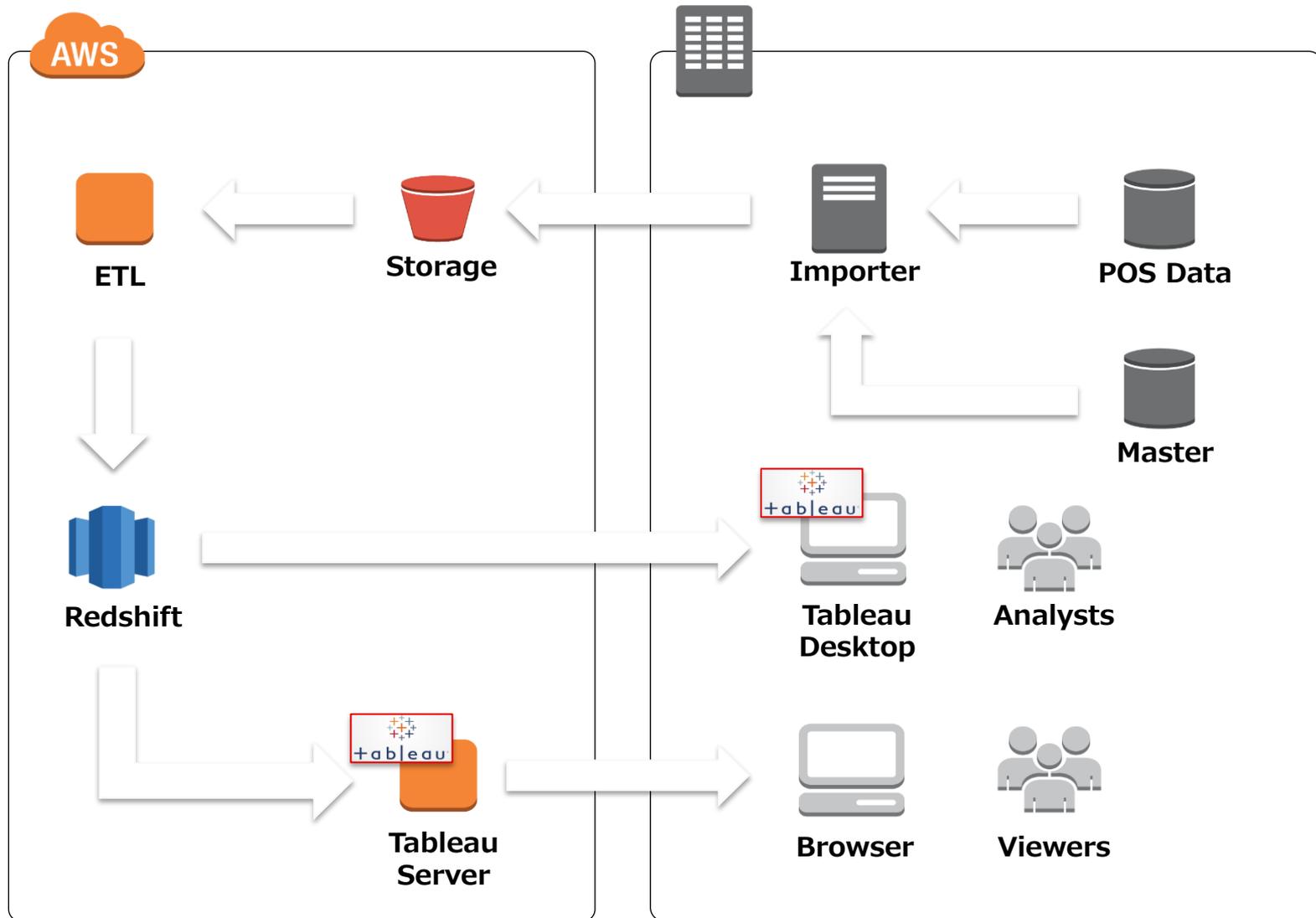
DWH構築までの道のり

DWHの徹底活用術

デジタルマーケティングへの適用

最後に

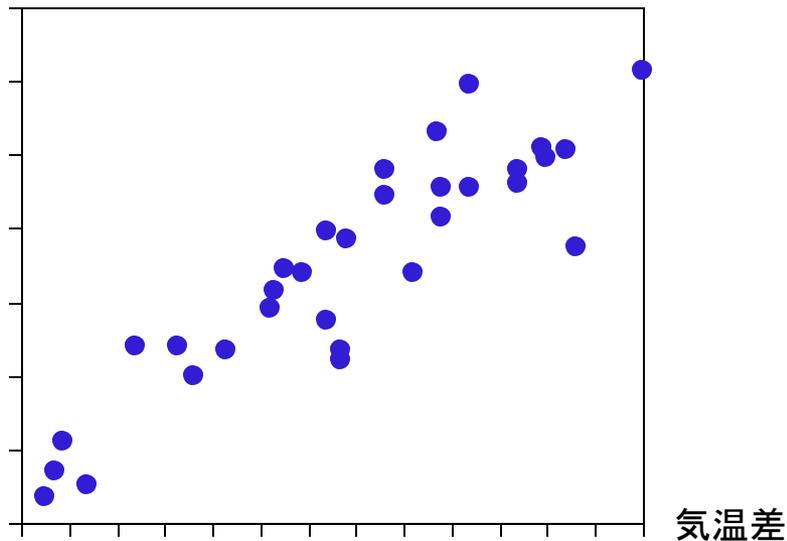
# すかいらーくの導入した分析基盤



# 新しいシステムにより大きく変わったこと

変わってないこと

売上影響



大きく変わったこと



分析が5分で終わるのか5時間かかるのかでは回せる仮説検証の数が違う

# 仮説検証を数多く回すことの意義

---

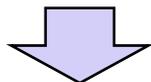
2割バッターに例えると・・・

---

10回打席に立つ → ヒット2本

100回打席に立つ → ヒット20本

1,000回打席に立つ → ヒット200本



2割バッターでも1,000回打席に立てれば  
200本安打

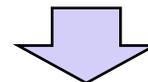
実際のビジネスに例えると・・・

---

10回仮説を試す → 儲かる施策2本

100回仮説を試す → 儲かる施策20本

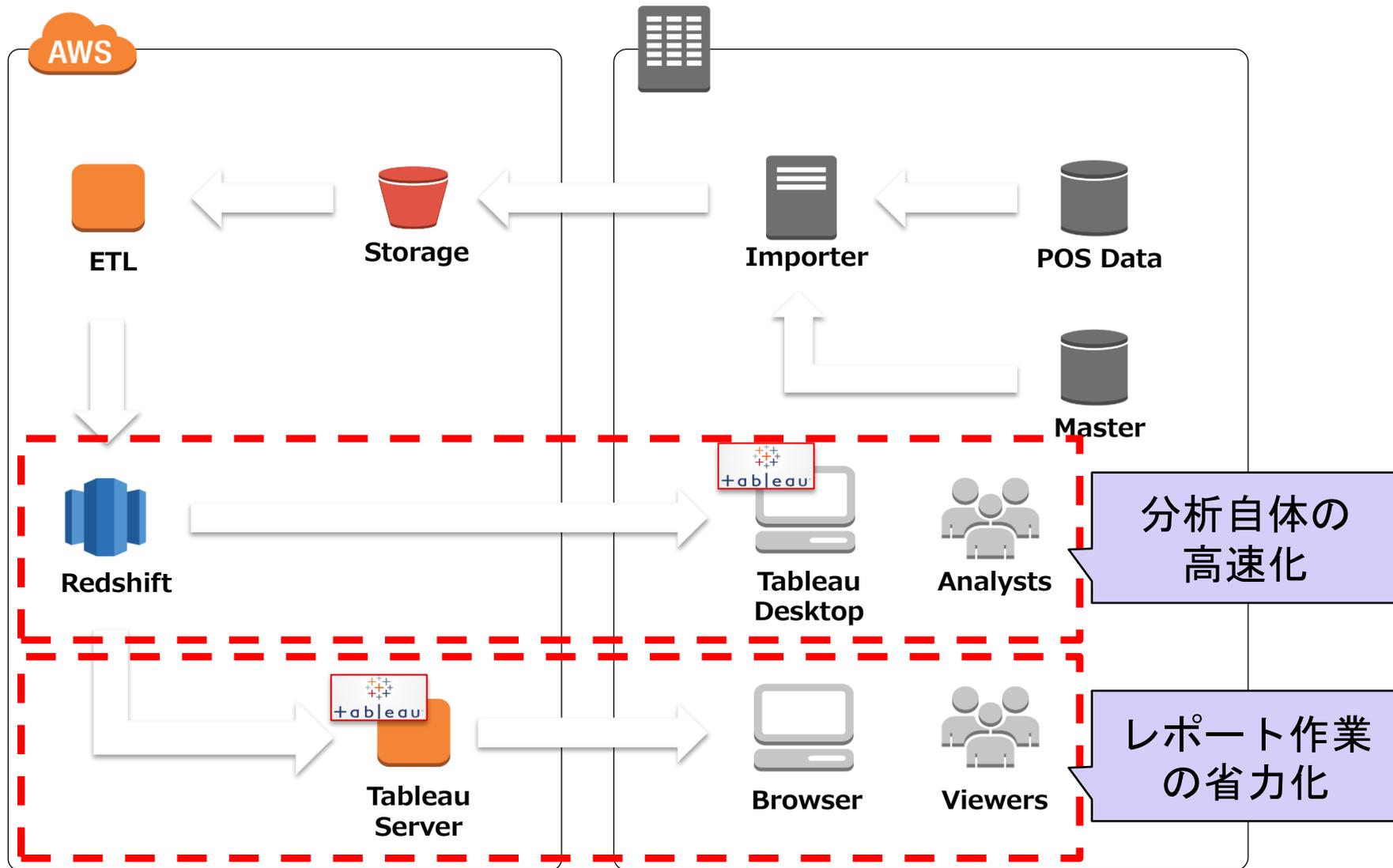
1,000回仮説を試す → 儲かる施策200本



普通の会社員でも1,000回仮説を試せれば  
莫大な利益

# 1,000回仮説検証を回すために

「人間」の時間効率をITで最大限に高める



# Redshiftを使い倒すために

新しいサービスなので自分で仮説検証することが大事

Field name		Type	Encode												length
Field name	Type	original	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	length
xxxx	date	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	runlength	runlength	delta	length
xxxx	char(6)	lzo	bytedict	runlength	lzo	raw	raw	bytedict	bytedict	runlength	runlength	runlength	runlength	runlength	length
xxxx	smallint	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	length
xxxx	char(1)	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	raw	length
xxxx	smallint	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	delta	y8
xxxx	char(1)	lzo	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	raw	y8
xxxx	char(5)	lzo	lzo	lzo	lzo	lzo	raw	bytedict	raw	bytedict	raw	lzo	lzo	lzo	y8
xxxx	integer	delta	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	y8
xxxx	integer	delta	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	mostly8	y16
xxxx	integer	delta	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	y16
xxxx	integer	delta	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	y16
xxxx	integer	delta	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	mostly16	y16
xxxx	char(1)	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	raw	raw	
xxxx	char(1)	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	bytedict	raw	raw	
Tablesize (MB)			5774	5432	4973	4976	6034	6574	5842	5972	5383	5513	4799	4799	5337
Run time (s)	1	9.51	10.39	10.6	10.56	10.03	2.93								
	2	9.35				10.9	2.11								
	3	9.54					2.98								
	4	10.64					3.11								4.4
	5						3.16								4.4
Average	9.8	10.4	10.6	10.6	10.5	2.9									4.42
Run time (s) (xxxxxxxxxyy)	1	7.31	7.1	6.79	7.11	7.93	8.45	8.5	8.7	8.33	8.3	5.21	4.57	4.4	4.42
	2	7.26	7.05	7.01	7.56	7.93	8.69	8.39	8.68	8.09	8.36	4.71	4.98	4.42	4.62
	3	7.45	7.23	6.69	7.22	7.92	8.38	8.51	8.68	8.23	8.27	4.71	4.36	4.62	4.52
	4											4.71	4.31	4.98	4.6
	5											4.72	4.33	4.52	4.6
Average	7.3	7.1	6.8	7.3	7.9	8.5	8.5	8.7	8.2	8.3	4.8	4.5	4.6		

ドキュメントを鵜呑みにしてはいけない、ということも発見  
 ・きちんと読めば分かった話ですが・・・

# サンクスジの仮説検証事例

STEAK  
ステーキ

# SCRATCH CAMPAIGN

## スクラッチキャンペーン

ハズレなし★

4/25(木) - 5/26(日)

Thanks!

ご飲食に1,000円ごとにスクラッチカード1枚差し上げます!

※スクラッチカードは全店舗に均等に配布されます。スクラッチカードがなくなり次第、終了となります。

<p><b>金賞</b></p> <p>お食事券 5,000円分</p>	<p><b>銀賞</b></p> <p>お食事券 3,000円分</p>		
<p><b>A賞</b> 熟成ロースステーキ(200g) [500円引]</p>	<p><b>B賞</b> チーズINハンバーグ&amp;ポテトフライ [500円引]</p>	<p><b>C賞</b> チキンステーキ(240g)&amp;海老フライ [500円引]</p>	
<p><b>D賞</b> カジヤ串かつのグリル トマトパスタ [300円引]</p>	<p><b>E賞</b> ジューシーチキンロースト 味噌スライスステーキ [100円引]</p>	<p><b>F賞</b> チーズ&amp;パンパルゾ [100円引]</p>	
<p><b>G賞</b> チキンステーキ [100円引]</p>	<p><b>H賞</b> 大盛りお肉のステーキ 100%ハンバーグ [100円引]</p>	<p><b>I賞</b> アイスクリーム [100円引]</p>	<p><b>J賞</b> ドリンクバー [50円引]</p>

スクラッチキャンペーン

# SCRATCH CAMPAIGN

コインでココ! を軽くこすってください

**A賞**  
熟成ロースステーキ  
(200g)  
【500円引】

※注文時にお選びください

※軽くこすりすぎると壊れる場合があります。

**有効期限 2013年6月16日(日)まで**

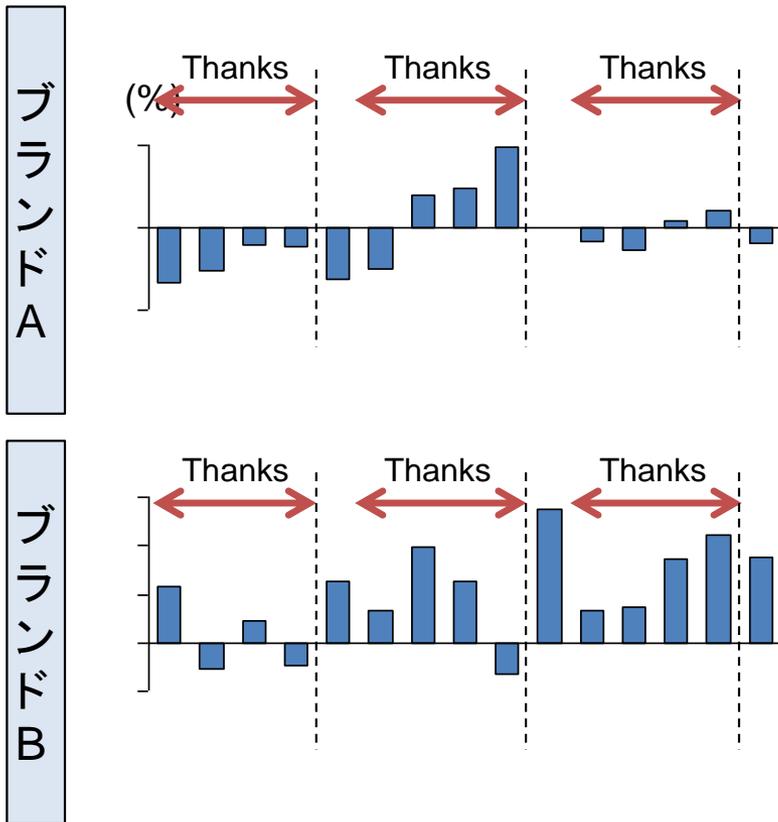
※裏面の利用方法・注意事項をご確認ください。

# 仮説構築: あるブランドでの課題の原因と対策

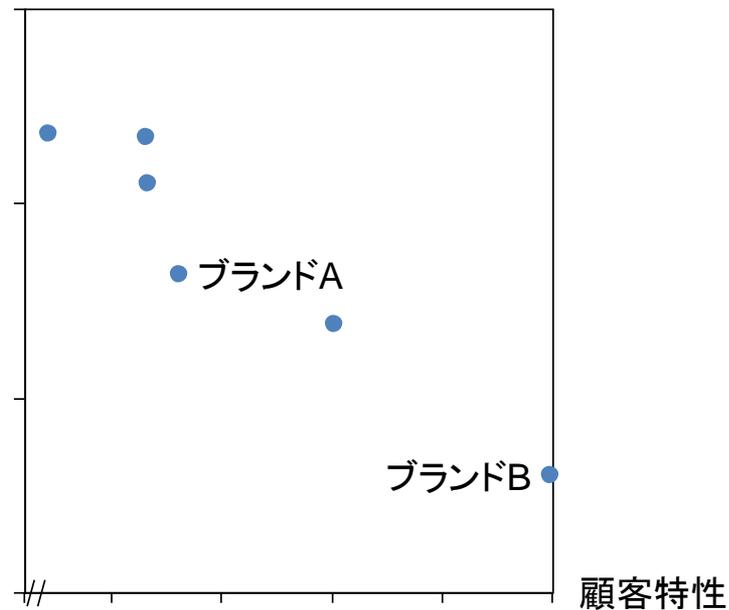
キャンペーン内容が顧客特性にマッチしておらず、効果が低かった

売上実績

ブランド間比較



効果



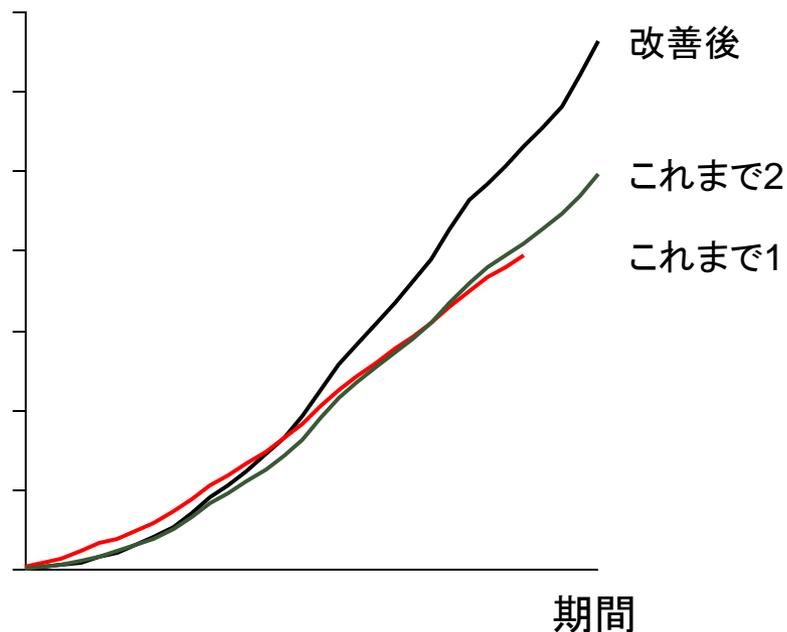
だとすると、顧客特性がXXの時はYYすべきでは

# 検証結果

ブランドごとにやり方を変えることで利益が大幅に増加することが分かった

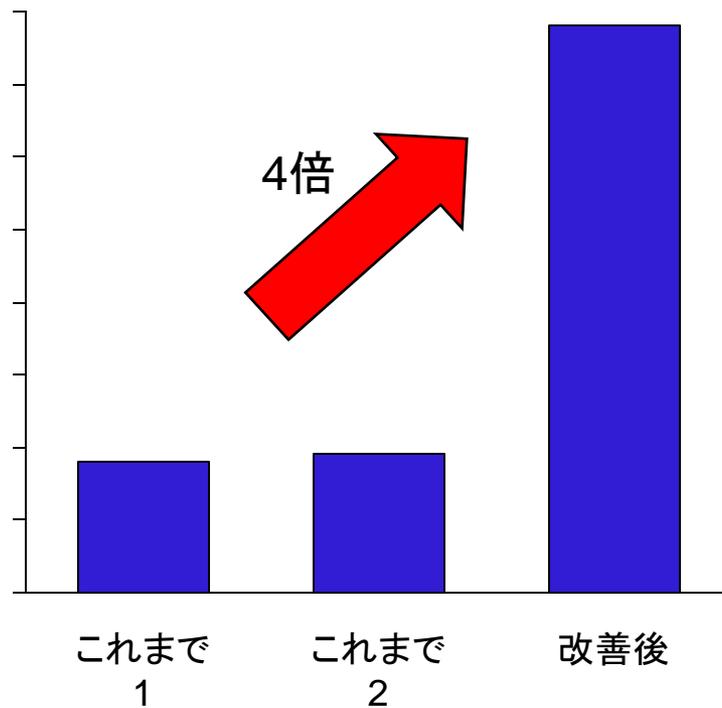
## 売上効果

### 売上効果



## 利益効果

### キャンペーン利益



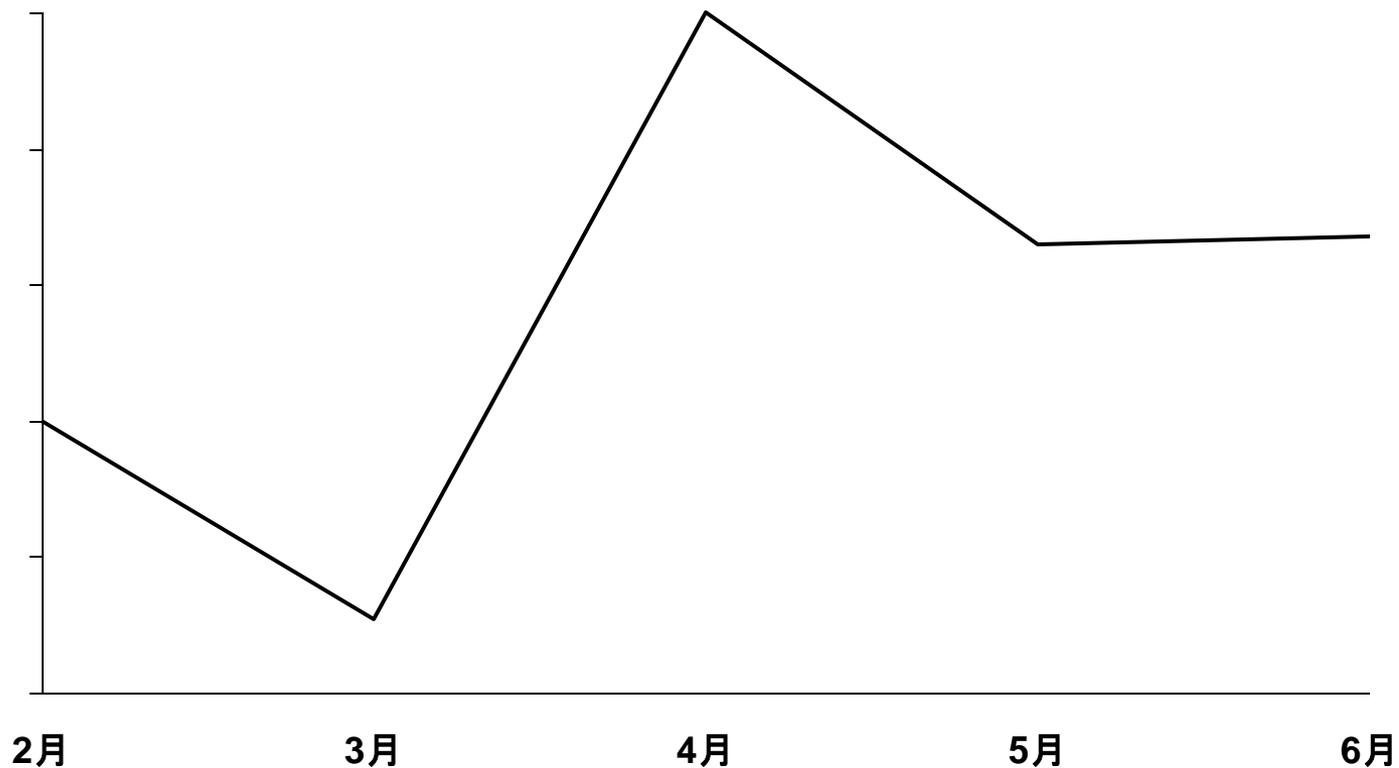
現在週に3~4つほど仮説検証を回している

・外れも多いが、小さく外して当たったものを大きく伸ばす事が重要

## 導入してからの業績推移

---

仮説検証回数を増やした効果が確実に始まっている



# 本日の内容

---

DWH構築までの道のり

DWHの徹底活用術

デジタルマーケティングへの適用

最後に

# すかいらーくにおけるデジタルマーケティング

ネットのノウハウを外食業界に！そしてさらなる顧客満足を！

現状: Web & メルマガ

今後: アプリ



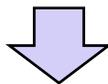
1人1人のお客様の理解  
⇒ 1人1人に最適な提案  
⇒ お客様全員の満足

## スマホアプリのポテンシャル

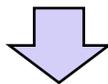
---

スマホをお持ちのお客様の6割に入れて頂ければ会員数3千万人

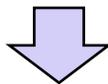
年間延べ来店客数 = 約4億人



年間UU数 = 約1億人



うちスマホ保有UU数 = 約4~5千万人



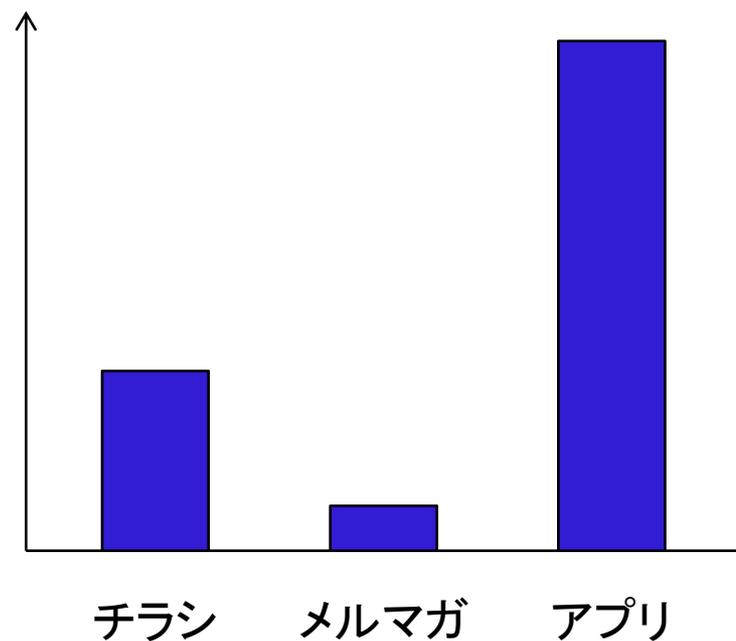
うちスマホアプリ保有UU数 = ?  
(携帯クーポンサイトの会員数は1千万人弱)

※ UU数は推定値

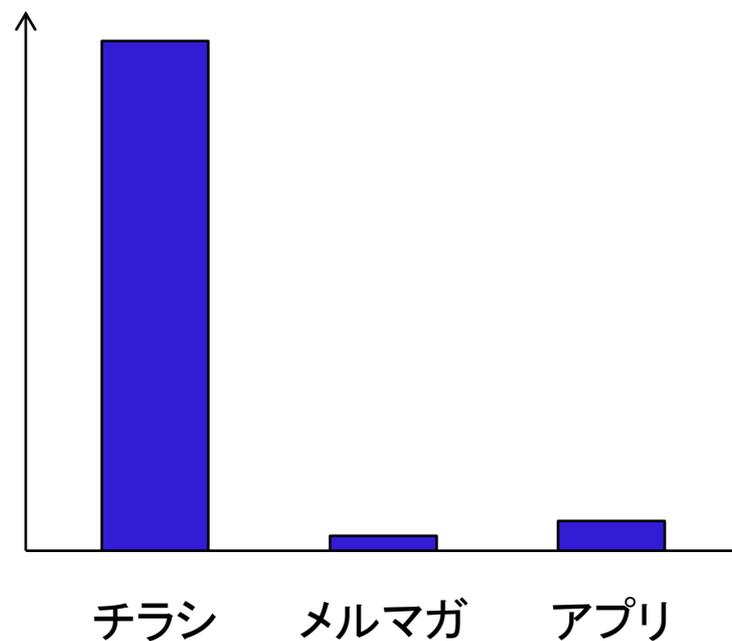
# スマホアプリのポテンシャル

中期的にROIで既存メディアの100倍を目標

売上効果



コスト



## アプリの機能

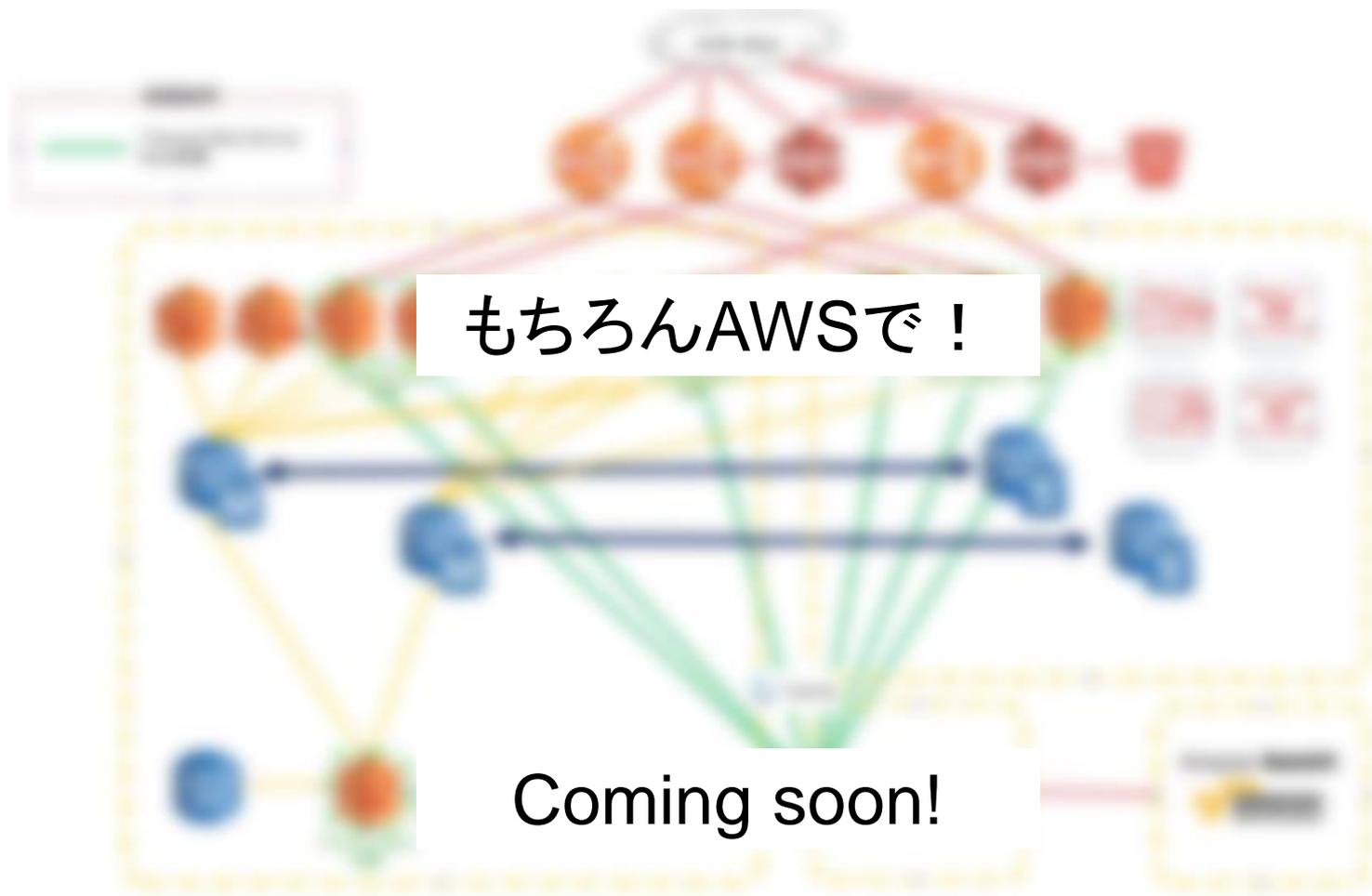
特に目新しい物はありません  
どこにでもある、至って普通のアプリです



Webサービスと同じく(というか同じで)運用が大事だと考えています

# インフラは？

---



# 本日の内容

---

DWH構築までの道のり

DWHの徹底活用術

デジタルマーケティングへの適用

最後に

## 本日お伝えしたかったこと

---

ユーザ部門の  
方々

ITは著しく敷居が下がりました  
・コスト、手間、難易度  
思い切って自分たちでやってみませんか？

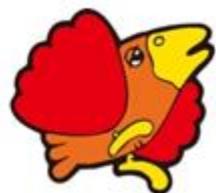
情シス部門の  
方々

ユーザ部門は無茶なことを言ったり大風呂敷を広げるかもしれませんが、サポートのほどよろしくお願いします  
後戻りできない投資さえしなければいつか成果は出ます

IT業界の  
方々

これまではIT業界でイノベーションが起きていました  
しかし、これからは「古い」と思われている業界ほど  
イノベーションを起こせると思います  
こちら側に来てみませんか？

ご清聴ありがとうございました



おみやげグループ