

2016年4月7日

## 博報堂、店頭に設置した3Dセンサーを活用し、生活者の買物行動測定へ アメリカ・Shopperception社と 日本における独占ライセンス契約を締結

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：戸田裕一、以下、博報堂）は、アメリカのShopperception（ショッパーセプション）社（本社：ニューアーク、代表：Alfonso Perez）と、日本における独占ライセンス契約を締結（※1）しましたのでお知らせします。Shopperception社は3Dセンサーを活用し買物客の棚前行動を測定する技術を保持しており、本契約により、店頭における生活者の買物行動データの測定が可能になります。

近年、スマートフォンの普及や位置測位技術の進化によって買物客の様々な店内行動の測定が可能となったことから、国内外で様々なサービスが登場し始めています。ところが、売場通過・売場立寄の測定だけではなく、棚前での商品接触までの行動をデータ化することは困難でした。

Shopperception社は、売場・棚の通過人数、滞在人数・滞在時間等の測定に加えて、購買の意思決定が行われる「接触」までを商品ごとに捕捉し、個人を特定しない情報を用いて、アクチュアルデータ化が可能な技術を保有しています。売場・棚全体の評価に加え、商品接触データを活用した棚割り・品揃えの評価、商品ごとのマーケティング施策の評価等まで踏み込んだ分析を行うことができます。

博報堂は、店頭における生活者の買物行動データ測定強化にあたり、Shopperception社とライセンス契約を締結、本技術を活用した棚前行動測定サービスを提供します。本サービスはShopperception社の特許技術によって測定した棚前行動データを、博報堂が他のビッグデータと統合して分析、売場改革のアクションプラン策定に活用します。例えば、同カテゴリ内での商品ごとの接触率や購買率等の指標に基づく課題抽出、および課題解決につながる棚割開発などを行ってまいります。両社の協業により、買物客・メーカー・流通の三者のメリットを満たすサービスを提供することが可能となります。

なお、本サービス提供により、買物行動の活性化につなげる博報堂独自のプランニング手法「ショッパーズ・カスケード™モデル」（※2）を強化します。

今後はさらにShopperception社の特許技術を活用し、棚前行動データに基づく店内での情報配信サービスの開発を推進します。店内でのデジタルサイネージや買物客が保有するデバイスに対して、商品接触状況や、購買データ、WEB行動データ等を活用し、リアルタイムに情報を配信する仕組みを開発し、取り組みを強化していく予定です。

※1 アジア市場でもライセンス契約を締結



棚前に設置した3Dセンサーを活用し、棚前での買物行動（通過・立ち寄り・接触・購買等）を把握することで、ブランド戦略・マーケティング施策評価・棚割/品揃え評価を可能にします。

●売場・棚に加え、店頭における商品単位の課題を抽出し、打ち手の方向性を検討。

	課題発見	効果測定
売場・棚	<b>売場・棚の診断</b> 商品カテゴリー別のショッパーの併接触・迷い行動の傾向把握等。	<b>インスタプロモーションの質的効果</b> 「滞在時間」「接触」等を中間指標とした新しい売場・棚割の質的な評価等。
ブランド	<b>棚における商品の競争力把握</b> 棚の競争下におけるブランド間の強弱関係を把握等。	<b>マーケティング施策の店内行動への寄与</b> 商品リニューアル等の施策による「接触」や「指名買い」比率への影響評価等。

## ■ 会社概要 ■

- Shopperception Inc.

代表者 Alfonso Perez

本社所在地 112 Capitol Trail, Newark, DE 19711

設立 2012年

事業内容 情報処理業サービス業

3D センサーを活用した買物客の棚前行動を測定する特許技術を持ち、グローバルで棚前行動測定サービスを提供。

## ※2 ショッパーズ・カスケード™ モデル

店内の生活者の買物行動データに加え、広告・販促投資額・売上データ・生活者データ等の他のビッグデータと統合した分析を行うことで、買物行動の活性化につながるアクションを導く博報堂独自のプランニング手法。従来の調査手法では実現できなかった「無意識下の行動の可視化」と「アクチュアルデータによる行動捕捉」の2つのアプローチで、リアルな買物行動の検討プロセスを明らかにし、メーカー・流通双方の売上・利益拡大につながるアクションプランを導き出すことを目指します。