

報道関係者各位
プレスリリース

2020年08月20日

プロシスタ株式会社

ネットで売らず、店舗に誘導する画期的OMOツール
プロシスタ、「OTORIOKI -お取り置き-」製品版を正式リリース
＜混雑緩和で、3密を避ける＞

「OTORIOKI」サービスサイト <https://pr.otorioki.net/>

～来店予約型のお取り置きシステムで、並ばず無用な長居もせず、購買率はグンとUP！～

OTORIOKI

プロシスタ株式会社(本社:大阪府大阪市、代表取締役:早島 貴之、以下:当社)は、生活者にネットで商品を選んで取り置き、店舗や商業施設などへ来店誘導することで、購買意欲の高まった生活者と店舗スタッフとの接客機会を創出するサービス、「OTORIOKI（お取り置き）」を本日2020年8月19日、正式リリースいたします。



【本件の要約】

- OMOマーケティングに最適。ネットで選んで取り置きし、店舗で確かめて購入できるツールです。
- 新型コロナの影響で、客数減少に悩む店舗と、混雑を恐れる生活者に、安心できる売り場を提供。

- 専用在庫は不要、システムの変更も不要、運用の変更も不要。すぐに使えるシンプル設計
- 店舗や商業施設での売上、店舗の消化率UPにこだわった設計
- 最後はやっぱり見て触って確かめて買いたい。そんな生活者の為の今までなかった販売スタイル。

■ OMOツールってなに？

OMO（Online Merges with Offline）は、オンラインとオフラインの垣根をなくした、O2O（Online to Offline）に代わる新たなマーケティング概念です。

また、デジタル化の声も高まる中、ネットショップに転換する動きがある一方、店舗の「再活用」「活性化」もまた大命題となっています。

■ なぜ今、「お取り置き」なのか？

店舗運営側からすると、「今の状況では、なかなかお客様に来ていただけない」という声が多く、一方生活者からも「買い物に行きたくても怖くて行けない」などの声を多く聞きます。

このように、まずは生活者が安心して来店し買い物できる環境を用意する必要があります。

OTORIOKIは、そういった現在の状況下でも、安全なネット上で安心してウンドウショッピングを楽しんでもらい、最終的な「購入」の段階ではじめて、店舗に来店して、商品を見て、店舗スタッフと話して、確かめてから購入する機会を提供します。

生活者にとっても、店舗での滞在時間の短縮や、来店予約による混雑の回避など、多くのメリットと安心感が生まれます。

これからの生活者は、コモディティなものは直接ネットで購入しますが、例えば、靴や高級ファッショング、女性用下着、ゴルフクラブなどのスポーツ用品は、試着や試打が必要ですし、アドバイスも必要でしょう。「実際に見て、試さないと買えないもの」「アドバイスがないと決められないもの」もたくさんあり、そういった商品や店舗との出会いを創出します。

■ ECシステムやネットショップと何が違うのか？

ECやネットショップを始めた場合、以下の様な問題があります。

- ・ EC用の在庫を別途管理しなくてはならない。
- ・ 店舗の売上ではなくなるため、消化率が下がり、店舗スタッフのモチベーション低下に繋がる。
- ・ 実物の商品を見ずに買っているので、返品やクレームが多い。
- ・ ついで買いやコーデ買いなどのクロスセルに繋がらない。
- ・ 店舗の投資回収スピードが落ちる。

これらの問題を解決するため、店舗の商品を在庫と見立て、

「ウォークイン来店客」と「ネットのお取り置き客」の両方に販売チャネルを設けることができます。

これは、いわゆる“オムニチャネル”的考え方と等しく、新たなシステムの開発や、専用在庫の確保、店舗運用の変更などは一切不要で導入することができます。

■ 店舗スタッフの生の声からできたシステム

店舗スタッフはいつも忙しい。それが分かっているから、操作は極めてシンプルで簡単な設計にこだわり、さらに、実際の店舗スタッフや店舗オーナー、販売員の声を聞き、とにかく「使いやすさ」にこだわった作りとなっています。

店舗スタッフは、お客様からお取り置きの依頼があったら、まず店頭から商品をピックアップし、ストックやストレージに確保します。その時点で、「お取り置き完了」ボタンをタップするだけでお取り置き対応が完了します。あとは、お客様が来店されたら、いつも通り接客するだけ、という感じで、どの店舗でもすぐに導入できる簡単さです。

■ 主な用途、活用例

これからの時期は、ちょうど年末商戦に向けて、各社準備を始めている時期です。

特に、年末のケーキや年始のおせち料理、福袋などのように大量に受け付ける必要があるものなどの活用に注目を頂いております。

また、ライブ配信やライブコマースとの連携についても非常に相性が良く、ライブで興味喚起とお取り置き（予約）したものを、店舗で接客し販売する、といった使い方が望まれています。

■ 主な機能

主に下記の様なアカウント区分があります。

- ・総合管理者（ブランドや商業施設などを管理する最高権限者）
- ・ブランド/館管理者（店舗管理やユーザー管理などが行える管理者）
- ・店舗管理者（商品管理や店舗のユーザー管理などが行える管理者）
- ・店舗スタッフ（お取り置きの処理などを現場で担当する店舗スタッフ権限）
- ・ユーザー（会員登録し、商品をお取り置きできるユーザー）

また、それらのアカウント毎の機能として、下記の様な機能を備えています。（一部抜粋）

- ・ブランド/館管理者機能：店舗管理、ユーザー管理
- ・店舗スタッフ機能：商品管理、お取り置き管理、顧客情報管理
- ・ユーザー機能：商品検索、引き換え証、会員登録、マイページ、お取り置き履歴

その他、セキュリティ対策や個人情報保護に関する観点も考慮したつくりとなっており、店舗も生活者も安心して使える仕様となっています。

■ 提供価格（すべて税別です）

- ・初期ライセンス費（商業施設・モール版／チェーン店・複数店舗版、とも）
20万円 ※現在、新型コロナ感染症拡大の状況を鑑み、無償提供中。
- ・月額ライセンス費（商業施設向け）
SaaS型トライアル版…無料
SaaS型スタンダード版…7万円×施設数
- ・月額ライセンス費（チェーン店向け：20店舗まで）

SaaS型トライアル版…無料

SaaS型スタンダード版：20店舗まで、10万円～

なお、インストール設定作業費、オリジナルデザインおよび適用費、カスタマイズ費などは別途。

■ 関連する取り組み

当社の既存パッケージである、商業施設・チェーン店向けのホームページ情報管理システム（CMS～コンテンツマネジメントシステム～）「CAMAS」（カマス）の最新版も同時にリリースいたします。これにより、自社ホームページと、お取り置きツールを融合させることができとなり、これまで閲覧のみだったホームページ来訪客を、リアル店舗へ誘導することが可能となります。

■ 今後の展開

これからのデジタルとリアルの関係性は、O2Oから、OMO、そしてD2C（Direct to Consumer）とどんどん進化を遂げていくものと考えており、わたしたちは、これからもそれらのニーズを受け研究開発を行い、テクノロジードリブンとマーケットドリブンの両側面から市場に適したサービスを提供し続けて参ります。

■ 企業概要

社名：プロシスタ株式会社

所在地：大阪府大阪市淀川区西中島7-1-29 新大阪SONEビル8F

代表：代表取締役 早島 貴之

URL：<https://www.prosysta.co.jp/>

事業：ビジネス企画コンサルティング
システム開発、UI/UX設計、WEBマーケティング、インフラ構築、保守・運用
アプリ開発、自社サービス、自社開発パッケージ企画販売

【本件に関するお問い合わせ先】

担当：正本（マサモト）

TEL：06-6303-5503

E-mail：otorioki@prosysta.co.jp