

# 大学生協のデジタルマーケティング

## — 決済データとスマートフォンの関係によるサービス —



NRIネットコムは1991年の会社創立時から、全国大学生協同組合連合会所属の大学生協（東京地区を除く）のPOSシステムなどを構築し、最近では決済データとスマートフォンアプリを関係させたサービスを提供するシステムも構築している。本稿では、大学生協の新しいマーケティングの取り組みについて紹介する。

NRIネットコム コー・ネット事業本部  
コー・ネット事業推進部 事業推進課長

きむら ゆうぞう  
木村 勇三

専門は企画・営業マネジメント、大学生協向け営業

### 大学生協での新しいマーケティングの取り組み

大学生協の中には電子マネーによる決済率が90%を超える店舗がある。システムには、誰が、いつ、どこで、何を買ったかという情報が蓄積され、これらの膨大な決済データを分析すれば、商品の販売動向を把握することも可能になってきた。一方、学生にはスマートフォンが浸透し、これまでダイレクトメールやEメールで行ってきた販促がスマートフォンアプリを利用したものへと切り替わってきた。

決済データの分析によって組合員のニーズを発掘し、スマートフォンアプリを活用してニーズに合ったサービスを提案する取り組みを始めた大学生協も現れている。ある大学生協では、店舗での電子マネーの利用回数に応じて組合員をセグメントに分け、「ある商品を購入したら、その金額に応じてポイントを進呈します」（提供するポイントなどはセグメントによって異なる）といった情報を、スマートフォンアプリを通じて組合員に配信し

ている。組合員は店舗でその商品を購入することによってポイントを獲得できる。

### 組合員提案型のCLO

クレジットカードやデビットカードなどの会員に、利用履歴に応じた特典を提供することをCLO（Card Linked Offer）という。CLOはビッグデータ時代のマーケティング手法の1つであり、カード会員の年齢や性別、住所といった属性情報や利用履歴などの多種多様なデータに基づいて顧客分析を行い、個々の会員のニーズに適合した優待やポイント還元などのサービスを提供するものである。これを大学生協の電子マネーに適用したのが上述のサービスである。

事業者にとってのCLOのメリットは、バッチ処理によって同じポイントを全員に発行するなどの“ばらまき”型のサービスとは異なり、配信した特典の効果を利用履歴に基づいて検証することが容易なため、販促企画の有効性を高めていけることである。

大学生協におけるCLOも、一般的な決済

連係型クーポンと同様の要素を持つが、その特徴は「デジタルマーケティングの要素を含んだ“組合員提案型”のCLO」といえる点である。例えば、販売履歴データから、ある時間帯に集中的に購入される食堂のメニューを割り出し、その時間帯を避けてそのメニューを購入したらクーポンが得られることをスマートフォンなどを使って知らせる。こうした提案によって利用時間帯を分散させられれば、それは組合員の利便性も向上させることになる。

また、きちんと朝食を取ったり、必要な栄養をバランスよく摂取したりできるようにする食育や、勉学に必要な書籍など、大学生協ならではの提案に電子マネーのデータを活用することも可能である。

特典や提案を組合員に届けるためには、学生にとって非常に身近な存在であるスマートフォンのアプリを利用することが有効と考えられる。例えば、組合員が学生証や組合員証などで電子マネー決済する際に、アプリを通じて自動的に特典が適用されるようにすることなどである。こうすれば、精算時にスマートフォンの画面を見せる必要もなく、特典を利用し損なうこともない。

組合員にとってのCLOのメリットは、自分のニーズに合った特典が得られやすくなることであり、スマートフォンと組み合わせることでサービスの価値がより高まる。

大学生協の側では、組合員のセグメントに応じた商品単位の高精度のキャンペーンや、複数店舗にまたがった販促企画の提案も可能となる。また、物理的な特典の発行に要する手間が不要になり、特典利用に関する処理は

自動的に行われるため、現場スタッフの手間も軽減される。

### 最適な特典設計を可能にするために

CLOでは、対象者に的確な情報や価値の高い特典を提供するための“特典設計”が重要である。そのために、さまざまなサービスにおける利用履歴、決済履歴のデータを関係させることが必要になる。

また、規模も事業環境も異なる多くの大学生協のシステムでは、汎用的な特典設計のほかに、組合員や現場スタッフの意見も取り入れながら、各生協の特徴に応じた独自の特典設計ができることも求められる。同時に、現場スタッフが、スマートフォンアプリを活用したサービスの提供や、各種ソリューションのデータに基づいたマーケティング活動をルーチン化できるように、システムでサポートしていくことも必要である。

NRI ネットコムでは、POS、電子マネー決済、組合員情報管理のシステムをさらに他のシステムと関係させていくことも検討している。また、大学生協のサービスだけでなく、組合員が利用しているさまざまなサービスのアイデンティティ情報（IDやパスワード）を一元管理することにより、これまで以上に価値の高い多様な提案を組合員に行っていくことも展望している。このように、NRI ネットコムは、さまざまなシステムのデータを有効活用した、利用価値の高いサービスを実現するトータルソリューションを、お客さまと共に追求していくつもりである。 ■