



株式会社 あらた

本社
〒135-0016
東京都江東区東陽6丁目3番2号 イースト21タワー
TEL 03-5635-2800 FAX 03-5635-2845

■北海道支社 ■東北支社 ■首都圏支社 ■中部支社 ■関西支社 ■中四国支社 ■九州支社

グループ会社
ジャベル㈱
ジャベルパートナーシップサービス㈱
ペットライブラリー㈱
モビィ㈱
㈱ベッツ・チョイス・ジャパン
㈱インストアマーケティング

㈱リビングあらた
㈱D-Neeコスメティク
新栄華(広州)国際貿易有限公司
JAPPELL (HONG KONG) Co.,LTD.
ARATA (THAILAND) Co.,LTD.
SIAM ARATA Co.,LTD.
ARATA VIETNAM COMPANY LIMITED



あらたマンスリー、ご愛読ありがとうございました



平素は格別のお引き立てを賜り厚くお礼申し上げます。弊社では、この度これまでご愛読いただきました「あらたマンスリー」を廃刊させていただくことにいたしました。

最終号となる本号で20年前の創刊目的と廃刊に至った経緯を述べさせていただきます。

あらたマンスリー創刊の目的

株式会社あらたは、2002年4月にダイカ株式会社、伊藤伊株式会社、株式会社サンビックと共同で持ち株会社を設立し、同年9月に徳倉株式会社を子会社化、2004年4月に持ち株会社から事業会社に移行しました。その後、同年8月に株式会社木曾清を子会社化、2005年4月に子会社であった株式会社木曾清と合併。同年12月に株式会社ジャベルを子会社化。2006年10月に株式会社シスコと合併し現在に至ります。

もともとダイカ株式会社は、自社のPRや流通に関する情報をお得意先を始めとする流通の皆様にお伝えするツールとして活用していたものを継承する形で、株式会社あらたが事業会社としてスタートした2004年4月から新会社のご理解を深めていただくことを目的に「あらたマンスリー」を創刊することになりました。

環境変化に対応

ご承知の通り今やメディア環境は大きく変化しており、紙媒体からデジタル媒体に変化しております。小売業様の販促手段も紙面でのチラシからアプリなどのデジタル販促に変化しております。新聞の発行部数も2005年比で43%減、広告部数は65%減となっており、あらたマンスリーも例外ではなく変化が求められており、創刊当時の目的も十分に果たせたことと、環境変化とともに今後は即時性の高いデジタルを活用した情報提供方法に変化することといたしました。

このような経緯から20年間ご愛読いただきました「あらたマンスリー」を今号をもって廃刊させていただきます。これまでご愛読いただきました流通の皆様をはじめ、本誌ご寄稿にご協力いただきました皆様にご利用とご支援賜り厚く御礼申し上げます。

今後は弊社ホームページやSNS公式アカウントを通じて皆様のお役に立つ情報を提供して参りますので、これまでと変わらぬご愛顧を宜しくお願い申し上げます。

取締役 副社長執行役員 営業本部長 東風谷誠一



こんにちは

あらたん

北海道稚内市大黒4丁目
株式会社 西條 稚内店



よしだ めい
吉田 海優さん

Q お店で心掛けていること

A. 丁寧に綺麗な売り場づくりと、お客様に寄り添った接客を心掛けています。

Q ご当地お奨め品は何ですか？

A. 当店でも販売中の稚内「卸菓子司 小鹿」さんの「流氷まんじゅう」がとてもおいしいです。

Q ご趣味は何ですか？

A. 小学4年生から続けているサッカーです。今も週2回練習に参加し大会も出ています。

データでわかる！スーパーマーケットで売れる日用品【後編】

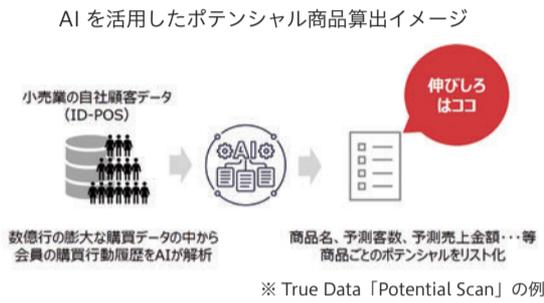
「今日の夕食は何にしようかな」「お醤油を買わなきゃ」——スーパーマーケットを訪れるほとんどのお客様は食品を買うために来店しています。これは逆に言うと、日用品がもっと売れる「伸びしろ」がある、ということです。実際、スーパーマーケットでたくさん日用品を購入する顧客が存在します。当社がある店舗で実施した調査によると、来店頻度も購入金額も高いロイヤル顧客は1人あたり年間32カテゴリもの日用品を購入していることがわかりました。

しかし、やみくもに商品を並べても、思うように売れるわけではありません。買っていただける可能性の高い顧客を見つけ、欲しいと欲していた商品との接点を作ることが重要です。

今回は、小売業で活用が進むAIとID-POSを使った手法を解説します。データとテクノロジーを使って、どのように「スーパーマーケットでもっと売れる日用品」を見つけることができるのでしょうか。さっそくそのノウハウを学んでいきましょう。

スーパーマーケットで売れる日用品をAIで抽出

スーパーマーケットで日用品を買う人も、買わない人もいます。AIを活用することで、日用品を買う人の購買行動から、スーパーマーケットでもっと売れるポテンシャルのある日用品、つまり「伸びしろのある日用品」を探すことができます。下記は True Data が小売業向けに提供する AI ツールの例です。



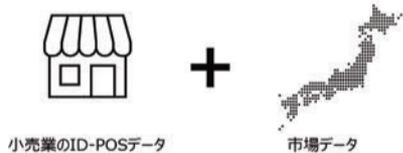
このロジックを簡単に説明しましょう。まず、その店舗に来ている顧客の購買傾向を商品の買い合わせ（併買）から分析し、似た商品群を購入する傾向のある顧客グループを抽出します。このグループのなかで日用品を買っていない人は、グループ内の顧客と似た日用品を買うポテンシャルがある、といった推計をAIがしているのです。ID-POS データを使うことで、このような顧客軸での分析が可能になります。

もっと売れるポテンシャルのある日用品カテゴリがわかったら、今度はそのカテゴリ内の個別商品でポテンシャル商品を抽出し、具体的にスーパーマーケットで売れる日用品をリスト化します。地域や店舗によって顧客は異なり、ポテンシャル商品も変わってくるため、こまやかに顧客の購買行動を捉えることで、売上アップの伸びしろがある日用品を見つけることができます。

自社小売業で扱っていないポテンシャル商品の探し方

「それでは、自社の店舗で取り扱いのない商品は『ポテンシャル商品』として出てこないじゃないか！」と気づかれた読者もいらっしゃるのではないのでしょうか。ここで登場するのが、ID-POS の市場データです。

市場データとは、全国小売業の膨大な購買データをもとに、チェーンや地域の偏りがなくパネル店舗を設定して統計化し、日本の縮図となるように設計された全国データのことで、自社小売業のID-POSをAIに読み込ませることでその小売業の会員に適した商品がわかり、市場データを読み込ませることでその小売業の会員と購買傾向が似ている人たちが市場で購入している商品がわかります。

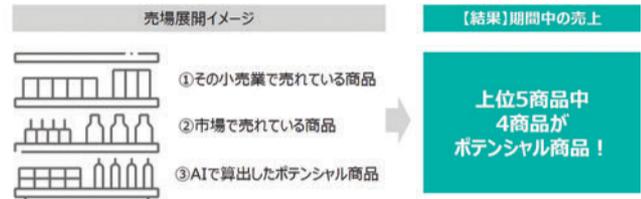


AIが選んだポテンシャル商品は本当に売れるのか!?

さて、AIが選んだポテンシャル商品は本当に売れるのでしょうか。あるスーパーマーケットで実施された実証実験の結果をご紹介します。

このスーパーマーケットでは、限られたスペースしかとれないカテゴリで、最大限の売上を実現する商品を探すため、①その小売業で直近売れている商品 ②市場で売れている商品 ③AIで算出したポテンシャル商品の3種類を展開しました。

その結果、実験期間の売上ランキングでは、①や②を抑えて、TOP5商品のうち4商品が③のポテンシャル商品だったのです。



より幅広いカテゴリを購入してもらうことが重要

冒頭で、「ロイヤル顧客（購入頻度・購入金額＝高）はスーパーマーケットで年間32カテゴリも日用品を購入する」と書きましたが、準ロイヤル顧客（購入頻度＝高・購入金額＝中）では、日用品の購入品目数は15品目と、ロイヤル顧客の半分でした。ロイヤルカスタマーの育成という観点においても、より幅広い日用品カテゴリを購入していただくことは重要なポイントのひとつです。

生活者の食卓を支えるスーパーマーケットは来店頻度が高く、顧客との接点として多くのチャンスを秘めています。限られたスペースの中でより多くの人たちが買いたいと思える日用品と出会っていただくためには、ご紹介した手法などを活用してポテンシャル商品を見つけることが有効です。ポテンシャル商品がわかったら、店頭陳列、クロスセルの促進、サインージによる店頭告知、広告などを通して、顧客に日用品購入を後押しし、売上アップ、ロイヤル顧客の育成、そしてブランドの育成につなげていきましょう。

2年前からお届けしてきた本連載も今回が最終回です。これまでのご愛読に心より感謝いたします。変化のスピードが加速するこの時代、データとAIの活用は進化し続けており目が離せません。そのなかでも特に、ID-POSを活用した取り組みは様々なシーンで注目が集まっています。私は、データ活用を推進する企業の一員として、ID-POSデータとテクノロジー、そしてこの連載をお読みいただいた読者の皆さまのアイデアとノウハウで、日用品業界がさらに発展していくことを願っています。

POINT

AIとID-POSを活用して顧客軸で「ポテンシャルのある商品」を自動的に見つけ、成功確率の高い施策を実施しよう!

筆者プロフィール 株式会社 True Data 上席執行役員 越尾由紀
流通データマーケティング支援部門、データサイエンス部門、IT戦略部門を統括。様々なクライアントの実践的なデータ活用を推進するとともに、データマーケティングの第一人者として、教材開発やセミナー講師など、幅広い領域で人材育成に取り組む。



True Data では、ビッグデータとAIを活用した、各種ソリューションをご提供しています。AIを使ったポテンシャル商品の算出、販促の自動化、新規出店時の売上予測などにご興味をお持ちの方は、お気軽に下記までお問い合わせください。

【お問い合わせ】株式会社 True Data
HPお問い合わせフォーム <https://www.truedata.co.jp/contact/>

長きにわたりご愛読くださいますと、誠にありがとうございました。今後は弊社ホームページやSNSを通じ、情報発信してまいりますので以下のQRコードをご確認ください。

<https://www.arata-gr.jp>
株式会社あらたホームページ

@ARATA_lifestyle
あらた全取り扱いカテゴリを紹介

@arata_media_jp
日用品・家庭用品を幅広く紹介

@hibiplus_arata
メイク・ヘアケアボディ・フェムテックの最新情報

