



<報道関係各位>

2017年11月27日

ドーモ株式会社

## 株式会社ユナイテッドアローズ、オムニチャネルでの さらなる顧客体験の向上を目指し Domo を採用 ～組織横断のデータ活用によりデジタル変革を促進～

ビジネス最適化プラットフォームを提供する [ドーモ株式会社](#)（本社：東京都渋谷区、代表取締役：川崎友和、以下ドーモ）は本日、株式会社ユナイテッドアローズ（以下 UA）が、同社のオムニチャネルにおけるカスタマーエクスペリエンスの向上のため Domo を採用したと発表しました。Domo の導入により、UA はあらゆるデータを統合し、商品開発、販売、宣伝の部門を越えて顧客体験を向上させ、さらに組織全体のデジタル変革を促すデータ活用をすることが可能になります。

国内外のブランドとオリジナルの衣類や雑貨を販売する UA は、19 ストアブランド 243 店舗（2017 年 4 月 1 日現在）を全国に展開するとともに EC 事業の強化も推進しています。リアル店舗とオンラインストアを融合させるオムニチャネルをさらに最適化し、顧客体験をより高めるため、同社ではマーケティングデータをはじめ、店舗の POS データ、在庫情報、顧客情報等、異なるツールで収集したデータを組織横断で活用することで深くカスタマージャーニーを理解する必要がありました。

この課題解決に向け、UA はデータ活用とカスタマーエンゲージメント最適化のためのプラットフォームとして Domo を採用することを決定しました。様々なデータの統合・視覚化が可能な Domo を採用することで、今後 UA はカスタマージャーニー全体をリアルタイムで把握可能となるため、Online to Offline (O2O) 施策の強化や顧客体験の向上をよりの確かつ短時間に行うことができます。また Domo で視覚化されたレポートは、データアナリストではない社員でも直感的かつ容易に評価指標と成果の把握ができるため、社員はデータに基づいた目標達成のためのアクションをとることが可能になります。

UA は、「Domo により、今まで引き出すことのできなかつたデータの価値を十分に得ることができると期待しています。進化したデータ分析により、真のお客様ニーズを把握し、部門を越えてタイムリーにカスタマーエンゲージメントを高めるための施策を検討することができます。当社のオムニチャネル戦略の強化と、店舗を含む組織全体のデジタル変革を後押しするものになると確信しています」とコメントしています。

ドーモの代表取締役 カントリーマネージャーの川崎友和は「小売業界では、すべての販売チャネルにわたってシームレスで一貫性のある顧客体験を提供することが課題となっています。すべてのタッチポイントで消費者の期待する体験を提供するためには、消費者の行動を的確に把握することが



重要です。Domo はこれを可能にし、お客様のビジネス課題のタイムリーな解決を支援します」と述べています。

###

▼リリースは Domo ウェブサイトでもご高覧ください。

<https://www.domo.com/jp/news/press/unitedarrows-selects-domo>

### **Domo について**

Domo は、CEO から現場の最前線で働く社員まで、すべての従業員が必要なデータに簡単にアクセスしてスピーディーな意思決定を行うことにより、業績向上を支援するクラウド型ビジネス最適化プラットフォームです。Domo はビジネスのニーズに合わせて柔軟にカスタマイズ可能なプラットフォームである Business Cloud 上に構築されており、意思決定者はリアルタイムに戦略的機会を把握し、アクションにつなげることができます。Domo は、小売、メディア・エンターテインメント、製造、金融など業種をとわず、世界中の成長企業で活用されています。

ウェブサイト：<https://www.domo.com/jp>

Twitter：<https://twitter.com/domojapan>

Facebook：<https://www.facebook.com/DomoJapan/>

Domo、Domo Business Cloud、および The Business Cloud は Domo, Inc.の商標です。