フィールド・マーケティングの未来の可能性

データ活用し、より効果的な店頭を演出

キャストと向き合う「原点回帰」でより良い仕組みづくりを

ソフトブレーン・フィールド

木名瀬　博　社長

店頭演出や各種メンテナンスを行うサービス「フィールド・マーケティング」の需要が高まりを見せている。ソフトブレーン・フィールドは、そういった店頭支援のみならず、全国の消費者が実際に購入したレシートを収集・集計した「マルチプルID－POS購買理由データPoint of Buy」による精度の高い購買動向や購買理由の提供サービスにも力を入れ、好評を博している。木名瀬博社長に近年の状況や今後の方向性などについて聞いた。

――昨年を振り返ってみていかがですか。

「当社の状況としては、引き続き好調に推移しました。当社のみならずフィールド・マーケティング業界全体が伸長しています。人手不足で店頭演出に手が回らなくなっていること、自社で人材を確保できないことなどから、外部に委託するケースが増えているのではないでしょうか」

――店頭演出に対する捉え方に変化はあるのでしょうか。

「メーカー様は、実売につながりやすい店頭プロモーションに費用をあてるようになっていると感じます。ウェブマーケティングの時代といってもまだまだ店頭を重視しているメーカー様も多く、テレビCMなどと連動した効果的な売り場づくりへの依頼は年々増えています。特に新しいカテゴリーの創出を図るときは、店頭発の情報発信が重要になると私も考えています」

――そういった背景で御社の注目度も高まっているわけですね。

「店頭を演出する能力、コントロールする能力は以前にも増して重視されています。我々もこれまで蓄積してきたデータを活用して細かく店頭管理を行っています。フィールド・マーケティングの専門業者がその部分に長けているという認識が、サプライチェーンの中で広まっているように感じます」

――その他、感じる変化はありますか。

「大きく変化していると思うのは、これまでメーカー様主導だった売り場づくりが、小売業様主導に一部なりつつあること。小売業様も店頭をしっかりコントロールして、売り場構成やバランスを自由に決められる体制をつくってきています。店舗スタッフだけでつくるのは難しい時代ですので、その部分は当社にとって商機になります。小売業様が店頭でのサービスを、より消費者目線にしているのは良いことではないでしょうか」

――近年、メーカーから増えている依頼内容は。

「具体的には『ドン・キホーテにまわってほしい』という依頼が随分増えました。ドン・キホーテ様は、他の業態よりも店頭のレイアウトが店舗ごとに自由で、お客様の滞在時間も長い。店頭をより魅力的に見せる必要がある、とメーカー様も考えているのだと思います。ドン・キホーテ様の地位が業界で高まっているということでしょう」

――フィールドの幅が広がっているようですが、どういった点が御社の店頭支援の特長なのでしょうか。

「大きな特長は、直接自社のスタッフでまわしている点です。キャストと呼ばれる登録者は9万人おり、約4000人の方がラウンダーとして常時活動しています。活動の人数としては国内最大規模です。大勢のキャストがいるため、地域に住んでいる人が地域の店舗をまわるだけで済むので、交通費など全体のコストが抑えられる。孫請け、ひ孫請けなどに委託するわけではないので、メーカー様や小売業様の企画の意図を迅速に店頭に反映させることができます」

――登録者数がそこまで多い理由はなんでしょうか。

「働く能力は高いものの、出産などで仕事を辞めてしまった主婦はたくさんいます。子育ても一段落して、空いた時間にやりたい分だけ仕事ができるのは、そういった方たちにとって魅力的だと思います。主婦の中には、もともと第一線で仕事をしていて、コミュニケーション能力が高い人も多い。しっかり仕事をやり切ろうとする考えも持っており、そういった方たちに、いかに空いた時間に仕事をしてもらえるか、その仕組みをもっと簡素化することで今後ますますキャストの人数は増えると思います」

――御社の業務のもう一つの柱でもあるレシートを活用したデータ分析については。一般的なデータとレシートを通した分析は何が違うのでしょうか。

「一般的な購買データは、マーケティングの分析に使うケースが多いですが、それでは全体像はつかめても、流通単位や店舗単位での動向は分からない。メーカー様も『どこのチェーンか分からないけど売れています』では、本部商談でリアリティーが生まれません。その点、レシート分析はチェーン名、店舗名が把握できます。マーケティング部門でしか使えなかったデータが、レシートを通すことで営業企画部門にも使えるようになります。最終的には、当社のキャストとの連携も生まれ、より効果的な店頭演出を実現することができます」

――商品購入後のアンケート調査も行っていると聞きます。

「売り場をつくった後の購入者アンケートを、レシートを通して取っている点も同業他社との違いです。『なぜその売り場でその商品を買ったのか』という理由が分かるので、企画に対する検証が行えます。また、店舗の属性もデータベースに取り込んでいます。例えば、売り場面積や立地だけでなく、このチェーンにはどのカテゴリーの販促物がどれだけつけられるか、このチェーンはこういった内容の販促物の採用率は低い、といった実態が統計として蓄積されます。このようなサービスも他社にはありません。無駄に販促物をつくらないでいいし、つけるべき販促物をつけるべき店舗につけるといった効率の良い営業ができます」

――昨年は本社内のレイアウトを変更されました。聞けば女性社員の声から実現したようです。

「もっと働きやすい環境を、という声から、女性社員7人ほどでプロジェクトメンバーを立ち上げ、一人で仕事ができるスペースやミーティングができるスペースの設置など、自分たちの働きやすい環境を自由につくってもらいました。その結果、社員一人ひとりが自分のやりたいことや考えていることを積極的に意見するようになったと思います。単に快適性だけでなく、社員の意識に変化が生まれたのは大きな副産物です。また、当社は育児中の女性社員も多いので、テレワークやコワーキングなども積極的に導入しています」

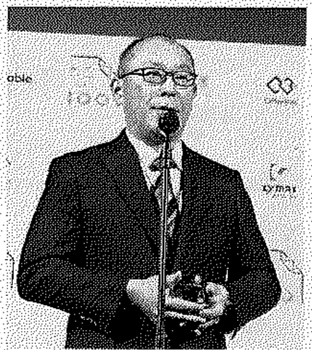
――最後に、今後の課題や方向性を教えてください。

「本質になるのは、やはりキャストの存在。登録者数は多い一方、売り上げや規模の拡大で案件が増える中、実際に働く方の人数が案件の多さに追いついていません。雑誌媒体などで追加募集するなどコスト増の状況を招いています。これは当社の課題ですが、本当に働きたい人が簡単に登録できて、簡単に仕事が見つけられ、簡単に報告できる仕組みづくりへの投資は、さほど積極的に行ってきませんでした。これまでの仕組みに追加、追加で対応してきたのが現状です」

――原点回帰が目標なわけですね。

「スマホの普及で、今は多くのことが感覚的に取り入れられる時代です。いま一度キャストとのコミュニケーション強化を図ることが今年の大きな目標です。空いた時間に働きたいと思う人は多いはず。もっと簡単に登録できて働ける仕組みをつくることが重要になります。高齢化が進み、海外からの移住者が増える中、そういった人材を活用すれば、日本もまだまだ元気になるのではないでしょうか。また、これまで、働きたい人にその機会を提供して『ありがとう』と言われることが非常に身近な光景でしたが、規模が大きくなったことでそういった感が薄れつつあります。改めて今の社員にもキャストから感謝される嬉しさを体感してもらいたい。そういう意味でも今年は原点回帰の年にしたいと考えています」

働き方を"選択できる"仕組みづくりで部門賞



授賞式に出席した木名瀬社長

登録者が選択した場所や時間、種類、量において働く機会を提供する「フィールド・クラウドソーシング」事業を展開するソフトブレーン・フィールドは、一般社団法人at Will Workが主催する「Work Story Award2019」のテーマ部門賞「働きがい・モチベーション・エンゲージメント」を受賞した。

同アワードは"働き方を選択できる社会づくり"の実現を目指したものの一環で「働くストーリー」を表彰する5年間限定のプログラム。

受賞ストーリーのタイトルは「フィールド・クラウドソーシングが実現する持続可能な働き方＝『サステナブル∞ワークスタイル』」。働く意欲のある女性が「出産後正規雇用での再就職が年齢的に難しい」「まとまった時間が取れない」「勤務地まで通うことが難しい」といった様々な理由で働けない現実に着目。「好きな場所で、好きな時に、好きな仕事を、好きなだけ」働くことができたら、という主婦の思いを汲み取り、持続可能な働き方や、やりがいを提供するフィールド・クラウドソーシングの仕組みを構築した。

現在キャストと呼ばれる登録者数は9万人以上。主婦を始め、男性や60代以上の人も活躍しているという。2018年からは「サステナブル∞ワークスタイルプロジェクト」を社内に発足。持続可能な働き方の推進、いくつになっても仕事が生きがいとなる社会への発展に貢献している。

同アワードの審査員からは「人生100年時代など暮らし方・働き方が変化していく中で、持続可能な社会の発展を築くには、ライフステージに寄り添ったワークスタイルの選択やフレキシブルな勤務形態など、一人ひとりの個性が活かせる環境の整備と、多様な働き方ができる体制が必要。この取り組みは、働く時間や環境に制限はあるけれども、働きたいという意志を持つ人が、働きがいややりがいを感じながら働ける場を創出している点を評価した。また、あらゆる世代の9万人という多くの人々に、新しい働き方と働きがいを提供されているという規模感の大きさも評価に値する」との声が上がった。