

# **Customer Rank-up Program**

顧客戦略 & チャンネル戦略構築プログラム  
< データマイニング解析事例 >

## ■ レシートデータ(購買履歴データ)からの分析

✓ ここでは、レシートデータを活用した分析事例をご紹介します。

< レシートイメージ >

MS Stores : 新中野店 #100001  
 毎度ご利用ありがとうございます。  
 2006.01.01 12:30 #1-000045  
 会員番号:999999

お買上

商品A 1/¥600  
 商品B 1/¥400  
 商品C 1/¥1,000

小計 3/¥2,000  
 消費税(5%) ¥100  
 合計 ¥2,100

< A . レシートデータ >

店舗ID	Day/Time	レシートID	商品名	商品コード	単価	購入数	個人ID
1000001	2006/1/1 12:30	1000045	A	1	600	1	999999
1000001	2006/1/1 12:30	1000045	B	2	400	1	999999
1000001	2006/1/1 12:30	1000045	C	3	1000	1	999999
1000002	2006/1/1 12:30	2000032	F	6	250	2	888888

< B . 個人データ(個人IDがある場合) >

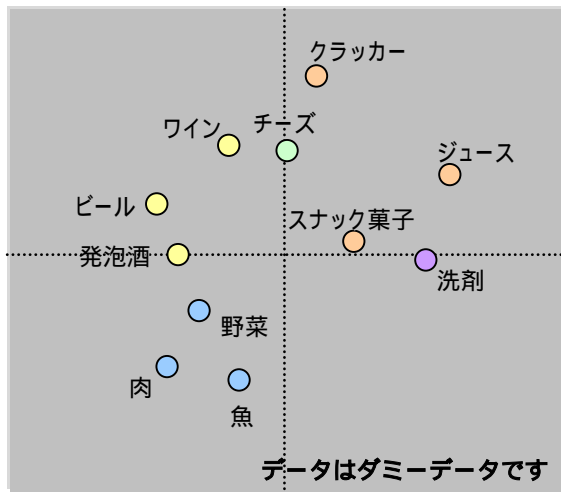
個人ID	入会[Day/Time]	入会店舗	性別	年齢	地域
999999	2005/11/11 12:30	1000001	2	34	999-9999
888888	2005/11/12 12:30	1000001	2	45	999-9998

個人データは、会員カードの発行など、データとして蓄積されている場合に活用可能です。なお、レシートデータのみの場合でも同時購入分析は可能です。

上記< A . レシートデータ >と< B . 個人データ >を集計、分析することにより、顧客動向及び商品の購入動向を把握

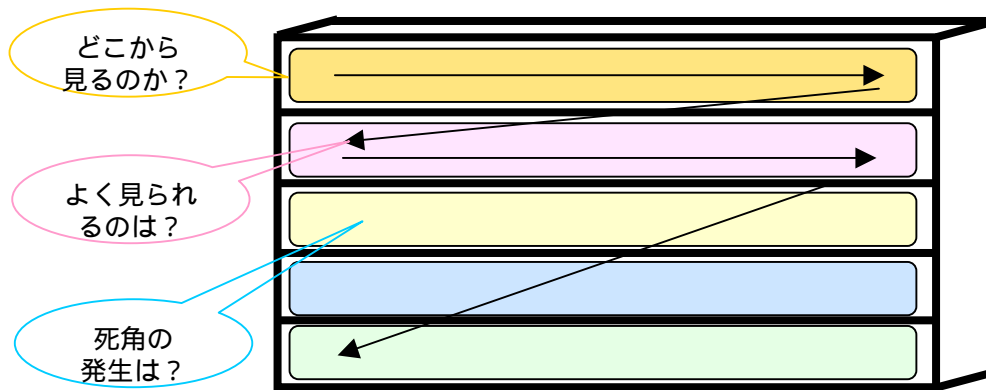
## A. 同時購入分析【空間表現】

- ✓ 前出のレシートデータを分析することにより、同時に購入する商品を空間表現で把握することが可能です。



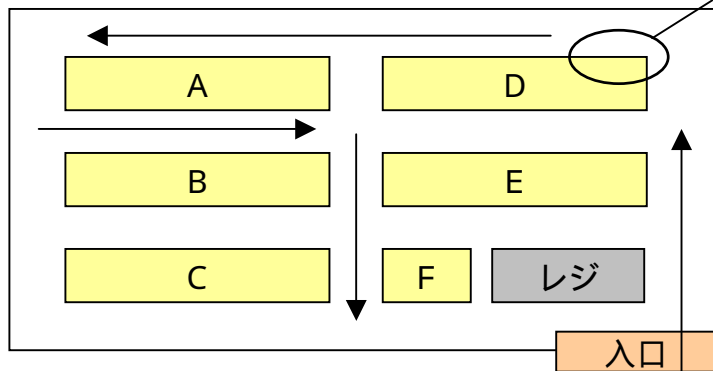
## C. 視線分析

- ✓ アイ・トラッキングシステムを利用し、各陳列棚において、どのような視線の動きがあるかを分析します。
- ✓ この場合は、左下の棚Dの 印の部分でお客様の視線がどのように動くかを分析します。



## B. 動線分析

- ✓ お客様の店舗内での動線を把握し、分析します。



・ A ~ C の分析を組み合わせることで、下記の様な、効率的な売場構築のお手伝いをさせていただきます。

- 店舗全体で見た場合の効率的な売り場構成
- 各島における効率的な陳列・商品配置
- 効率的なPOP配置

## ■ レスポンス分析とは

- ✓ チラシやDMなどの施策を実施した際に、そのレスポンス率・レスポンス状況を分析することで、施策自体の効果測定や、商圏の把握をすることが可能です。
- ✓ 分析結果を活用することにより、効率的かつ効果的な施策の立案を目指します。

### 分析事例

#### ✓ チラシの場合

：チラシ持参型のキャンペーンを実施することにより、商圏把握を行うことが可能です。

#### ✓ DMの場合

：顧客属性別のレスポンス率を分析することにより、施策の効果測定を行うことが可能です。

#### ✓ カード会員システム導入の場合

：カード会員の居住エリアを分析することにより、商圏把握を行うことが可能です。

## ■ 商圏分析

- ✓ チラシなどから把握された商圏に対し、地域メッシュ<sup>1</sup>データ等を活用することにより、商圏内の人口や各種の属性<sup>2</sup>を把握することが可能です。
- ✓ 商圏内の人口や各種属性を把握することにより、効率的な品揃えやチラシ投下エリアの決定をすることが可能となります。

<sup>1</sup> 統計に利用するために、緯度・経度に基づいて地域をほぼ同じ大きさの網の目（メッシュ）に分けたもの。

<sup>2</sup> 人口総数 / 昼間人口総数 / 生徒・学生数総数 / 昼間人口男 / 昼間人口  
・・・等

