

2019年9月10日

報道関係各位

GMOクラウド株式会社

AI カメラサービスに小売データ活用を円滑にする 「クロスABC分析機能」を実装

～流通経済研究所の三坂氏が監修、さらに実用的な店舗データ分析が可能に～

GMOインターネットグループのGMOクラウド株式会社（代表取締役社長：青山 満 以下、GMOクラウド）は、カメラ映像をAIで分析する技術（AIカメラ）を活用した実店舗の来店客分析サービス「Diversity Insight for Retail byGMO（以下、Diversity Insight for Retail）」（URL：<https://iot.gmocloud.com/diversity-insight/retail/>）において、「購買意欲・関心」や「滞在時間」といった定量データを利用し、専門知識を持たなくても実用的な分析ができる新機能「クロスABC分析^{（※1）}機能」を実装し、本日2019年9月10日（火）より提供開始いたしました。また、これに合わせてGoogle Analytics連携など3つの機能のアップデートも実施いたしました。

「クロスABC分析機能」は、流通・マーケティング分野専門の研究機関として、政策研究調査や企業コンサルティングを行う公益財団法人流通経済研究所（以下、流通経済研究所）店頭研究開発室所属の主任研究員で、小売店舗の統計・データ分析の専門家である三坂 昇司^{みさか しょうじ}氏の監修のもと実装した機能です。

これにより、AIで取得したデータに基づく店内行動データの分析を、専門家でなくとも容易に実施できるようになります。

（※1）「クロスABC分析」は、小売流通業でよく使用される、「売上金額」や「利益金額」などの2つの視点からそれぞれA・B・Cのランク付けをする分析手法。顧客の動向を分析し、商品の販売戦略などに役立てることができる。



▲クロスABC分析の管理画面

監修

公益財団法人流通経済研究所
店頭研究開発室 主任研究員
三坂 昇司 氏



小売店舗の統計・データ分析の専門家として、政策研究調査や多数の小売流通企業・大手食品メーカーや広告代理店のコンサルティングに携わる傍ら、大学講師（統計学）やメディアでのヒット商品解説も務める。



【機能アップデートの背景～人材不足をはじめ業界の課題解決に向け データ活用・OMO^{（※2）}を促す機能強化～】

昨今の日本の小売業界においては、売り場の人員配置や導線の最適化、顧客の行動から店内レイアウトの最適化など、少ない人数でも売り上げを上げるための業務効率化や生産性向上にAIやデータ分析を活用する事例が見受けられるようになりつつあります。しかし、一部を除く多くの店舗では、「長年に渡り感覚的な店舗運営を続けていることが多い」、「顧客の属性や店内行動データを分析するには、一定以上の専門的な理解が必要なことから、店舗の現場担当者におけるデータ活用がなかなか進まない」などの声が寄せられています。

た。そこで GMO クラウドは、専門的な知識を持たなくても実用的にデータ分析ができるようにするため、小売店舗の統計・データ分析の専門家として著名な三坂昇司氏の監修のもと、店舗運営に役立つ「クロス ABC 分析機能」を実装したほか、Google Analytics 連携など 3 つの機能改善を行いました。

(※2) オンラインショップと実店舗（オフライン）の垣根をなくし、あらゆる顧客行動を定量データ化し、それを活用することによりユーザー体験を高める施策のこと。

1. 「クロス ABC 分析機能」の追加

「クロス ABC 分析機能」では、来店客の年齢・性別・ライフスタイル分析（特許出願中）などの属性^(※3)から推定する「購買意欲・関心」と、指定エリアにおける「滞在時間」の 2 軸で、自動的に A・B・C のランク付けした「クロス ABC 分析」の結果レポートを簡単に確認できるようになりました。これにより、取得したデータの分析結果を簡単に見える化できるだけでなく、仕入れする商品の最適化や、売り場における広告・販促の施策への落とし込みがしやすくなります。

(※3) 特徴点の抽出後は速やかに画像を破棄するなど、個人を特定しない匿名データとして利用するよう、十分な配慮に努めています。

【活用例】

導入企業「スーパーマーケットチェーン A 店」

チョコレート売り場に滞在する時間が長い人には、どのような属性の人が、何人くらいいるか？

(指定エリア：チョコレート売り場 滞在時間：長い)

<分析項目>

年齢：30 代 / 性別：男性 / ライフスタイル：サラリーマン / 時間帯：深夜 21 時～24 時台

「深夜 21 時～24 時台に“30 代のアクティブサラリーマン”と推定される男性の立寄率が高い」

<推測できること>

「仕事帰りの疲労回復やモチベーション向上に甘いものを求めていると考えられる」

これにより、働き盛りの忙しいビジネスパーソンに向けて、“晩酌に合うチョコレートとお酒の組み合わせ”や、“チョコレートをちょい足しすると美味しい簡単夜食レシピ”を提案する販促 POP やサイネージ広告を用意することで『ついで買い』の需要を掘り起こせるのではないかと、という仮説が立てられる。

なお、2019 年内に API 連携を予定している POS レジサービスとの連携完了後は、「販売数」「売上金額」など POS で取得したデータについても、一気通貫で分析・把握できるようになる予定です。

2. 販促 POP やサイネージ広告の効果測定機能の UI 改善

販促 POP・サイネージ広告の効果測定機能の UI を改善し、AB テストの結果を一つの画面で比較表示できるようになりました。A・B の 2 パターンの広告画像やキャッチコピーなどを用意し、より効果のあったものはどちらか比較する「AB テスト」の実施結果がよりわかりやすくなり、実店舗の広告・販促の最適化に役立ちます。

3. Google Analytics 連携で、OMO への移行を推進

Google Analytics との連携により、Web サイトやオンラインショップの来訪者属性と、リアルな実店舗の来店客属性の比較が 1 つの画面で表示できるようになりました。オンラインショップと実店舗との間での比較がしやすくなるので、それぞれのチャンネルに適した広告出稿や顧客体験の向上に寄与します。

4. 店舗 KPI の見える化/かんたん比較機能で、目標管理

チェーン店など複数店舗で導入している場合は、店舗別・期間別など任意の設定で、来店客属性・来店人数・回遊率などの比較分析を 1 つの画面で確認することが可能となりました。これにより、当日の店舗 KPI 数値と週平均を対比するなど、適切な目標管理に役立てることができそうです。

【今後の展開】

「Diversity Insight for Retail」は、今後、API 経由で POS レジサービスとの連携の実装や、さらにスムーズなデータ分析を可能にする機能の強化、離脱分析の強化を年内に行う予定です。これにより、「販売数」「売上金額」など POS で取得したデータと、「Diversity Insight for Retail」による「購買意欲・関心」や「滞在時間」という定量データを掛け合わせた、より効果的な分析が可能となります。

また、2020 年にインバウンド対応や国内経済の発展に寄与するデータ活用施策の支援として、国際的ライフスタイル分析への対応も予定しています。

【「Diversity Insight for Retail」について】（URL：<https://iot.gmocloud.com/diversity-insight/retail/>）

「Diversity Insight for Retail」は、実店舗に設置した小型カメラや既存の防犯カメラの映像を通じて、AI が来店客の属性（年齢・性別・来店人数カウント・ライフスタイル分析など）や店内行動を分析して見える化する、AI カメラサービスです。独自の AI 分析技術により消費傾向を予測するライフスタイル分析（特許出願中）など、業界トップクラス^(※4)の多様な分析項目を備えています。

店舗側は本サービスを導入することで、来店客分析におけるスタッフの業務負担を軽減し、AI による定量的なデータに基づく行動分析が可能となります。これにより、仕入れや販売戦略の改善、店内レイアウトや商品配置の最適化、今まで難しかったオフラインの広告販促キャンペーンやイベントの効果検証などが効率的に行えるようになり、実店舗の収益改善に貢献することができます。

なお、GMO クラウドは、9 月 19 日(木)開催の「インスタテック 2019 東京」に出展し、パワーアップした「Diversity Insight for Retail」を実際に体験できるブースをご用意いたします。この機会に是非ご来場ください。

(※4) 個人属性・行動分析項目の合計 100 種以上と業界最多数。2,000 パターン以上の分析が可能（2018 年 10 月時点 当社調べ）

- 出展イベント名：インスタテック 2019（東京会場）
- 開催日時：2019 年 9 月 19 日(木) 【 展示エリア 】 9:20-17:00
- 会場：JP タワーホール&カンファレンス (KITTE 4F)
〒100-0005 東京都千代田区丸の内 2-7-2 JP タワー・KITTE 4F JP タワーホール&カンファレンス
- 参加費：無料・事前登録制 * 公式サイトより事前の参加登録が必須
- 公式サイト：<https://www.f2ff.jp/inst/2019/09/>
- 出展社名：GMO クラウド株式会社（ブース番号 30）

【流通経済研究所および三坂氏について】

● 流通経済研究所とは（URL：<http://www.dei.or.jp/aboutdei/index.html>）

公益財団法人流通経済研究所とは、昭和 38 年 3 月に任意団体として発足した流通経済研究所が母体となり、昭和 41 年 10 月に通商産業省（現 経済産業省）の指導のもとに財団法人に改組し、さらに平成 25 年 4 月 1 日からは、「公益財団法人 流通経済研究所」として新たにスタートした流通・マーケティング分野専門の研究機関です。

● 三坂 昇司 氏

公益財団法人流通経済研究所 店頭研究開発室 主任研究員。2005 年中央大学商学部卒業。2010 年中央大学大学院戦略経営研究科（中央大学ビジネススクール）修了 MBA。IT 関連企業を経て、2010 年より公益財団法人流通経済研究所、店頭研究開発室所属。東京医療学院大学保健医療学部非常勤講師（担当：統計学）。日本人間工学会企画担当委員。食品小売業のデータ活用（POS データ、ID-POS データ、ビデオ映像データ、センサーデータ等）を中心に、複数の大手食品メーカーや広告代理店などへのコンサルティング業務に従事。2019 年より GMO クラウドの「Diversity Insight for Retail」におけるデータ分析の監修を担当。

【GMO クラウド株式会社について】

1996 年にサービスを開始して以来、クラウド・ホスティング事業を主軸に、国内・海外の企業に向けて最適な IT インフラを提供する IT 企業。国内約 6,500 社の販売代理店を有し、11 万を超える法人向けサーバー運用実績を持ちます。

2017年からはAI/IoT事業にも注力し、自動車向けIoTソリューションの開発や、企業のAI・IoTビジネスの実現を支援する「IoTの窓口 byGMO」の提供を開始。2018年より一般社団法人 リテールAI研究会 (<https://retail-ai.or.jp/>) に正会員として所属し、来店客分析AI「Diversity Insight for Retail」をリリース。各種小売・メーカー企業が実際に抱えている課題の解決に向けて尽力しています。

さらに、連結会社GMOグローバルサイン株式会社を中心となり展開する「GlobalSign」の電子認証サービスが、SSLの国内シェアが4年連続でNo.1^(※5)を取得、欧米やアジア地域、中東地域など世界10カ国・地域の拠点を通じて世界に広がっています。

(※5) Netcraft社の「SSL Survey」より(2019年3月時点)

以上

【報道関係お問い合わせ先】

●GMOクラウド株式会社 社長室 広報担当 遠藤・松下
 TEL : 03-6415-6100 FAX : 03-6415-6101
 E-mail : pr@gmocloud.com

●GMOインターネット株式会社
 グループコミュニケーション部 広報担当 石井
 TEL : 03-5456-2695 E-mail : pr@gmo.jp

【GMOクラウド株式会社】 (URL : <https://ir.gmocloud.com/>)

会社名	GMOクラウド株式会社 (東証第一部 証券コード：3788)
所在地	東京都渋谷区桜丘町26番1号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役社長 青山 満
事業内容	■クラウド・ホスティング事業 ■セキュリティ事業 ■ソリューション事業
資本金	9億1,690万円

【GMOインターネット株式会社】 (URL : <https://www.gmo.jp/>)

会社名	GMOインターネット株式会社 (東証第一部 証券コード：9449)
所在地	東京都渋谷区桜丘町26番1号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役会長兼社長・グループ代表 熊谷 正寿
事業内容	■インターネットインフラ事業 ■インターネット広告・メディア事業 ■インターネット金融事業 ■仮想通貨事業
資本金	50億円

※記載されている会社名、製品名は、各社の商標、もしくは登録商標です。

Copyright (C) 2019 GMO CLOUD K. K. All Rights Reserved.