

01 ネット時代の成功例に学べ!

ネット地図をジャック
予算をかけずにターゲット層へPR

▶ 世界中で普及が進む電気自動車(EV)。アラブ首長国連邦(UAE)のドバイでもEVの需要が増えている。同国では公共の充電ステーションがよく利用され、EVの購入希望者は買う前に自宅や勤務先近くの充電ステーションをネットで探すことが多い。Googleマップで“EVチャージスポット”を検索すると、地図上に位置とともに訪問者がシェアした写真も表示される。

世界的自動車メーカーA社はその機能に目をつけた。市内に点在するすべての充電ステーションで同社のEV車を充電してその写真とコメントを投稿した。博物館や大型ショッピングモール、レストランなど、その数は300か所以上にのぼった。

これによってドバイでEV車の購入希望者が最寄りの充電スポットを検索すると、どのスポットを見ても否応なしにA社のEV車の写真が目に入るようになった。

A社は、大々的なキャンペーンと比べると少ない予算で長い期間、多くのターゲット層にPRすることができた。

02 繁栄企業の成功要因を探る

都会で産地直送野菜?
人気が高まるアーバンファーム

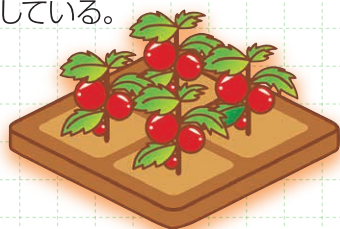
▶ 都会のビルの屋上や空き地を利用して農作物をつくるアーバンファームが人気になっている。

神戸市・六甲アイランドの高層ビルに囲まれた商業施設では、屋上にあった大型花壇を3m四方に区切り、16区画を畑として月1万円で貸し出している。農家の助言や講習があって初心者でも利用しやすい。親子で野菜を育てたり、ご近所で畑をシェアしたり、朝の出勤前に水をやったりと、使い方はさまざま。半年更新制だが継続希望が多く、新規希望者は空き待ち状態だ。

東京・千代田区のオフィス街の屋上でもアーバンファームが人気だ。月1,980円を払えばプランターで野菜を作ることができる。

ニューヨークでは2つのビルの屋上で年間23トンの青果を生産する業者もある。計6,000㎡の屋上に800トンの土を運び入れて青菜、トマトなど50種の野菜を栽培し、レストランを中心に卸している。

都会で新鮮な野菜を食べられるアーバンファームがさらに広がるかもしれない。



Check! 進化するプロモーション手法に必要な基礎知識
要チェック!

▶▶▶ 同時購入される商品を見つけて売り上げUP
アソシエーション分析の手法《前編》

小売店やECサイトで頻繁に同じタイミングで購入される商品がある。それがわかると売り場の配置や販売戦略の立案をしやすくなり、売り上げUPにつながる。ジャガイモとカレールーといったよくある組み合わせもあるが、他にも意外な商品同士が同時購入されることがある。その組み合わせを見つけるのに役立つのが、アソシエーション分析である。

● 同時購入の関係性を見つける分析手法

アソシエーション分析とは、膨大な量のデータから重要な情報を抽出するデータマイニングの手法の一つで、「もしこうだったら、このようになる」という関係性を導くことができる。

小売店のPOSレジデータや購買データなどのビッグデータを使って顧客の購買パターンをアソシエーション分析すると、「もし商品Aを買ったと、商品Bも一緒に買うだろう」といった同時に購入される頻度が高い商品の組み合わせを見つけられるのである。

● 分析に必要な指標

アソシエーション分析を行うためには以下の指標が用いられる。

支持度(Support)

すべてのデータのうち「商品Aと商品Bが併買された割合」を表す指標。〈商品Aと商品Bを併買した顧客数 ÷ 全顧客数〉で算出される。

支持度が大きいと、商品Aと商品Bが同時に購入される確率は高くなる。

信頼度(Confidence)

「商品Aを買った人のうち、商品Bも同時に購買した人の割合」を表す指標。〈商品Aと商品Bを購買した顧客数 ÷ 商品Aを購買した顧客数〉で算出する。

信頼度が高いほど商品Aの購入者が商品Bも購買する可能性が高く、商品同士の関連性を把握するのに役立つ。

ただし、商品Aと商品Bの購入者が少なくても信頼度は高まる。例えば、商品Aの購入者が1人で、その人が商品Bも購入していた場合、信頼度は100%になる。

信頼度だけで判断すると商品同士の関連性を誤って判断する恐れがあるので、支持度と併せた評価が必要となる。

また、商品Bが人気商品だと、関連性がないのに商品Aが購入され、商品Bの人気に引っ張られる形で信頼度が高くなることもある。このような場合、別の指標による検討が必要になる。

次号に続く