


売る側にも買う側にも魅力ある売り場づくりへ

関西大学提供
作成日 2016年3月11日
更新日

	研究者氏名 やだ かつとし 矢田 勝俊	所属機関 関西大学 商学部	関連キーワード(複数可) データマイニング、ビッグデータ、経営情報、マーケティング
	主な研究テーマ ・データマイニングのビジネス応用に関する研究		主な採択課題 ・基盤研究(A)平成22～26年度(配分総額:32,500千円) 課題名「顧客動線データを用いた消費者行動モデルの構築と実験」

① 科研費による研究成果

【研究成果の概要】

従来、購買結果に基づく様々な研究が提案されてきたが、購入プロセスがブラックボックスのため、様々な問題が引き起こされてきた。店舗で消費者が買い物をする時、どの商品棚の前に立ち止まり、何を考え、購入を決めるのか。その購買行動を見える化できる「顧客動線データ」に着目。RFID、センサーネットワーク技術を活用し、店舗側の負荷を最小限に抑えながら「顧客動線データ」を収集するシステムを確立、店頭での購買行動のモデル化に成功。

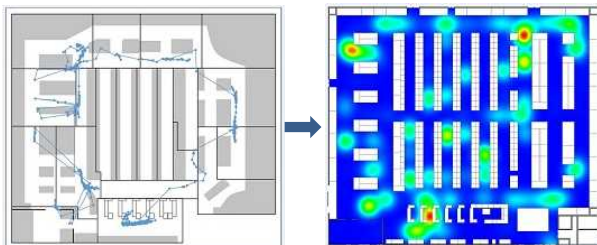
【学術的な重要性】

従来、ブラックボックスとされていた店内の購買行動プロセスを、顧客動線データをもとにモデル化する方法論を確立し、ビジネスへの重要な知見を導出した。

【得られた知見をもとに実現したビジネス成果】

店舗内の効果的なプロモーション、各カテゴリー別に購入へのアクションを導くための合理的な店頭戦略、シルバー世代など顧客層に合わせた効率的な売り場づくりを実現。

(<http://www.kansai-u.ac.jp/global/guide/research/fc.com/index.html>)



顧客動線データ(左図)から得られる顧客の店内行動の可視化(右図)

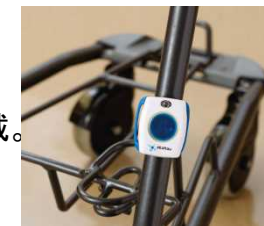
② 当初予想していなかった意外な展開

当該研究成果に基づき、様々な企業が顧客の店内行動に関心を持つようになり、様々な実験が行われるようになった。また、下記のような顧客動線調査を実施する先端機器の開発につながっている。

【丸紅情報システムズ株式会社】

Ekahau位置情報システムの導入事例として、「ブラックボックスの謎を解く鍵を握る顧客動線データの活用」を掲載。

(<http://www.marubeni-sys.com/infinite-ideas/chousen/kansaidai/index.html>)



位置情報を発信するiタグ

③ 今後期待される波及効果、社会への還元など

店内レイアウト、商品カテゴリー配置、販売データなどを総合的に結びつけた新しいマーケティング・アプローチの創造が期待される。既に複数の企業が研究成果の応用に取り組んでおり、様々な業種において、店頭マーケティングのあり方に影響を及ぼすと考えられる。