

トレンド・アナレティクスの可視化による施策案

落合勝也(21311075), 鈴木拓也(21311164),
内藤 勇之助(121311216), 平井 嵩大(21311257)

1. はじめに

市場（しじょう）での購入者の特徴を捉える方法として ID-POS データの活用がある。ID を付加することで、「販売実績データ分析」から「購買行動データ分析」に変わり、販売セグメント分析などを行うことができる。しかし、POS データを分析する場合に、その商品の購入のされ方を知ることが分析の最初の一步であり、売れ筋かを捉え、そのなかで他の店との違いが出すにはどうのようにすべきか、どのような顧客が購入しているのかを分析し施策を提案することが重要ではなかろうか。

2. トレンド・アナレティクスの提案

POS データを ID 付き顧客×商品×時間の構造を持つデータから、商品の販売特徴や顧客の購買行動の特徴を時間軸をもとに抽出し、売上や利益を増加させるために、店舗に対して商品の特徴づけにより店舗の特徴を出した品揃え展開を提案する分析法としてトレンド・アナレティクスを提案する。おおまな手順は、市場の理解のための折れ線グラフ、売れ筋商品を把握するための ABC 分析やデジタル分析と「はずれ値」商品分析のための特徴抽出グラフなどの活用したデータプレゼンテーションへの手順となる。

3. 商品 DNA

ID-POS データを活用するために顧客の ID 化により分析のみではなく商品に関しても、総合的な ID を活用することが考えられる。そのようなコードとしてアイディーズ（株）のよる i-code がある。i-code とは、「食品小売業界の統合不可能だった「生鮮三品」「惣菜」を含めた取り扱い全商品を独自の分類体系により一元化する『食品商品情報統合化マーケティングコード』」である。

4. 分析

データやその分析結果の公開などの契約条件のために、今回の場での発表では利用できない。そこで、従来の ID-POS データ（約 1 ヶ月分、日次データ、件数 50000 件）を用いた分析を行う。