

Salesforce 導入により、顧客情報を一元化

顧客と長く・深い関係を築くために、 変化に対応できるデータ連携基盤を整備

自然志向のスキンケア / メイクアップ化粧品などの企画開発から販売までおこなうハウス オブ ローゼ。180 店舗にのぼる直営店を運営し対面での接客を強みとしているが、顧客情報やポイントは店舗ごとに管理され、店舗間で連携できていないことが課題だった。この状況から脱却すべくシステムの刷新を決断、Salesforce を導入することに。パートナーとして構築・移行を任せたサンブリッジ社からの提案を受け、データ連携基盤に HULFT Square を採用。データを活用し、顧客との関係をより深めるための基盤整備に成功した。



店舗や業務システムに分散する顧客データを集約し、変化に対応できる基盤を整備したい



- ・顧客情報、売上情報などを DWH に集約、店舗間での共有が可能に
- ・集計・レポート作成が自動化されたことで、手作業での集計・レポート作成がゼロに
- ・HULFT Square はメンテナンス性も高く、内製化につながる環境を実現



HOUSE OF ROSE

対面接客の強みを活かすためにも、システム刷新は不可欠

1978 年の 1 号店オープン以来、ハウス オブ ローゼでは厳選した植物由来成分の原材料を使用し、安全性や低刺激にこだわった商品を提供し続けてきた。お客様の手を顔に見立てて実際に商品の使い心地を体験してもらう「ハンドウォッシュ」を原点に、対面での接客・コミュニケーションを重視することで顧客との深い関係を築いてきた。しかし、顧客情報は店舗ごとに管理しており、ポイントも含め店舗間で連携できていない状況だった。

「いつも商品をご利用いただいている方も違う店舗では“初めてのお客様”になっていました。利用している商品やお肌の情報なども共有されておらず、貯めたポイントを使うこともできません。改善してほしいという声はお客様からも寄せられていました（倉本氏）」

コロナ禍により対面接客の強みを活かさない期間を経て、再度自社の強みを取り戻すためにも、どの店舗でも同じようにサービスを受けられる仕組みは必須だった。しかし、既存の基幹システムはパッケージ製品をベースとしながらも、フルスクラッチでカスタマイズしており、この戦略変更に対応することは難しい。

「時代の変化にもスピーディに対応するにはシステムを根本的に変えるしかありません。目指したのは、目的ごとにそれぞれ強いシステムやサービスを利用して、互いに連携させる構成です。あわせて、データ連携や変換・加工についても都度スクラッチで開発するのではなく、ETL ツールなどで展開する仕組みを整えたいと考えました（倉本氏）」

● 信頼性・可用性・メンテナンス性など各種条件を満たした「HULFT Square」

まず、顧客情報を集約するCRMにはSalesforceを採用した。「さまざまなリサーチをしましたが、顧客情報を一元化してデータの“原資”として扱うには、豊富なノウハウがあるSalesforceがよいという結論になりました。業界内の実績も豊富で、Salesforceが培ってきた知見がサービスに反映されるだろうという期待もあります（倉本氏）」そして、Salesforceからの紹介で出会ったのがサンブリッジだ。全体の道筋やスケジュール感、予算も踏まえて最大限できることについて具体的な提案があり、全幅の信頼を置いて



株式会社ハウス オブ ローゼ 管理本部
情報システム部長

倉本 剛 氏

Salesforceの導入支援を依頼した。

今回のシステムの全体像としては、新たにSalesforce（CRM）を中心に、Heroku（DWH）、Tableau（BI）を構築し、既存の基幹システム、Web-POSからデータを連携する構成となる。このデータ連携の基盤としてサンブリッジが提案したのが日本発のiPaaSであるHULFT Squareだった。「HULFTは実績のあるブランドですし、Salesforceとの連携もローコードで実装できます。今回はCSVファイルとSalesforceへのデータ連携のみですが、そのほかの連携コネクタも豊富にそろっているため、将来的な拡張にも対応可能です。私自身、以前DataSpiderを利用した経験があり、開発のしやすさは実感していました。DataSpiderの流れを汲んだツールということで、この点も安心感がありました（戸倉氏）」事前に複雑な設計をおこなう必要がなく開発期間を抑えられる点も魅力だったという。

「もともとデータ連携ツールも含めてオンプレミスではなくマネージドなクラウドサービスを利用したいと考えていました。信頼性・実績・メンテナンス性・可用性などツールに求めるさまざまな条件も踏まえての提案だったと思います。サンブリッジを信頼していたこともあり、HULFT Squareも迷うことなく採用を決めました（倉本氏）」

● 使いやすいGUIで、複雑なマッピング、重なる変更にも柔軟に対応

しかし、いざ実装となると一筋縄ではいかない部分も出てくる。フルスクラッチでカスタマイズしていた既存システムは、データの状況を解析しにくい状態だった。Web-POSのデータとあわせて、顧客情報を一元化するには、まず既存システムを紐解かなければならない。

「20ほどのテーブルがあり、項目数もかなり多く、これらを漏れなくマッピングしなければなりません。基幹システムをDWHへと1対1でつなぐだけならば、比較的マッピングも容易ですが、今回はさらにWeb-POSとも連携します。細かい点ですがデータ型や桁数など1つずつ合わせていくのはかなり手間がかかりました（益倉氏）」

開発期間はおよそ1年、ゼロベースで進めるにはあまりにもタイトだ。マッピングが終わっても、いざデータを流したら、想定した結果と異なることもあった。「合算すべき項目が含まれていないなど、その都度なにか間違っているのかを紐解き、修正していきました。完成に近づいてから気づくことも多く、サンブリッジと相談しながら調整をおこないました（川津氏）」

こうして調整を繰り返すと「ただし、これは省く / 追加する」のように条件がどんどん増えてしまうため、途中で複雑になりすぎないように見直しながらの作業となった。

「HULFT Squareはデータをどうマッピングしているのかを一目で把握できますし、こういった変更にも柔軟に対応でき



株式会社ハウス オブ ローゼ 管理本部
情報システム部 情報システム課

川津 星奈 氏

ます。見直しや整理のときにも使いやすく、大変助かりました（益倉氏）」Salesforce 側の導入・データ移行などもスケ

ジュール通りに進み、2024年8月、無事にリリースを迎えた。

● データが自動で連携され、集計・報告を待たずに最新の情報を確認できるように

今回の開発により、基幹システムやWeb-POSから、Heroku・Salesforceまでデータを連携・同期する環境が整った。これらのデータを分析・モニタリングするため、Tableauのダッシュボードも実装している。また、ポイントカードもLINEのデジタル会員証に移行。こちらもスムーズに移行が進み、既存会員のうち約半数はデジタル会員証に登録済みだという。「Web-POSの売上情報やポイント情報はDWHのAPIを利用してリアルタイムに連携しつつ、最終的

な売上・在庫やマスタなどの業務データはHULFT Squareにより夜間に一括連携する2段階のフローとしています（戸倉氏）」

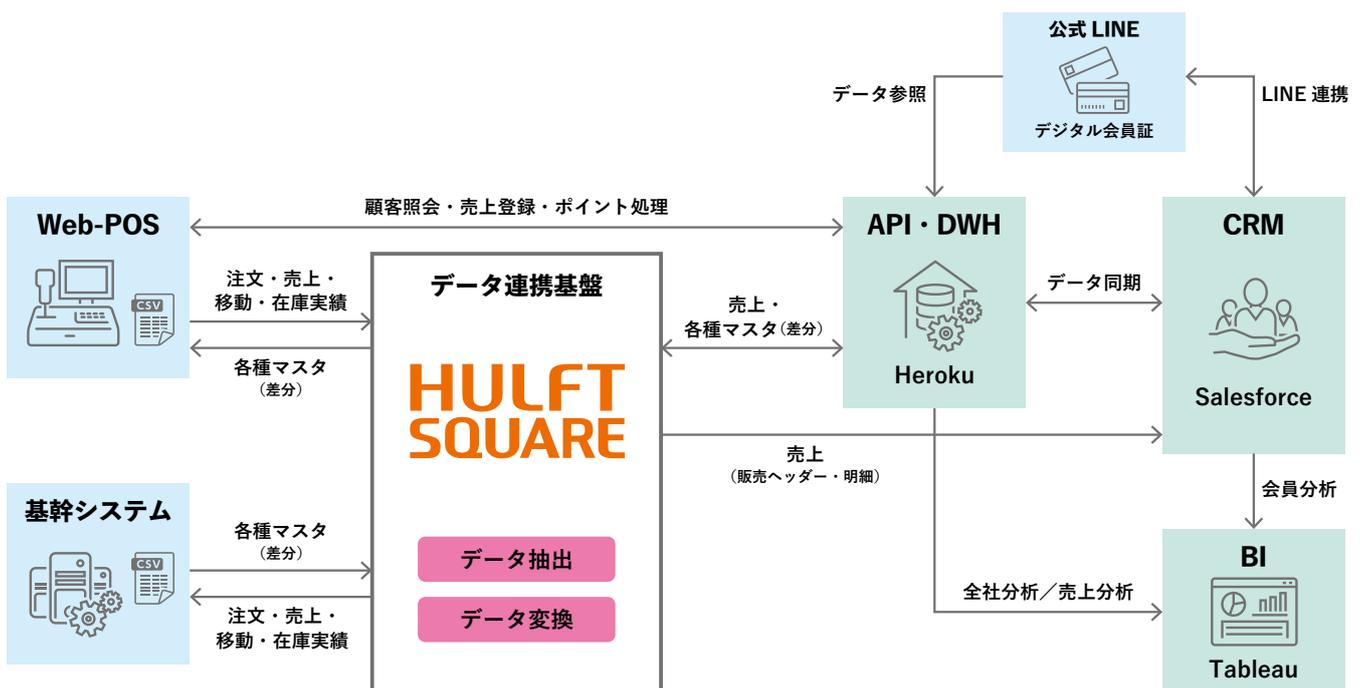
これにより、顧客や売上などの最新情報をSalesforceから確認できるようになり、手作業で対応していた集計や報告などの業務が不要になった。「特定の商品の販売状況などもSalesforceから簡単に検索できます。各店舗のマネージャーに支給しているタブレットからも確認でき、現場からの報告を待つ必要がなくなりました。社員からは『こんなにラクになるのか』という声も寄せられていて、業務を一般的な小売業の仕組みに近づけられたと感じています（倉本氏）」

とはいえ20年ぶりのシステム刷新であり、リリース直後は戸惑いも多く、店舗スタッフが慣れるまでは時間もかかった。「タブレットから売上が確認できるなど新しいシステムの便利さに気付いてからは、スムーズに浸透していきました。導入から半年が経って操作にも慣れ、これからはデータをどう活用すれば顧客との関係強化や売上アップにつながるかを検討するフェーズに入ります。各店舗から『こういうことができないか』という要望もあがってきているので、今後真価を発揮できるはずだと考えています（倉本氏）」



株式会社サンブリッジクラウドインテグレーション事業部
ストラテジックアカウントグループ

戸倉健太氏



● 内製化推進の観点でも、HULFT Squareの使いやすさはメリット

また今回のプロジェクトでは設計思想のひとつに内製化推進を挙げており、将来的にはデータ連携も自社で内製できる体制を目指す。「データ連携ツールを活用したのもこの思想がベースにあります。現状、HULFT Squareの運用・メンテナンスはサンブリッジに任せていますが、これらも自社で対応できるようにしたいと考えています。フルスクラッチ環境と比較して、HULFT Squareは変更にもスピーディに対応できますし、内製へと舵を切る下準備はできたと思います（倉本氏）」
GUIによりローコードで実装でき、データの処理を可視化できるHULFT Squareは、どうデータが連携されているのか、どこでトラブルが起きているのかなどを把握しやすい。慣れればメンテナンス対応も容易だ。「たとえば、今回も夜間バッチに時間がかかり、想定時間内に終了しないというトラブルが起きたのですが、時間がかかっている処理をログから簡単に特定でき、『処理の一部を切り出して別スケジュールで実

行する』といった対応もすぐにできました。内製化を進めるにあたって、こういった『使いやすさ』のメリットは大きいと思います（益倉氏）」



株式会社サンブリッジクラウドインテグレーション事業部
ストラテジックアカウントグループ

益倉琴乃氏

● 機械学習による販売サポートなど、データ活用をさらに進めていく

新しいシステムに慣れるとともに、販売企画部門からポイントを活用した集客キャンペーンなど当初の設計で想定していなかったニーズも寄せられるようになった。「デジタルを使ったポイント施策は、システム刷新で目指していた販売・集客につながるデータ活用の要望なので、どうか応えたいとサンブリッジの協力を得て対応しています。こういった対応も、1年を通してイベントやキャンペーンを経験すれば、落ち着くでしょう。ノウハウを貯めて、パラメータ変更で対応できるように整備したいと考えています（倉本氏）」

今後は、今回整備した基本的な情報をベースに、お肌の悩みにどう応えられるのか、長期的な関係を築くためにデータやシステムをどう活用するのかを検討していく。そのなかでは、機械学習の活用も視野に、販売データなどから傾向を分析・学習し、より高い効果が期待できるものを提案するなど販売スタッフをサポートする仕組みなどの実現も目指す。

システムを機能ごとに分割し、各分野に特化したサービスを組み合わせる構成としたことで、新しい施策も実現しやすくなった。HULFT Squareはまさにそのハブとなる存在だ。「新たな取り組みは、やはり内部の事情を分かった人間が手を入れることで大きな効果が出るはずだと考えています。HULFT Squareは、信頼性はもちろん、変化に対する柔軟性、着手・実現までのスピード感もあり、サービスの強みを損なうことなく連携できる仕組みで、内製化を目指す当社にとって頼もしいツールです（倉本氏）」

まずはサンブリッジのサポートを受けながら、目標に向けて進めていく。「内製化は重要ですが、クローズでやると間違っただま突き進んでしまうところもあります。相談・助言をもらうためにもパートナーは重要で、今後もいい関係を長く築けたらと思います（倉本氏）」

株式会社ハウス オブ ローゼ

本店所在地：東京都港区赤坂2-21-7
設立：1978年11月26日
資本金：934,682千円
従業員数：969名
事業内容：スキンケア、メイクアップ、ボディケアなど化粧品企画開発・販売。リラクゼーションサロン、女性専用フィットネスサロン「カーブス」の運営。

株式会社サンブリッジ

本店所在地：東京都渋谷区恵比寿南1-5-5 JR恵比寿ビル11F
設立：2012年10月
資本金：9,500万円
事業内容：SalesforceをはじめとするSFA・CRM・MAなどの導入コンサルティング、カスタマイズ、運用支援。Salesforce一体型名刺デジタル化サービスSmartViscaを開発・販売。

導入製品

**HULFT
SQUARE**

**SAISON
TECHNOLOGY**

株式会社セゾンテクノロジー

HULFT URL www.hulft.com e-mail marketing@saison-technology.com

- HULFT、その他HULFT関連製品は、株式会社セゾンテクノロジーの登録商標または商標です。
- 記載されている会社名及び製品名は、各社の商標または登録商標です。
- 記載されているシステム名、製品名などには、必ずしも商標表示（TM、®）を付記しておりません。

このカタログの記載内容は、2025年3月現在のものです。本カタログの記載内容は予告なく変更することがあります。
© Saison Technology Co., Ltd. 2025