

導入事例

リアルタイムのTraffic Analyticsによる業務の変革

RetailNext



ブランドの背景

Dave & Buster'sは、レストラン並みの料理と、数百種類のゲームが楽しめる広々としたアーケード体験を融合させた、アメリカを代表するエンターテインメント＆ダイニングスポットです。全米に177店舗を展開する同社は、家族や友人が一緒に「食べて、飲んで、遊んで、観戦する」ことのできる、思い出に残る体験を提供することで、その評判を築いてきました。

このブランド独自のデュアル収益モデルは、エンターテインメント業界において他とは一線を画しています。お客様は、食事やドリンクのサービスに加え、クラシックなゲームから最先端のバーチャルリアリティ体験まで、あらゆるものが揃った充実したアーケード施設も楽しむことができます。このハイブリッドなアプローチを実現するには、飲食体験とエンターテインメント体験の両方を同時に最適化するための、洗練された運営管理が求められます。

一段と複雑な店舗構成

Dave & Buster'sの店舗は、面積が30,000平方フィートから70,000平方フィート以上と大きく異なり、多くの店舗には複数の入口が設けられており、店舗への直接の入口やショッピングモールとの連絡口を備えている場合が少なくありません。このような複雑な構造のため、両方の収益源において卓越したサービスを提供するには、顧客の動線や店内人数を正確に把握することが求められます。

課題：

勘からインテリジェンスへ

長年にわたり、Dave & Buster'sは手作業のプロセスと代用指標の寄せ集めで店舗の業績を把握してきました。来店客数の代用指標には「ユニーク・パワーカード・スワイプ」と呼ぶ指標を用い、実質的にはアーケードカードを購入・利用した顧客数を数えていました。ゲーム客の行動は把握できたものの、大きな盲点が生じていました。

運営上の課題は、顧客数の集計が不完全なことにとどまりませんでした。ゼネラルマネージャーは、手動カウンターを持ったスタッフに店内を巡回させて人数を数えていました。時間がかかり不正確なうえ、貴重なスタッフを接客から引き離す作業です。



The problem was that only tells you who was actually coming to the locations to play games," explains Ayotunde Gibbs, Vice President of Enterprise Systems and Data at Dave & Buster's. "But if you've been at Dave & Buster's before, you'll know that part of our experience is games and also food, which means if you came to our locations and you were eating, then we missed you in that traffic count.

Ayotunde Gibbs,
Vice President of Enterprise Systems and Data, Dave & Buster's

実際の来店客数を
リアルタイムで把握できず、
店舗は次の点で
苦労していました：

繁忙時と閑散時の
人員配置の最適化

飲食とゲームの
利用客の正確な
セグメント把握

店舗運営や
レイアウトに
関する、データに
基づいた意思決定

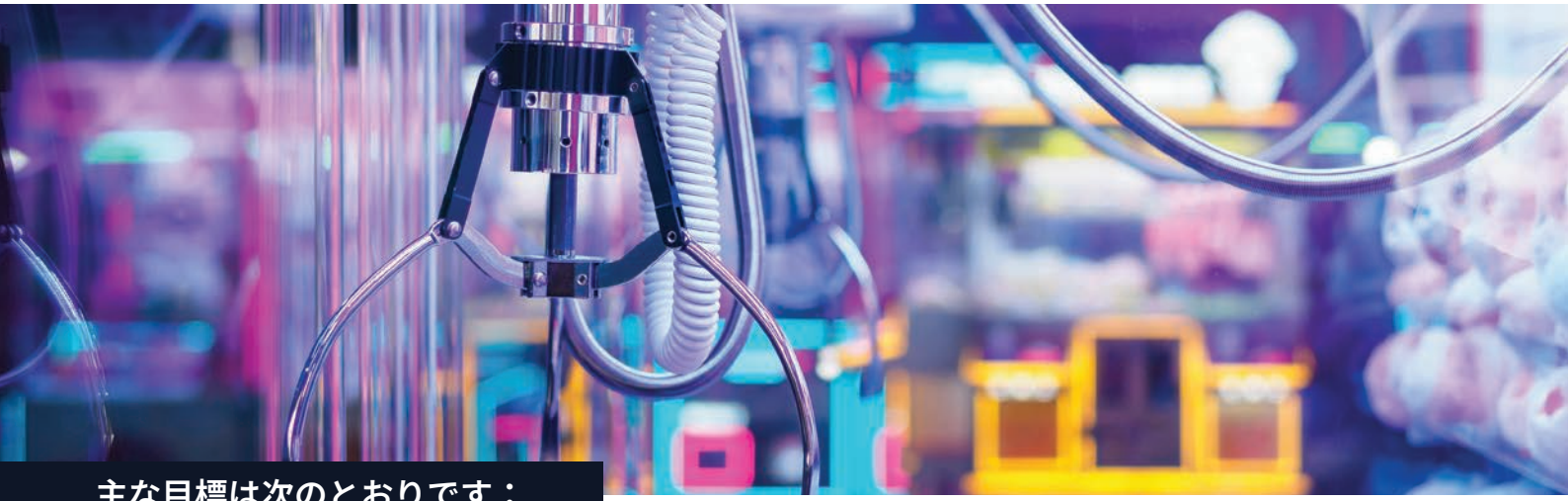
売上計画のための
正確な予測モデルの
構築



目的：

データを活用して勝利を目指す

Dave & Buster'sとRetailNextとの提携は、包括的な来店客数分析を通じて業務の変革を図ることに重点を置いていました。



主な目標は次のとおりです：

顧客の完全な可視化

パワーカードによる代用指標にとどまらず、アーケードゲームや飲食、あるいはその両方の体験を楽しんだかどうかに関わらず、施設に入場するすべての人を把握できるようにします。

リアルタイムのオペレーショナル・インテリジェンス

モバイルアプリを通じて、ゼネラルマネージャーが店内人数のデータを即座に確認できるようにし、手作業による集計の必要性をなくすことで、スタッフを接客に充てられるようにします。

労務管理の強化

来店客数のパターンと店内人数の指標を活用し、店舗内の各エリアにおける人員配置を最適化することで、繁忙時には十分な人員を確保しつつ、閑散時にはコストを抑制します。

予測精度の向上

AIや機械学習モデルにおいて、過去の売上データや気象パターンに加え、実際の来店客数データを重要な変数として組み込むことで、予測精度を向上させます。

顧客セグメンテーションのインサイト

総来場者数とゲーム利用客数の差を把握することで、食事のみを目的とするお客様とエンターテインメントを主目的とするお客様の双方により良いサービスを提供し、最終的には飲食とゲームの併用（アタッチ）とクロスセルの機会を拡大します。

複数拠点におけるパフォーマンス分析

全177店舗にわたって透明性を確保し、業績のベンチマーク、ベストプラクティスの共有、および店舗間の健全な競争を促進します。



Having real-time access to our store data has been transformational for our general managers. They can now look at their phone and immediately understand occupancy levels, make informed staffing decisions, and even monitor the front entrance to ensure we're delivering the best possible welcome experience. This visibility has freed up our teams to focus on what matters most—creating amazing experiences for our guests.

Ayotunde Gibbs,

Vice President of Enterprise Systems and Data,
Dave & Buster's



解決策：

ゲームスタート：よりスマートなインサイトへ

RetailNextは、実店舗全体におけるリアルタイムの来店客数、店内人数、顧客の流れを把握する包括的な店内分析機能を提供しています。Dave & Buster'sの飲食とエンターテインメントを兼ね備えた独自の環境において、このプラットフォームは飲食とエンターテインメントの両方の顧客セグメントを考慮した統合的な分析機能を提供するとともに、モバイルからのアクセスが可能であるため、経営陣は場所を問わず店舗の業績を確認することができます。

RetailNextの高度なセンサーは、店舗内のさまざまなゾーンにわたる詳細な来店者データを収集します。これにより、Dave & Buster'sは、店舗への来店者数だけでなく、来店者がどのように店内を移動し、両方の体験とどのように関わっているかを把握できるようになります。このプラットフォームは、既存のBIツール、気象データ、過去の指標とシームレスに連携し、正確な予測を可能にし、手間のかかる手作業を排除する機械学習モデルのための強固な基盤を構築します。



導入

ステップ1

全店展開とシステム統合

Dave & Buster'sは、177店舗からなる全店舗ネットワークにRetailNextのTraffic Analyticsソリューションを導入しました。センサーは、店舗の正面入口やショッピングモールとの接続口など、すべての入口での来店客数を把握できるよう、戦略的に配置されています。このシステムは、同社のBIパフォーマンスツールやデータレイクアーキテクチャとシームレスに統合されました。

ステップ2

データの収集と分析

RetailNextのセンサーは、総来店者数、店内人数、入店パターン、顧客の流れの分布など、包括的な来店客数データの収集を開始しました。このデータは自動的に処理され、ウェブダッシュボードとモバイルアプリケーションの両方を通じて利用可能となり、あらゆるレベルの経営陣にリアルタイムでの可視性を提供しました。

ステップ3

施策につながるインサイト

このプラットフォームにより、カウンターを使った手作業での計数の廃止から、モバイルアプリを通じたゼネラルマネージャーへのリアルタイムの店内人数データの提供まで、業務が即座に改善されました。店舗の責任者は、入口エリアのライブ映像にアクセスできるようになり、客の流れを把握して、それに応じてスタッフを適切に配置できるようになりました。

ステップ4

継続的な最適化

来店客数、売上動向、気象データを組み合わせた直感的なダッシュボードを開発し、運営担当者が需要をより的確に予測できるようにしました。企業レベルでは、これらのツールにより全社および店舗単位での可視性が確保され、より正確な財務計画の策定や戦略的な意思決定が可能となります。



データを活用して大きな成果を上げる方法

リアルタイムの人員配置最適化

目的

カウンターを使った手作業での計数をなくし、実際の店内人数に基づいた柔軟な人員配置の判断を可能にします。

解決策

モバイルアプリからリアルタイムの店内人数データにアクセスできるため、マネージャーはいつでも店内に何人いるかを正確に把握することができます。

結果

ゼネラルマネージャーは今や人員配置を即座に調整できます。予想外の混雑時は追加スタッフを呼び、閑散時は配置を最適化。いずれもスタッフを接客から外さずに行えます。

顧客セグメンテーションと収益の最適化

目的

来店客数全体とゲーム利用客数の違いを把握し、クロスセルの機会を見極めます。

解決策

RetailNextの総来店者数とパワーカードのユニーク利用数を比較し、その差から飲食のみの利用客数を算出します。

結果

顧客セグメントを明確に把握できるため、ターゲットを絞った「アタッチ」戦略が可能になり、飲食客にはアーケードゲームを、ゲーム客には飲食を勧めて滞在を延ばしてもらえます。

店舗デザインと投資計画

目的

改装時に、特に複数の入口がある店舗において、店舗レイアウトと入口への投資を最適化します。

解決策

店舗の直接の入口とショッピングモール側の入口の来店者の内訳を示す来店客数分析。

結果

入口のデザインや美観への投資先をデータで判断し、利用の多い入口にリソースを集中させ、利用の少ない入口への無駄な支出を避けます。

パフォーマンスのベンチマークと店舗間の競争

目的

158店舗からなるネットワーク全体において、透明性と健全な競争を促進します。

解決策

来店客数データにシステム全体でアクセスでき、マネージャーはパフォーマンスのランキングを確認したり、近隣の店舗と比較したりすることができます。

結果

マネージャーは、チェーン内での自店の順位を確認し、同じ市場内の他店舗との業績を比較することができるため、意識と意欲が高まり、業務の改善につながります。

予測機能の強化とAIモデル

目的

過去のデータや気象パターンに加え、来店客数を重要な変数として組み込むことで、売上予測の精度を向上させます。

解決策

RetailNextの来店客数データを、すでに過去の売上データや気象データを活用していた既存の機械学習モデルに統合しました。

結果

日次予測の精度が上がり、飲食サービス、アーケード保守、カスタマーサービスの各部門で在庫管理、人員配置の最適化、業務計画が改善します。





What I'm most excited about is how this data is becoming integral to everything we do. We're not just using it for labor management anymore—it's feeding our AI models, informing our remodel investments, helping us understand our customers better, and creating a culture where every decision is backed by real data. Our general managers have gone from relying on intuition to having concrete insights at their fingertips. That transformation is showing up in our customer experience and our bottom line.

Ayotunde Gibbs,
Vice President of Enterprise Systems and Data,
Dave & Buster's



結論：

パワーアップした戦略

Dave & Buster'sが、手作業によるプロセスからデータ駆動型の運営へと変革を遂げた事例は、小売分析がいかにビジネスモデルに革命をもたらすかを示しています。当て推量をリアルタイムの洞察に置き換えることで、同社は経営陣が人員配置や投資を最適化し、全店舗にわたる透明性を高めることを可能にしています。

特に、来店客数データ、過去のデータ、気象データを予測モデルに組み込むことで、戦略的な計画の立て方が変わり、顧客のニーズをより的確に予測し、最高のエンターテインメントやダイニング体験を提供できるようになりました。

RetailNext



RetailNextについて

実店舗、ブランド、ショッピングモールにEコマース型の買い物客分析をもたらした初の技術プラットフォームであるRetailNextは、ショッピング体験の最適化に全面的に注力する先駆者です。RetailNextは、一元化されたSaaSプラットフォームを通じて、買い物客の行動データを自動的に収集・分析し、小売企業にショッピング体験をリアルタイムで改善するための洞察を提供しています。

600+
世界中のブランド

100+
か国

2007
設立年