

株式会社 カレン DX宣言書

2025年12月24日
株式会社 カレン
代表取締役 清水 崇司

□ 経営理念

- | | |
|-------------|---|
| 使命(Mission) | ： 私たちは、お花を通してお客様の期待を超える感動と喜びを届け、
お花のある豊かな日常を創造します |
| 将来像(Vision) | ： 心を動かす感動体験と、お花・接客・空間を含めた“確かな品質”を提供し、
地域で顧客満足度No.1を目指します |
| 行動指針(Value) | ： 「気配り」「目配り」「心配り」を大切にし、先を見据えて全体最適を図り、
“確かな品質”を提供し続けます |

□ DXビジョン(2~3年後のあるべき姿)

- ◆ デジタル化と技術の標準化を進め、誰が対応しても確かな品質を安定して提供できる体制を築き、
信頼と認知を高めます
- ◆ 技術・知識・顧客情報を共有する仕組みを整えることで全体最適を図り、お客様の心を動かす感動体験を
提供できる組織となり、地域に愛される企業へと成長していきます

□ DX戦略・施策

➤ フェーズ1(現在～2026年12月)

戦略 「業務の可視化と標準化によるDXの土台づくり」

- 施策
- 顧客情報(購入履歴・好み・来店頻度等)を活用するため、簡易的なCRMに情報を集約
 - 提案の質と教育の効率を高めるため、制作事例を金額・色・大きさ等に分類し、検索しやすい画像データベースを整備
 - 効果的なSNS運用に向けて、投稿への反応やアクセスデータを測定し、改善のPDCAサイクルを確立
 - 法人向け定期購入サービス拡大のため、企業イメージに合わせた制作ルール(色合わせや事例集)をデータ化し、提案資料のテンプレートを整備
 - 在庫・仕入管理の精度を高めるため、紙で管理している仕入表・使用予定表をデジタル化し、検索性を向上

➤ フェーズ2(2027年1月～2027年12月)

戦略 「顧客体験の強化・サービスの仕組み化」

- 施策
- 顧客体験向上に向けて、ギフト(アレンジ・花束等)の予約・来店・決済をスムーズにする仕組み(注文フォームやオンラインカタログ等)を整備
 - 顧客ロイヤルティを高めるため、紙ベースでのショッピングカードをデジタル化し、スマートフォン上でポイントや購入履歴の確認、特典利用を簡単に行える仕組みを整備
 - 法人向けサービスの認知向上と販路拡大に向けて、ホームページの法人向け導線の最適化や営業ツールの拡充、告知・拡散に繋がるデジタル施策を推進し、法人顧客の契約を獲得

➤ フェーズ3(2028年1月～2028年12月)

戦略 「ビジネスモデルの体系化とデータ活用」

- 施策
- 新たなデジタルサービス(アプリ等)の事業化に向けて、サービス設計と収益モデルを構築するとともに開発するアプリの必要機能の整理と要件定義を行い、開発パートナーを選定
 - 顧客体験の向上とマーケティング活動の高度化に向けて、顧客属性・購買履歴等のデータを分析して傾向を可視化するとともに、営業促進ツールと連動させて顧客に最適な情報の発信を自動化
 - 業務モデルの外部展開に向けて、業務マニュアルを体系化し、フランチャイズ・協業・セミナー事業等に活用できる形へ整理

□ DX推進体制

- 代表取締役がDX推進における実務執行統括責任者を務めます
- DX推進チームがDX戦略実行の中心的役割を担います

□ DX推進目標

- | | |
|---------------|---------------------------|
| ・定期購入サービス利用者数 | ： 2025年度比 130%(~2026年12月) |
| ・SNS登録者数 | ： 2025年度比 110%(~2026年12月) |
| ・SNS投稿数 | ： 週1回以上(2026年1月～) |
| ・来店数 | ： 2025年度比 125%(~2028年12月) |