

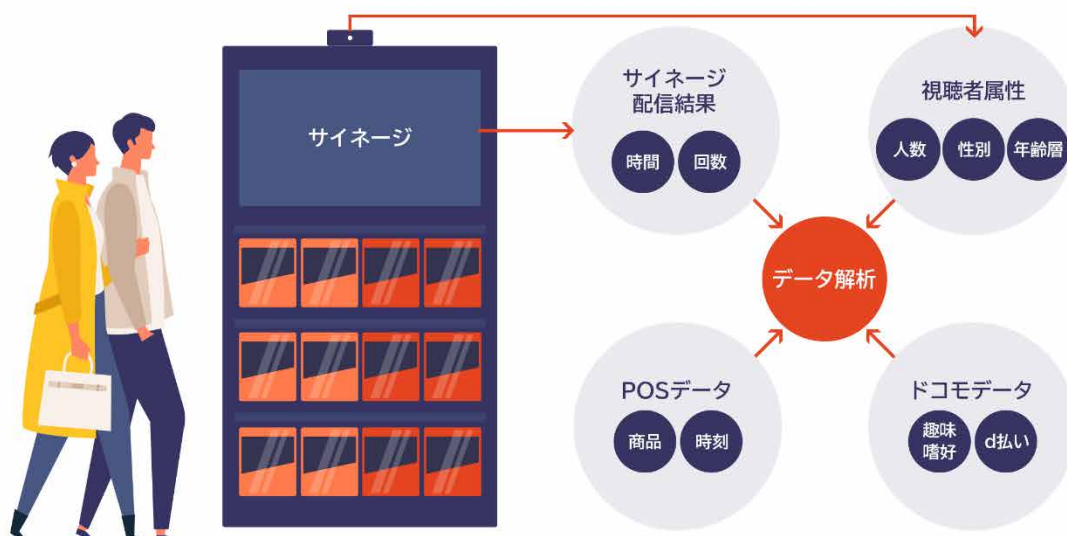
店舗内の来店者属性・行動特性を可視化し小売りのDXを推進 ～属性認識カメラと購買データによる効果的な分析が可能に～

株式会社NTTドコモは、小売OMO^{※1}領域のソリューション開発の一環として、ゼビオ株式会社(以下、ゼビオ)の「スーパースポーツゼビオ」4店舗^{※2}において、店舗内の来店者の属性、行動特性や、オフライン広告の効果可視化しマーケティング施策の改善につなげる取り組み(以下、本取り組み)を、2021年12月23日(木)から開始します。

新型コロナウイルスの流行や、ECの台頭を機に、小売業界にはDX化やIT化が求められています。WEB広告やECサイトなどのオンライン施策とは異なり、店舗での販売促進活動などのオフライン施策については「効果の見えづらさ」を課題として挙げる声も多くあります。本取り組みは、その課題解決につながるものです。

本取り組みでは、「スーパースポーツゼビオ」4店舗に属性認識カメラとサイネージを活用した特殊販促棚を設置し、サイネージで放映される広告の視聴から棚に陳列された商品の購入までの来店・購入者属性および行動特性を把握、分析します。特殊販売棚に用いる属性認識カメラは、株式会社ニーリー(以下、ニーリー)が提供するもので、ニーリー独自のAI技術を活用し、サイネージ広告を視聴した人の人数、性別、推定年齢などを、マスクの有無に関わらず取得できます^{※3}。カメラ画像をもとにした属性解析データと、デジタルサイネージの広告配信履歴に、店舗のPOSデータを突き合わせることで、どの広告が、どの層に視聴され、結果どう売上につながったかを分析することが可能になります。これらの分析をドコモが保有する「d払い[®]」の利用データや趣味嗜好データなどを統計化したデータ^{※4}と掛け合わせることで、より効果的な分析や次の購買につながる情報を小売店やメーカーに提供することが期待できます。

<実施イメージ>



本取り組みの結果などをもとに、ドコモは解析データを活用したメーカーの商品開発やマーケティング施策、小売店における販促施策を支援するサービス開発に取り組みます。

※1 OMO とは、Online Merges with Offline の略。オンライン(インターネット)とオフライン(リアル店舗)の境界線をなくして個々の顧客に最適なサービスを提供し、顧客体験の向上をめざすことを意味します。

※2 対象店舗は以下の4店舗です。

スーパースポーツゼビオ あすと長町店(宮城県仙台市)

スーパースポーツゼビオ 埼玉ららぽーと富士見店(埼玉県富士見市)

スーパースポーツゼビオ 川崎ルフロン店(神奈川県川崎市)

スーパースポーツゼビオ 東大阪菱江店(大阪府東大阪市)

※3 属性認識カメラの活用においては、カメラで撮影した映像・画像自体のデータは録画・保存せず、推定結果のみをデータとして保存するなど、IoT推進コンソーシアム、経済産業省および総務省が定める「カメラ画像利活用ガイドブック Ver.2.0」や「センシングサイネージガイドライン」に沿いプライバシーに配慮した対応を実施しています。

※4 統計化したデータのため個人を特定できない形で分析を行いません。またプライバシーポリシーに基づいた対応を行います。

※ 「d 払い」は、株式会社 NTT ドコモの登録商標です。

本件に関する報道機関のお問い合わせ

NTT ドコモ イノベーション統括部

事業化第一担当

MAIL: ec-concier-cs-ml@nttdocomo.com

本取り組みの概要

1. 実施内容

- ・店舗内に属性認識カメラとサイネージを活用した特殊販促棚を設置し、来店客へのプロモーションを実施。
- ・個人情報に配慮した形で、カメラ画像をもとにした属性解析データ、デジタルサイネージの広告配信履歴に POS データやドコモ保有の統計データなどを掛け合わせることで、サイネージ効果や購買者属性を分析。

<検証項目>

1. サイネージを搭載した特殊販促棚による来店客へのプロモーションを通じた、店舗の収益向上
2. 映像解析による来店客属性データ分析
3. ゼビオが保有するデータとドコモが保有するデータを統合したデータ分析による、マーケティング施策の検討

2. 特殊販促棚イメージ



3. 実施期間

2021年12月23日(水)から2022年3月末まで

4. 実施場所

- スーパースポーツゼビオ あすと長町店(宮城県仙台市)
- スーパースポーツゼビオ 埼玉ららぽーと富士見店(埼玉県富士見市)
- スーパースポーツゼビオ 川崎ルフロン店(神奈川県川崎市)
- スーパースポーツゼビオ 東大阪菱江店(大阪府東大阪市)