



KONICA MINOLTA

～流通小売業・サービス業向け～

ビックデータ時代の画像データ認識・分析による最新マーケティングセミナー

Session4

実店舗におけるIOTソリューションの活用方法

CROSS
MEDIA
STRATEGY



2017/2/22
コニカミノルタジャパン株式会社
マーケティングサービス部
山中 好彦



IOTソリューションがなかった時代

店舗入り口からPOSレジまでの動きが全く不明



ビタミン剤売り場で目薬をついで買いしてもらおう

目薬売り場でビタミン剤をついで買いしてもらおう



IOTソリューションが**なかった時代**

店舗入り口からPOSレジまでの動きが**全く不明**

◆ 見えてない事自体が見えてない！

POSデータ





KONICA MINOLTA

IOTソリューションがなかった時代

店舗入り口からPOSレジまでの動きが**全く不明**

◆見えてない事自体が見えてない！



◆平均滞在時間15分

◆視線は下15度

◆床から1m35cmがゴールデンスペース

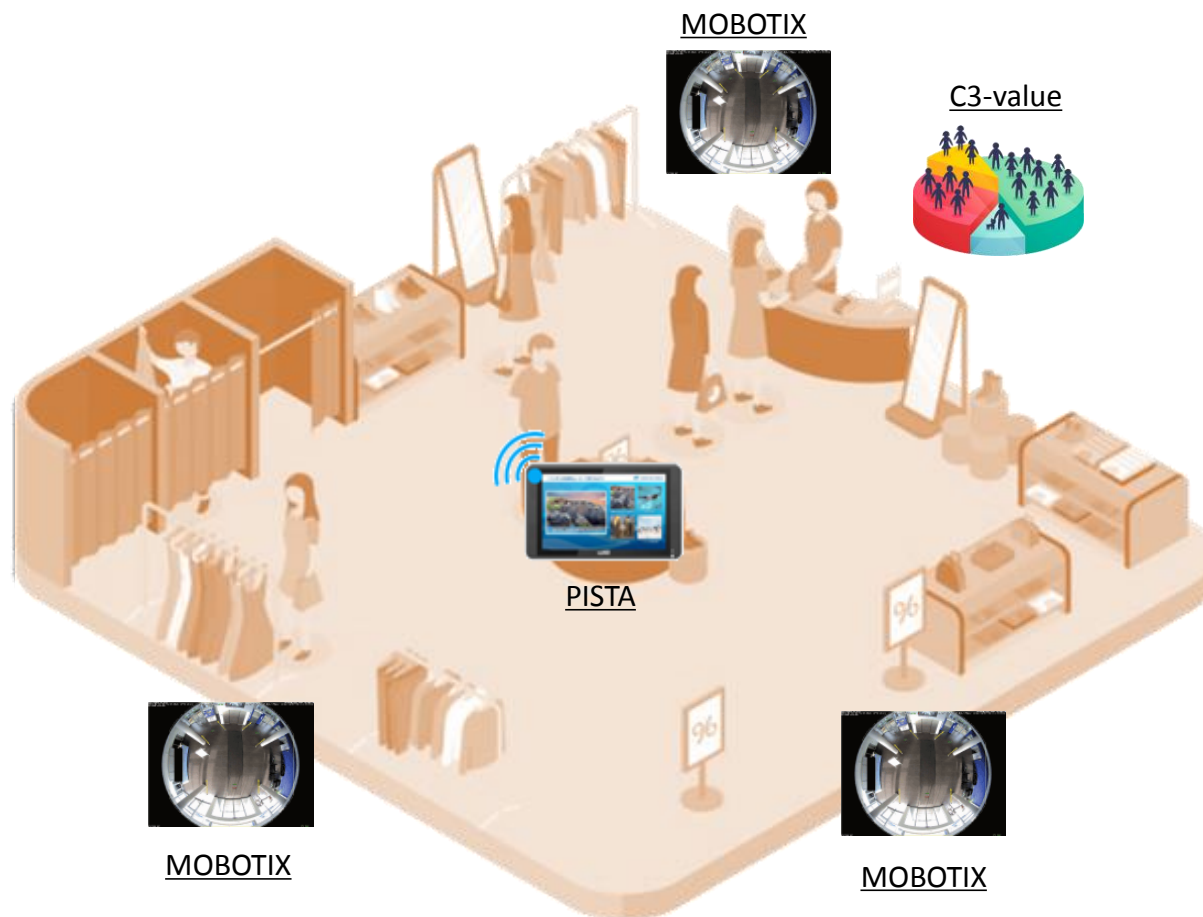
◆上位顧客でも月1回しか来店しない

◆お菓子売り場への立ち寄り率は高い



IOTソリューションが**ある**時代

店舗入り口からPOSレジまでの動きを**自動で把握**





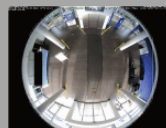
KONICA MINOLTA

IOTソリューションが**ある**時代

店舗入り口からPOSレジまでの動きを**自動で把握**



◆平均滞在時間15分



◆視線は下15度



◆床から1m35cmがゴールデンスペース

◆上位顧客でも月1回しか来店しない

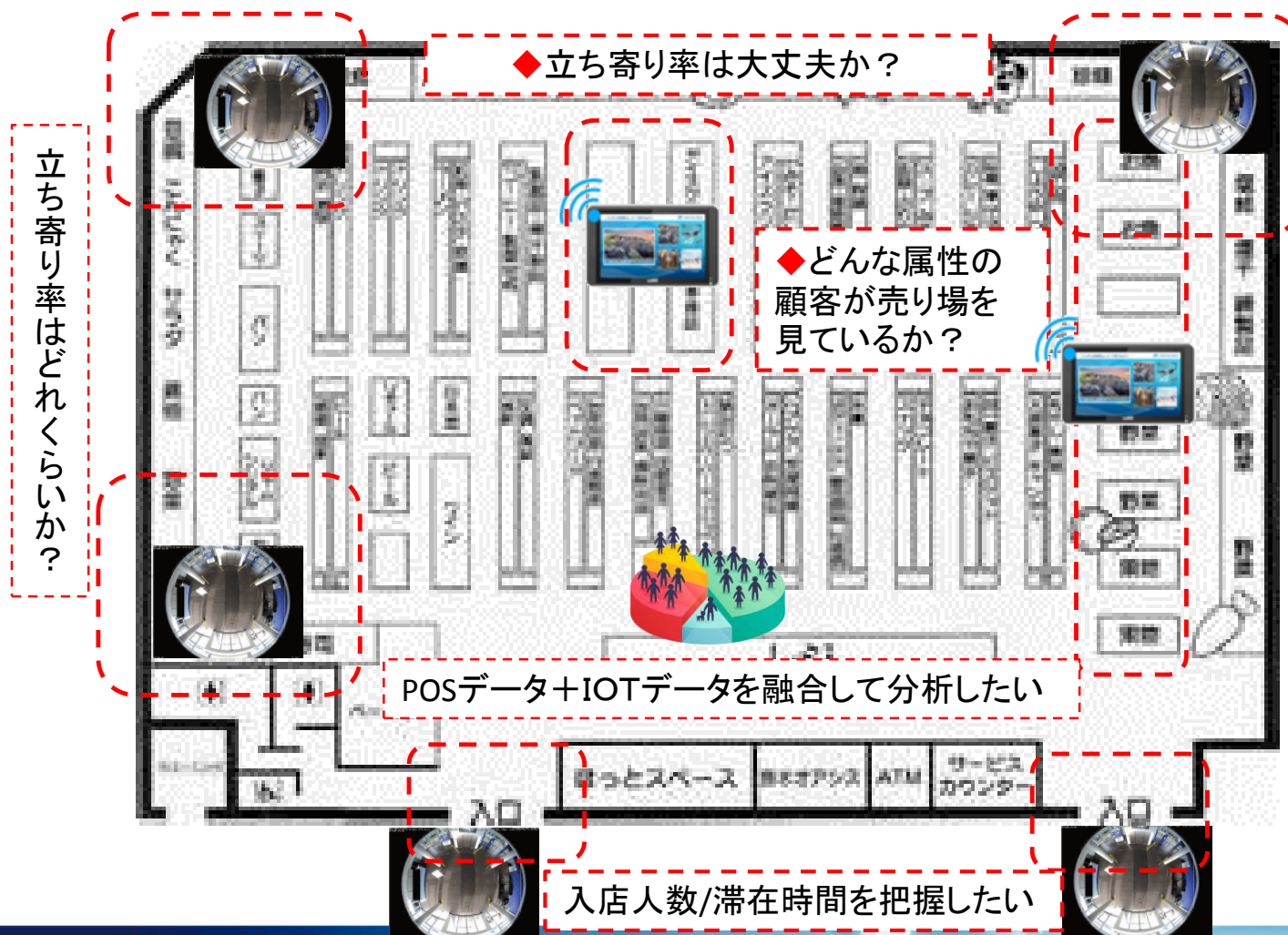


◆お菓子売り場への立ち寄り率は高い



IOTソリューションが**ある**時代

店舗入り口からPOSレジまでの動きを**自動で把握**



SOLUTION MAP

Marketing Management Service
マーケティング・マネジメント・サービス

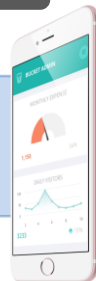
4

CLOUD型データ活用ツール

IOTデータを見える化するダッシュボード

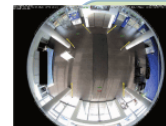
IOTセンサーから集められた様々なデータから
上層部に必要なデータをビジュアルに表示します。

Executive Dashboard



1

IoT SENSOR



人数カウント機能付き防犯カメラ

広範囲な範囲でお客様のヒートマップ
を見ることができます。

Mobotix・エグゼィティブダッシュボード

5

POSデータ分析ツール /顧客分析・商品分析

顧客購買情報の宝である、POSデータを
誰でも簡単に分析が出来るツールです

C3-Value



6

データ活用コンサルティング

POSデータ分析・入店数カウントデータ分析

月1回2時間のコンサルティングサービスです。
データの整理→分析の切り口→具体的なデータ活用までを
お手伝いします。

コンサルティング



2



高性能な人数トラッキングカメラ

お客様の重複カウントを正しい来店者数
を計測します。

STEREO CAMERA ANALYTICS

3



顔認証機能付き電子POP

電子POPを何人見たか？
年齢・性別等を自動で計測します。

PISTA・ギャザリングクラウド

Mobotix / 人数カウント機能付き防犯カメラ

広角カメラが店舗の入店数・通行量・ヒートマップを計測

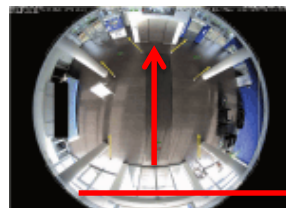
今迄の店舗は何人が購入したかという結果の情報しか把握していませんでした。当社のMobotixは広角ですので最低限のカメラ設置により通行者数や入店者数を計測し店舗経営の指標に役立たせます。

1

Mobotix
SOLUTION



写真はイメージです。



何名が入ったか（入店率は？）

何名が購入したか？（高倍率は？） *POSデータおよびC3-Value 必須

店舗内のヒートマップは？

店舗前の通行量は？

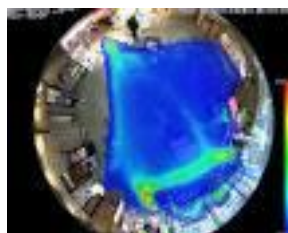
入店率・購買率

	通行人数	入店人数	入店率	購買人数	購買率
A店	12,451	198	1.6%	12	6.1%
B店	8,372	112	1.3%	5	4.5%
C店	21,946	58	0.3%	8	13.8%
D店	4,712	28	0.6%	11	39.3%
E店	15,382	293	1.9%	15	5.1%
平均	12,573	138	1.1%	10	13.7%

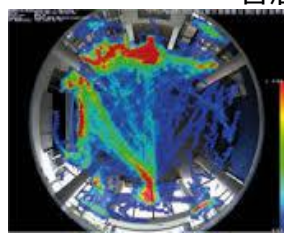
昨対売上

	購買人数	客単価	売上	昨対
A店	12	32,911	394,932	101.2%
B店	5	28,912	144,560	97.1%
C店	8	21,953	175,624	92.8%
D店	11	28,650	315,150	99.8%
E店	15	23,432	351,480	103.4%
平均	10	27,172	276,349	98.9%

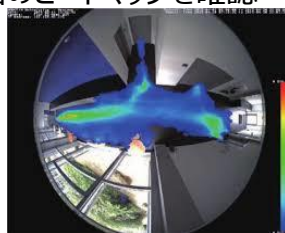
各店のヒートマップを確認（V P の比較に役立ちます）



A店



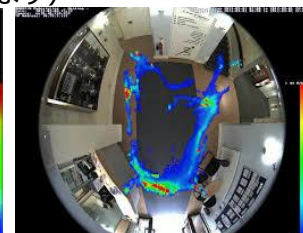
B店



C店



D店



E店

店舗別に狙った場所に顧客が滞留しているか検証

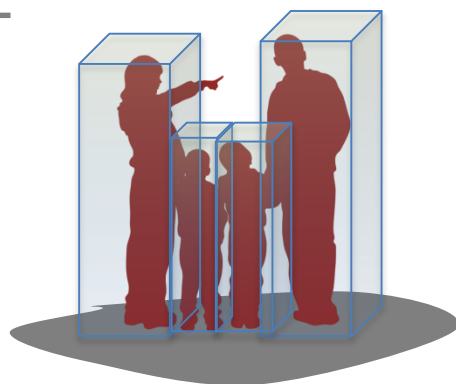
ステレオカメラ/ 正確な来店トラッキングセンサー

3Dカメラで高精度な認識率を確保

グループ客の認識や子供の計測(除外)する為の高さフィルタリングやカートの除外など3D計測による来場者人数をカウントします。二眼レンズによって物体を認識します。

2

STEREO
CAMERA



- ・暗めの場所でも認識可能。
- ・子供を除外するフィルタリング機能
- ・グループ客を認識
- ・カメラ側で処理するためネットワーク負荷が軽い
- ・動画のストリーミング機能
- ・3 2 までライン設定可能



◀ グループで一気押し寄せても、ステレオカメラで取りこぼさず認識します。

▼ 1 名をトラッキングが出来ますのでエリア内の滞在時間なども測定できます。



Queues								
ID	Name	External ID	Current	Average	Maximum	Minimum	Status	
1	Queue		6	5.51	7	3	Open	



PISTA / かしこい顔認識機能付き電子POP

電子POPで棚を確保すると同時にマーケティングデータ収集

電子ポップの動画や静止画を立ち止まり、見てくれたお客様の性別・年齢を計測します。また、その時に放映したコンテンツがどの層にリーチしたかを分析します。



写真はイメージです。



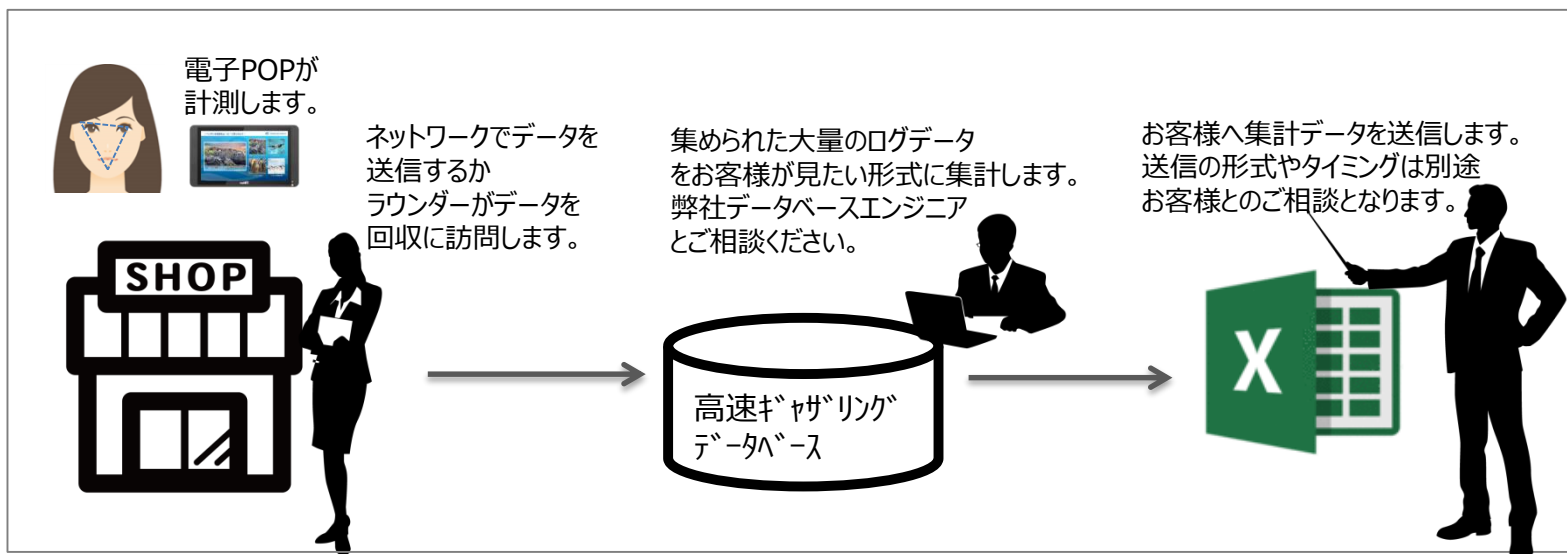
性別・年齢・何秒立ち止まった？
その時放映していたコンテンツは？

例えばコンテンツのABテスト



3

E-POP
SOLUTION





KONICA MINOLTA

エグゼクティブダッシュボード/IOTデータを見える化するダッシュボード

経営者/店長にビジュアルに情報提供を行い「見える化」推進

4

DASHBOARD SOLUTION

◇Business Weather News

週の売上昨年対比を地域別
にお天気で表示 (110% 晴天)

→地域詳細 ドリルダウン

関東地区 115%

– 渋谷 113%

– 新宿 120%

– 松濤 116%

◇F1 Grand Prix

昨年度対比
売上・客数・客単価

Modelist	拠点名	売上	客数	客単価	写真
1	渋谷支店	120%	525	25,000	
2	渋谷支店	120%	400	30,000	
3	渋谷支店	110%	300	23,000	

◇Most Valuable Customer

最も購入金額の多かったお客様

	拠点名	売上	客単価	ご来店数
1	A様	1,200,000	渋谷支店	4
2		700,000	名古屋駅前	3
3		500,000	浜松町北	2

Camera Sensorを導入した場合

◇Traffic & Conversion

拠点名 入店客数 購買率

渋谷 200 12%

新宿 180 10%

松濤 130 15%



◇Sales performance

当週までの予算達成率

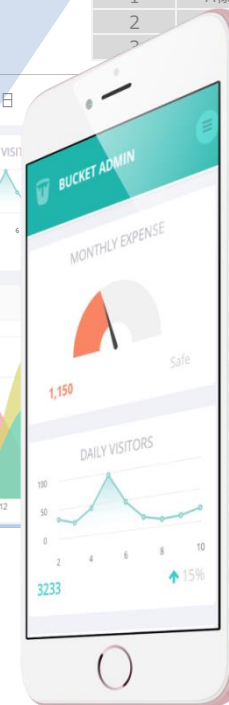
120% 以上 スピードメーター振り切り

100% 100km

80% 80km

◇Strategy Check

当週までの昨年度実績と比較
売上・客数・客単価・拠点平均

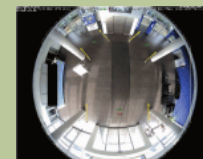


POSとのリアルタイム連動

◇時間単位での数値変動

店内画像参照

◇カメラ画像を表示



C3-Value/POSデータ分析ツール

直ぐにでも導入できる流通小売向けPOSデータ分析テンプレート

POSから大量の購買データをお預かりし流通小売でよく使う分析テンプレートと超高速検索データベースによって
どのお客様に対してマーケティングを行うべきか、どの商品を無くすべきかを判断できます。

5

BIGDATA
ANALYTICS

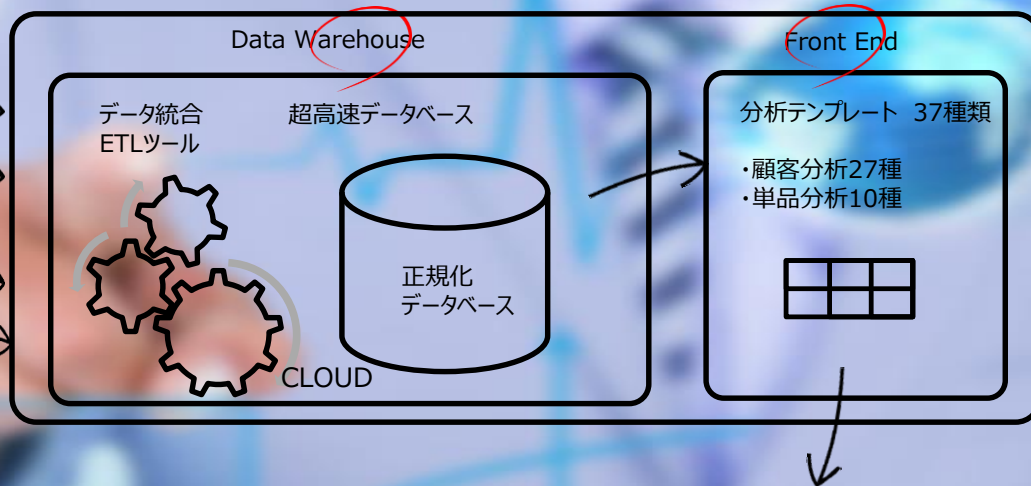
Data Source

POSシステム

顧客管理システム

カメラセンサー

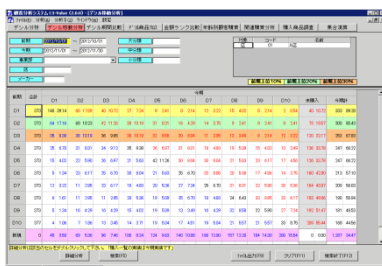
ECからの購買履歴



デシル分析



デシル移動分析



R F M分析



集合演算





KONICA MINOLTA

データ活用コンサルティング

データ整理→分析の切り口→具体的なデータ活用支援

6

CONSULTING

1

あなたのお店・商品を選んでもらうためには

価値を伝えることの重要性や、商品が売れない本当の理由を解説。

2

反応の上がりやすい販促物のシナリオづくりとは

反応が上がりやすい3角構造を元にお客様とのシナリオを作りや共感・共鳴を呼ぶキャッチコピーなどのコツを解説。

3

リピーターを確保するためには

顧客離反の3大要素を解説し、リピーター確保のための取組みを紹介。

4

お客様を売上まで導くためには

お客様を売上に導くため、「現在のお客様の動き」と「この先のお客様の動き」という目論見を立て、誘導するためのコツを解説。



- 1回きりのお客さまが多い。次につながらない…
- 休眠客へのアプローチってどうしたらいいの？
- 新規のお客さまを増やしたけど、その後のアクションが分からない
- 既存客の来店頻度・売上単価を上げたい
- 優良顧客に育てるにはどうしたらいいの？

悩み

データ活用の期待効果

- 新規客がリピーター客に成長
- 「そもそも固定客になりやすいお客様」を集客する方法がわかる
- お客様に読まれるDM作成ができる
- 効果的なSNSの活用方法が分かる



KONICA MINOLTA



KONICA MINOLTA

地球をモチーフにしたシンボルマーク
「グローブマーク」は、
コニカミノルタの無限の広がり
世界中のお客さまに対する
新しい価値の提供を表現したものです。

