

**生活者の見える化ソリューション「Genometrics」、ウェブ接客「KARTE」と連携開始
～オフラインの購買情報から推計する生活者の価値観をウェブ接客でも利用可能に～**

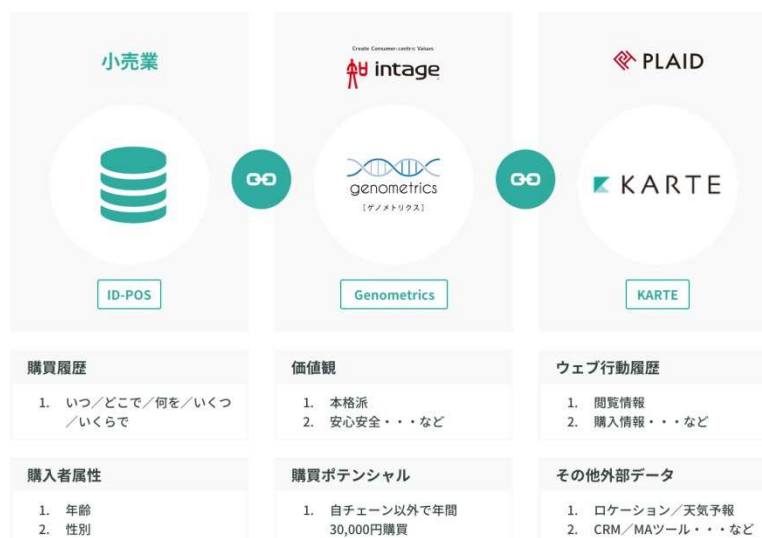
株式会社インテージ(東京都千代田区:代表取締役社長 石塚 純晃、以下、インテージ)は、同社が提供する小売業向け生活者の見える化ソリューション「Genometrics(ゲノメトリクス)」と、株式会社プレイド(東京都品川区:代表取締役社長 倉橋 健太、以下、プレイド)が提供するウェブ接客プラットフォーム「KARTE(カルテ)」との連携を2017年4月26日より開始いたしました。

オフラインで蓄積した購買履歴を基に「Genometrics」を用いて浮き彫りにした「生活者の価値観」をウェブサイト上の接客で活用できるようになります。



「Genometrics」は、スーパーマーケットやコンビニエンスストア、ドラッグストアなどの小売業が持つ ID-POS データ(購買履歴や購入者属性)を解析し、生活者の食・健康・買い物などに対する価値観やライフステージを推定・可視化するサービスです。具体的には、「既婚、子持ち」などの家族構成や、「健康志向」「節約志向」などの価値観、カテゴリ別の購買量のポテンシャルをインテージが独自のアルゴリズムで集計・分析したデータを基に推定し、潜在ニーズを浮き彫りにします。

「KARTE」は、ウェブサイトの数行のコードを埋め込むだけで、来訪者の特徴や行動をリアルタイムに解析し可視化することができ、個々の来訪者にあわせた接客をウェブ上で実現するサービスです。サイト訪問中の相手の状況に合わせたリアルタイムな接客を、多彩なアクションにより自動応答で実現します。



スーパーマーケット向け汎用セグメント例



店頭で購入情報から導いた個人の価値観をサイト上の接客に活用

私たちは、相手がどんな人であるかを把握するための有益な情報を増やすことで、来訪者にとって適切な接客を行う確度を高めることができると考えています。

「KARTE」では「個客の可視化」を徹底して追求しており、サイト上での行動履歴だけでなく、企業や第三者機関が所持するデータと紐づけることで、より厚みのある情報を蓄積できるよう連携を強化してきました。

企業が所持する ID-POS の生活者の価値観を可視化する「Genometrics」と連携することで、「KARTE」のセグメントに「健康志向」や「節約志向」といった来訪者の価値観やライフステージを加えることができます。これにより来訪者がどのような価値観や目的を持っているかを把握することができ、価値観に応じたアプローチやおすすめ商品提案が可能となります。

会員ユーザーにGenometricsの属性（価値観・購買ポテンシャル）を追加して可視化



また、インテージは次世代型レコメンドエンジン「Genometrics Connect」を2017年2月から提供しており、このツールと「KARTE」の連携も開始しています。これによりインテージのアルゴリズムを用いて、価値観に沿ったおすすめ商品の提案や生活者が魅力的に感じるワードの使い分けなどが可能となっています。

例えば、「本格派」セグメントに属するユーザーには、旬の食材・こだわり食品を訴求する



スマートフォンやタブレットの普及により、生活者の情報接触は多様化し、生活者の行動が大きく変化する中、小売業が売り上げを拡大するためには、生活者のことをよく知り、多様化する嗜好に対応し、一人ひとりの売り上げを最大化することが不可欠となります。一方、リアル店舗ではウェブ、ソーシャルネットワーク、モバイルアプリ、接客ロボットなどで顧客接点が拡大しており、それぞれのチャンネルをどのように活用して、いかに効果的に生活者にアプローチするかが重要となっています。

インテージは、「Genometrics」、「Genometrics Connect」を通じて、生活者に毎日のお買い物をより楽しいものと感じていただける価値体験を提供し、様々なサービスとの連携を強化し、販促の効果を高めることで、小売業の売上・利益の最大化に向けて支援いたします。

「Genometrics」について URL: <https://www.intage.co.jp/landing/genometrics/>

小売業保有の購買データだけでは見えてこない、生活者としての人となりを明らかにする生活者の見える化ソリューションです。日々蓄積される生活者の購買データから、属性、価値観、意識(顧客のDNA)を解析し、商品開発やマーケティング活動に使用することが可能となります。性別、年代といった基本的な属性から、健康意識、消費価値観、調理意識や行動、さらには、その生活者の潜在的な購買規模も含め、保有する購買データだけでは把握できない生活者としての像を浮かび上がらせ、商品開発やマーケティング活動を支援します。



「Genometrics Connect」について

「Genometrics」を通じて、生活者一人ひとりの多様な価値観・意識（顧客の DNA）と、商品が生活者に提供する多様なベネフィット情報（商品の DNA）とをマッチングすることで、One to One マーケティングを実現することができるレコメンドエンジンです。生活者毎に“魅力的に感じる商品訴求ワード”を自動で抽出可能な「商品メッセージ作成サポート機能」を搭載し、各商品が持つ多面的な価値を、生活者一人ひとりの嗜好に合わせたメッセージで伝えることで、販促効果を最大化します。

「KARTE」について URL: <https://karte.io/>

「KARTE」は、ウェブサイト为数行のコードを埋め込むだけで、来訪者の特徴や行動をリアルタイムに解析し可視化することができ、個々の来訪者に合わせたメッセージ配信などを可能にするサービスです。これまでにないリアルタイム解析を実現したことにより、利用者がサイトから去ってしまう前に、必要な情報を適切なタイミングで自動的に提案することができます。

2016年3月には新機能「KARTE TALK」を発表し、チャット、SMS、メール、Facebook メッセージ、ブラウザ通知、スマホ通知などでのアクションが可能となっています。

サービス開始から2年で導入社数は1,430社（2017年2月末時点）を超えています。

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：石塚 純晃）は、「Create Consumer-centric Values ～ お客様企業のマーケティングに寄り添い、共に生活者の幸せを実現する」を事業ビジョンとして掲げ、様々な業界のお客様企業のマーケティングに寄り添うパートナーとして、ともに生活者の幸せに貢献することを目指します。生活者の暮らしや想いを理解するための情報基盤をもって、お客様企業が保有するデータをアクティベーション（活用価値を拡張）することで、生活者視点にたったマーケティングの実現を支援して参ります。

【株式会社ブレイド】

株式会社ブレイド（東京都品川区：代表取締役社長 倉橋 健太）は、「データによって人の価値を最大化すること」をミッションとし、独自開発のリアルタイム解析基盤を活用したウェブ接客プラットフォーム「KARTE（カルテ）」を提供しています。ウェブサイトの来訪者を人軸で徹底的に可視化することで、サービスを提供する「人」の能力を引き出し、その先の体験価値を高めるサポートとなるサービスを提供していきます。

【報道機関からのお問い合わせ】

株式会社インテージ

広報担当：小林（こばやし）／石渡（いしわた）

TEL：03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>

【本サービスに関するお問い合わせ】

株式会社インテージ

事業デザイン企画部 担当：森（もり）

Mail: genometrics@intage.co.jp

株式会社ブレイド

広報 飯塚（いづか）

Eメール: press@plaid.co.jp