

中央大学ビジネススクール
アジアショッパー＆ブランドインサイト研究会

買い物カゴに入れる順番を分析して、プロモーション革新を図る

Sequential POS実証実験企画

USMH(株)様とASBI共同研究への参加企業を募集します



中村 博 博士(経営学)
中央大学大学院戦略経営研究科 教授
ASBI 代表

■実証実験への参加企業募集

アジアショッパー＆ブランドインサイト研究会（以下ASBI）は、Sequential POS実証実験を2025年8月を目途に実施する予定であり、その参加企業様を募集します。スーパーマーケットで活用が広がるカート型セルフレジやスマホ型セルフレジによって買い物カゴに入れる商品の順番がデータとして取得できるようになりました。こうしたSequential POSデータの可能性と活用方法を探るための実証実験となります。スーパーマーケットやドラッグストアとの取引のある食品メーカー、日用品メーカーの皆さま対象とした説明会を以下の要領にて開催いたします。ぜひご参加ください。

ASBI主催『Sequential POS 実証実験企画』説明会

日時:2025年5月20日(水) 開場:17時15分

開始:17時30分 終了予定:19時

場所:中央大学駿河台キャンパス803教室(東京都千代田区神田駿河台3丁目11-5)

JR御茶ノ水駅より徒歩約3分 <アクセス><https://www.chuo-u.ac.jp/access/surugadai/>

定員:60名(1社につき2名様まで) 定員数に達した段階で締め切りといたします

説明:①Sequential POSデータの可能性 ②実証実験の概要

説明者:USMH担当者様、ASBI代表中村博(中央大学戦略経営研究科教授)

参加申し込み:右のQRコードより起動するGoogle formにご記入ください

なお、PCの方はURL(<https://forms.gle/aSB2JAGgNjyn4Tf89>)

お問い合わせ:ASBI事務局 鈴木 (suzuki-k@asi-inst.org)



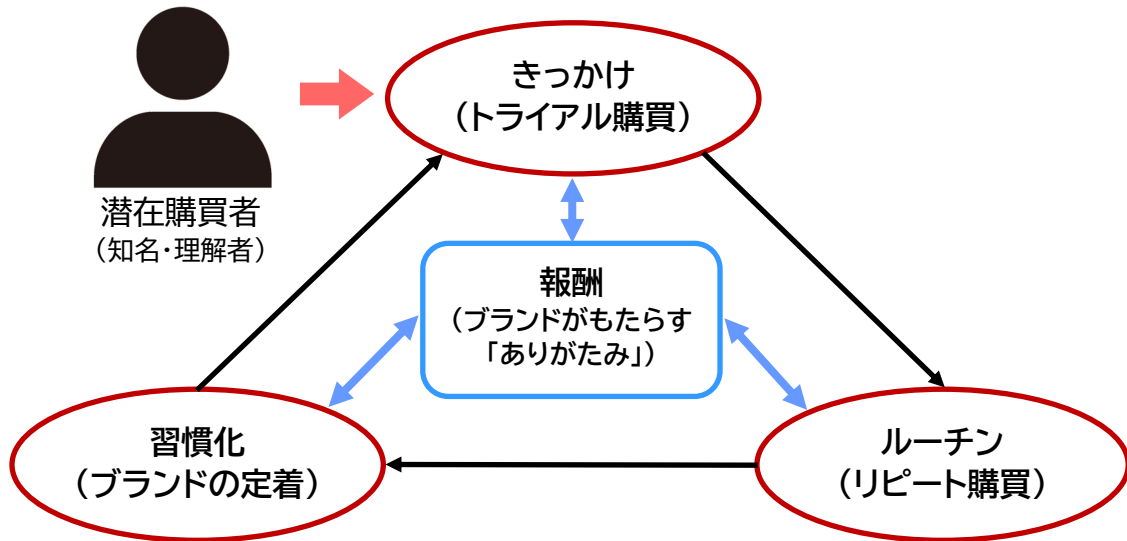
■Sequential POS データとは

Sequential POSデータとはUSMHが展開するScan & Goやトライアルのスマート・カートから得られる購買順序がわかるID付POSデータのことです。小売業界ではUSMHのScan&Goなどの店頭決済が導入されるにつれ、Sequential POSデータが増加し、その活用が求めらるると予想されます。Sequential POSデータから得られるショッパーごとの単品の購買順序が明らかになることで、店内の動線や、最初に購買される、あるいは最後に購買される単品の把握が可能となります。こうした情報によって小売業にとっては店づくりの示唆が得られたり、メーカーにとっては自社ブランドの購買順序や直前購買のカテゴリーやブランドが分かることで、レコメンデーションや棚割りの示唆が得られたりなど、マーケティングの効果が高まることが期待されます。

Sequential POS実証実験企画の概要

★実証実験の目的

Habit Loopの概念図



ブランドの購買が定着し、習慣化するためには、認知→トライアル→リピート→習慣化の過程をたどります。ASBIによる実証分析によれば、習慣化に要する購買回数は6回前後であることが分かりました。6回の購買すれば、次の購買確率は0.8～0.9です。つまり、1回目はトライアル購買であり、ブランドを試す段階。2～6回目はリピートでブランドの報酬を知る段階。7回目以降はブランドが買い物客の生活の中で習慣化する段階と言えます。

習慣化するためには、買い物客とブランドの①単純接触効果(リテールメディアの閲覧回数+購買回数)を高めること、②接触時のインパクト(経済的インセンティブ+ブランドの機能的価値や情緒的価値などの訴求)を高めることが重要であると言えます。

ブランドの習慣化 = f(ブランドの報酬) × (Σ(単純接触効果 + インパクト))

※単純接触効果:リテールメディア(例えば、Scan&Go)の閲覧回数+購買回数

※インパクト:ブランドの機能的価値、情緒的価値などの訴求の表現

今回の実証実験は、ブランドの習慣化的購買を促進するためにブランドのレコメンデーション効果を検証していくことを目的としています。

★実証実験の方法

実証実験の実施方法は以下のとおりです。

- ◆ 実験対象のリテールメディア: **USMH(株)**が運用する店頭決済**Scan & Go**
- ◆ 実験の方法: **トリガーカテゴリー**(またはブランド)が**スキャン**された瞬間に**対象ブランドのレコメンデーション**を実施。
※トリガーカテゴリーは実験対象ブランドの直前購買確率が高いものを設定する。
- ◆ 実験対象ブランド: ASBI参加のメーカー企業様から**募集**
- ◆ 実験対象店舗: USMHの4店舗(うち1店舗はドラッグストア併設)予定



今回の説明会および実証実験の概要に関するお問い合わせ先
中央大学ビジネススクール アジアショッパー&ブランドインサイト研究会
事務局 鈴木 eMail : suzuki-k@asi-inst.org
ASBIの活動概要はHPをご覧ください。 <https://asi-inst.org/>

出所) <https://ignica.com/apps/about/index.htm>