

インテージとフェズ、AI 画像解析を活用した売場のデータ化と 売上・利益を最大化する売場づくりを支援するサービスでの連携開始




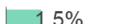
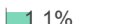
株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:檜垣 歩、以下インテージ)と、株式会社フェズ(本社:東京都千代田区、代表取締役:伊丹 順平、以下フェズ)は、売場のデータ化と最適化を実現するサービスでの連携を開始したことをお知らせいたします。

売場は「FMOT(First Moment of Truth)」と言われるように、重要なものです。生活者は棚を見て、3~7秒でどの商品を購入するか判断していると言われていています。限られたスペースの中で競合としのぎを削っているメーカー各社にとって、自社の商品をいかに陳列し、生活者の目に触れさせ、手に取ってもらえるようにするかは重要な課題であり、大きな労力を割いています。しかし、チェーン・店舗単位に陳列の計画はありながらも、店舗の裁量やオペレーション精度により、実態は乖離し、状況は日々変化します。

本取り組みでは、個店別の陳列実態を、陳列個数や位置などの指標と画像で定量的に捉え、陳列計画との乖離を明確にできます。さらに、売上・利益との関係を分析することで、どのような陳列にすると売上・利益が最大化されるのかが明らかとなり、メーカー営業部門の日々の改善活動や小売事業者との商談において、どのような陳列にすると良いかの指針が定まります。

また、本取り組みは小売事業者の協力を得て、データを収集し、メーカー各社に共同で提供するシンジケート型の取り組みです。これにより、メーカー各社が自社のみでデータ収集をしていた従前のやり方に比べ、リーズナブルにデータを利用することができます。

目指すべき陳列状態の指針

陳列状態の項目	現在の状態	目指す状態	リフト値	指針	影響度	即効性	優先
競合Pとの隣接	無し	有り	 4.2%	棚割計画に盛り込む	高	△	
Face数	2Face	3Face	 3.8%	Face数が少ない店を訪問、改善	高	○	✓
販促物 X 設置	無し	有り	 3.1%	未設置店を訪問、設置する	高	○	✓
陳列位置	下段	上段	 1.5%	棚割計画に盛り込む		△	
販促物 Y 設置	無し	有り	 1.1%	未設置店を訪問、設置する		○	

インテージはこれまでも SRI+®(全国小売店パネル調査)に紐づく形で全国 405 店の売場状況を調査した SPI(全国店頭プロモーション調査)をシンジケート型のサービスとして提供しており、陳列状態の売上効果検証のノウハウを培ってきました。フェズは、複数小売事業者とパートナーシップを組んでおり、デジタル広告と売場づくりを連動させ売上効果を最大化する「Urumo 店頭連動型広告」や、販売データを元に仕入・販促の最適化をするためのダッシュボード「Urumo Shopper」を展開し、小売事業者・メーカーのマーケティング支援を行っております。また、2021年4月より小売事業者を起点としたメーカー各社のラウンド業務を共同で行う「ラウンダープラットフォーム」を展開しています。

両社が連携することで、ラウンダープラットフォームで1、2週間に1度売場画像を収集し、AIを用いた画像解析によってデータ化することで、最新の陳列状態のモニタリングを可能にします(商品名: Store Impression Viewer)。また、陳列個数や位置などの陳列状態と売上・利益との関係を分析することで、どのような陳列にすると売上・利益が最大化するか

明らかにします (Shelf Strategy Analytics)。さらには、データの提供にとどまらず、Shelf Strategy Analytics の分析結果から問題のある店や商品を特定した上で、ラウンダープラットフォームによって改善を図り、生活者が買い求めやすい売場を常に保ち、商品の売上向上を実現させます。加えて、本取り組みは小売事業者においても、効率的な商品補充や最適な発注などに活用いただけます。小売事業者とメーカー各社が共通のデータを見ながら、協創し、売れる売場を作れる世界を目指します。また、将来的には、市場反映性の高い SPI の統計サービスとチェーン/個店開示の本取り組みが統合されたハイブリッド型売場最適化ソリューションを目指してまいります。

インテージとフェズの連携による新たな提供価値



課題



提供価値

売場に関する情報が無いし、
どんな情報が必要かも不明



【Store Impression Viewer】

陳列状態をモニタリングするための指標提供

最適な売場案を
定量的に証明出来ない



【Shelf Strategy Analytics】

陳列状態と売上の関係から最適パターン導出

課題が見つかってても、
即時改善する術が無い



【ラウンダープラットフォーム】

課題に基づき、売場改善を代行

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

株式会社インテージは 1960 年に創業。世界 11 の国と地域に拠点をもちマーケティングリサーチ/インサイト事業でアジア No.1*のインテージグループを牽引し、国内外の企業・団体のマーケティング活動をトータルサポートしています。「生活者理解の深化」と「データ活用的高度化」により顧客ビジネスの未来創造を支え、「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」という事業ビジョンの実現を目指しています。

*「ESOMAR Global Market Research 2021」ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies に基づく(グループ連結売上高ベース)

■株式会社フェズ <https://fez-inc.jp/>

株式会社フェズは、「情報と商品と売場を科学し、リテール産業の新たな常識をつくる。」をビジョンに掲げるリテールテック企業です。『小売業界の変革パートナー』として、データを基に小売事業者・メーカー両社の売上が向上するようマーケティングを支援する事業を展開しています。

【本件に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージ パネル事業推進部 担当:小野寺
サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>

【報道関係者からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当:水口/下河原
TEL:03-5294-6000
サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>