

Marketmax社買収で 流通業界向けBIソリューションを強化

流通企業の競争優位実現のために

個人消費の低迷や商品価格の下落、そして競争の激化など、流通業界を取り巻く環境は厳しい。各企業は、ビジネスの形態や店舗サイズ、商品の取り扱い、顧客サービスなどについて、競争に打ち勝つためのさまざまな試みを行なっている。Gartner社のHung LeHong (Research Director) は、「今日、多くの流通業者が、分析ツールを使用して、顧客と販売の傾向分析を行なっています。しかし、本当のチャレンジは、そこで得られた洞察力を実際の行動に移すということだといえます。各企業は、洞察力と現実のビジネス活動とのギャップを埋めるのに役立つテクノロジーを、今後ますます強く要望するようになるでしょう」と語っている。2003年10月に発表された、SASによるMarketmax社の買収は、まさにそうしたニーズに応えるものである。プランニングから分析、予測、最適化まで、流通業だけに焦点を当てた統合ソリューションの実現によって、すべての流通業者およびそのサプライヤーの競争力強化をサポートする。

SASとMarketmaxのシナジーで ビジネス成功をサポート

Marketmax社は、先進的な流通業向けプランニング作成・最適化ソリューションを提供してきた大手ソリューション・プロバイダーである。同社の統合アプリケーション「Retail Merchandise Planning」は、The Home Depot、Lowe's、Marks & Spencerなどの世界的な流通企業に導入されている。そして、値引き件数の削減、品揃えの最適化、在庫投資回収率の最大化などを支援してきたのである。こうした先進のソリューションや業界の深いノウハウと、世界をリードするSASのBI(ビジネス・インテリジェンス)ソフトウェアを統合することによって、他に類を見ない製品とサービスが実現する。将来の動向を素早く予測し、需要にそくした適切なマーチャンダイジングのサポート、またよりスマートな意思決定や顧客満足度の最大化、さらには収益性や競争力の強化をはかっていくことが可能になるのである。

これからも業界特有のニーズに応える、 優れたBIソリューションを展開

業界特有のニーズに応えるBIの提供は、SASが掲げ続けているビジョンでもある。BIとは単にツールを導入することではなく、それぞれの業界や業務の固有ニーズにきめ細かく応えていくことなのである。今回の統合は、そうした本当の意味でお客様を支援するという企業理念にもとづくアクションであるといえる。SASの社長兼CEOであるJim Goodnightは次のように語っている。「純粋に流通業界に特化した分析・予測・最適化ツールの統合性と深度。また、顧客インテリジェンス、オペレーション・インテリジェンス、マーチャンダイズ・インテリジェンス、エンタープライズ・インテリジェンスといったソリューションの幅の広さは、他のどのベンダーも提供できないものです。SASを選択する流通企業および消費者製品サプライヤーの皆様は、今後も競争優位を実感し続けることができるでしょう」。

MARKETMAX ACQUISITION REVOLUTIONIZES RETAIL