

# メディアショップ「ゲオ」の 成長を支えるBI基盤を新たに構築



データドリブンな意思決定を加速

**Strategy**<sup>®</sup>  
In partnership with

ゲオグループが展開するメディアショップ「ゲオ」では、全国約1,000店の店舗網でゲームやCD、映像ソフトなどの、レンタル/販売事業を行っている。その店舗運営を支援する株式会社ゲオでは、データに基づいた判断や意思決定を加速させるべくMicroStrategyを導入。商品の販売実績管理や予実管理、在庫分析などの業務を迅速、かつ的確に実施できる環境を実現している。

## 導入効果

### 属人的管理から脱却

エンタープライズBIの導入により属人的なデータ管理からの脱却に成功

### 的確なアクション

売上/在庫状況の変化などを元的に確かなアクションを起こすことが可能に

### 作業時間の短縮

レポート作成時間を大幅に短縮するなど業務効率化/生産性向上に寄与

## 課題

創業時の祖業であるビデオレンタル事業を皮切りに、DVD/ブルーレイ、ゲーム、モバイル、コミック、家電、パソコンと、幅広い領域にビジネス領域を広げてきたメディアショップ「ゲオ」。現在は全国1,000店の店舗ネットワークを展開し、レンタルや新品/中古品の販売、買取などの事業を行っている。

「インターネットやデジタルデバイスの普及が進んだことで、長年にわたり当社の屋台骨を支えてきたレンタル市場も、大幅な伸びが期待しにくい状況にあります。そこで現在当社では、今後の成長を牽引する新規商材の開発に力を入れています」こう語るのは、ゲオ、ゲオモバイル、セカンドストリートなど、ゲオグループが展開するショップの店舗運営支援を担う株式会社ゲオの田中正志氏だ。「私自身はゲオの支援を担当していますが、各店舗ともそれほど面積が広いわけではありません。それだけに、売れる商材をいかに棚に並べるかが非常に重要になります」と田中氏は続ける。

こうした取り組みを進める上では、各商材の売れ行きや在庫状況などを正確に把握することが必要だ。しかし以前は、ここに大きな課題を抱えていた。田中氏は当時の状況を「かつては商品部の各担当者が、それぞれの販売状況などを、個別にデスクトップDBや表計算ソフトなどで管理していました。このため、各商材の業績データが必要になった場合も、その都度担当者に問い合わせなくてはなりません」と振り返る。業績会議で使われるレポートやグラフのフォーマットも担当者ごとに異なっており、同じ軸で評価することも困難だったという。

このように属人的なデータ管理を行っていたのでは、その時々状況に応じた施策をタイムリーに展開できない。「私は元々システム部門に所属していましたので、無償の可視化ツールを使って簡易的なダッシュボードを作ったりもしました。しかし、これもドリルダウンなどの操作までは行えず、機能面での不足を感じていました」と田中氏は話す。

そこで、次のステップとして目を付けたのが、エンタープライズBIツールの導入である。「当時最も問題と感じていたのが、現場スタッフとマネジメント層の間で情報が連動していないということです。従来の仕組みでは、ある商材が本当に売れているのか、それとも何らかの手を打つ必要があるのかを、マネジメント層が客観的に判断できない。しかし、全員が同じデータに基づいて対話できれば、状況把握から意思決定までのサイクルをもっと早く回せます。この結果、問題に早く気付くことができますし、的確な指示を素早く出せるようになります」と田中氏は語る。

## ソリューション

BIツールの選定にあたっては、「一元的な数値管理が行えること」「スモールスタートができること」「小売業で実績があること」「動作が軽快であること」などが要件として掲げられた。これらを満たせる製品を探すべく、展示会やイベントなどにもしばしば足を運んだとのこと。その結果選

### 株式会社ゲオ

「Change as Chance」を創業以来の社是として掲げるゲオグループ。1986年にビデオレンタルショップとして創業した当社では、身近な暮らしをもっと豊かに、楽しくするためのチャレンジを展開。現在では、リユース、オフプライス、モバイル、メディア、オンラインなど、幅広い分野に事業を拡大している。その中でも、広く親しまれているのが、全国約1,000店の店舗ネットワークを有するメディアショップ「ゲオ」だ。グループ中核企業の一社である株式会社ゲオでは、これらの店舗に対する運営支援や卸売を担当している。



メディアショップ事業を成長させていく上では、良い商材を伸ばすと共に、問題に素早く気付いて対処できる仕組みが必要です。これを実現する上で、MicroStrategy が大きく貢献。全員が同じデータに基づいて的確な判断や意思決定を下せるようになりました。

株式会社ゲオ  
リテール商品部  
ゲオ在庫管理課

田中 正志 氏

ばれたのが、MicroStrategyであった。

「MicroStrategyのセミナーで大手小売業の方の講演を聞く機会があったのですが、各商品をどのようなレポートで管理しているのか、その結果社員の行動がいかに変わったかを非常に明快に述べられていました。これはまさに、我々がやりたかったことそのものです。この時点で、エンタープライズBIを導入するなら、MicroStrategyしかないと感じました」と田中氏は明かす。

また、こうした実績に加えて、スモールスタートの面でも大きなアドバンテージがあった。田中氏は「我々はユーザー部門ですので、システム部門のような多額のシステム投資ができるわけではありません。その点、MicroStrategyであれば、最小限のライセンスから始めて、効果を感じられた段階で拡大するという手が取れます」と語る。加えて、外部評価機関から高い評価を獲得していることも大きな後押しとなった。

社内にはセルフサービスBIを推す声もあったが、これはあえて避けたとのこと。田中氏はその理由を「たとえば、現在ではバイヤーにもライセンスを配布していますが、セルフサービスBIだと、月曜朝に出社して自分で前週のデータをサマライズするところから始めないといけません。すると、実際に仕事に取り掛かれるのは、午後からといったことになってしまいます。これでは本末転倒です」と説明する。

現場のユーザーの仕事は、データを作るのではなく、データから得られた洞察を成果につなげていくことだ。これを実現するためには、全社のデータを統合的に管理・活用できるエンタープライズBIが不可欠である。「処理能力の面で考えても、MicroStrategyの方が圧倒的に有利です。実際に、我々の業務では2,400万レコードに及ぶデータを利用しますが、当時対抗馬として上がったセルフサービスBIツールでは、これだけのデータを処理することができませんでした」と田中氏は続ける。

## 成果

もっとも、社内導入を進めていく上では、解決すべき課題もあった。それは分析用のDBをどうやって準備するかという点だ。「当時は商品部が自由に使えるDBが存在していませんでした。そこで、新たなDBを早急に用意する必要に迫られたのですが、基幹システムの生データをそのまま持ってきても使いにくい。か

といって、むやみにシステム部門が管理するDBを使わせてもらうわけにもいきません」と田中氏。幸いこの点については、システム部門の協力が得られ、必要なテーブル群の洗い出しを行い、商品部専用のDBを構築後、データの転送をしてもらっている。これらをMicroStrategyで一元的に統一／管理する事で解決できた。「レポートやダッシュボードの作成については、MicroStrategyのコンサルティングも積極的に活用。小売業の経験も豊富なので、的確なアドバイスを頂けました」と田中氏は語る。

現在では、商品部のゼネラルマネージャーやマネージャー、バイヤーなどのユーザーにライセンスを配布。分類別売上速報や商品売上速報、予実達成状況、単品業績データなど、それぞれの用途や目的に応じた形でデータ分析／利活用が進められている。

「たとえば分類別売上速報では、担当商材の売れ行きがどのように推移しているか、対前年かどうかといったことを一目で確認できます。この結果、もし数字が下がっていれば、その原因は何なのか、どう対策すべきかといったアクションに速やかにつながられます」と田中氏は説明する。このようなプロセスは、各担当者が個別にデータを管理していた時代には、とても望めなかったものである。

また、商品売上速報も、効果的な商品販売戦略の立案に寄与。「当社の店舗では中古品の買い取り／販売も行いますので、新品と中古の値付けを適切なバランスで行わなくてはなりません。その点、このダッシュボードを見れば、それぞれの売れ行きや在庫状況が可視化されていますので、最適な価格を設定することができます」と田中氏は続ける。

業務効率化／生産性向上面での効果も大きい。たとえば、店舗別欠品数ランキングを作成する場合、従来は表計算ソフトで1時間以上掛かっていた。これが現在では、ほぼ一瞬で作成することが可能だ。データに基づいた意思決定を行う風土も着実に根付いており、MicroStrategyのレビュー数も導入から3年で約30倍に伸びている。

とはいえ、現在の状況がゴールだとは考えていないとのこと。田中氏は今後に向けた展望を「将来的には店舗でもデータを見られるようにしたいですし、現場スタッフや経営層向けのレポートもさらなる充実が必要です。より有効にデータを利活用できるよう、今後も改善に努めていきたいですね」と述べた。

**Strategy**<sup>®</sup>  
In partnership with

マイクロストラテジー・ジャパン株式会社  
〒102-0082 東京都千代田区一番町13-1  
新半蔵門ビル2階  
問い合わせ先: info-jp@microstrategy.com

Copyright ©2025 MicroStrategy Japan Inc. All rights Reserved.

MicroStrategy Inc. は企業向けアナリティクスとビジネスインテリジェンス (BI) プラットフォームを提供する世界的なプロバイダーです。MicroStrategy製品が提供する一貫したデータ分析により、企業は直観ではなくデータに基づいた意思決定が可能となり、企業競争力を高めることが可能になります。

マイクロストラテジー・ジャパンは、MicroStrategy製品を販売・保守・教育・導入支援コンサルティングサービスを行う日本人です。

<https://www.microstrategy.com/ja>