

視点(1818)

SCのビッグデータとSCの顧客解析システム（その1）！！

（SC運営編）

— SCの顧客利用の解析システム —

SC業界にも「ビッグデータ活用システム」が適用されつつあります。そこで、弊社のビッグデータ活用システムの「SC利用・非利用分析」と「SCの非来館居住者・流動客居住者・固定客居住者・愛顧客居住者への進化システム」の2つの手法を説明します（六車流：流通・マーケティング理論）

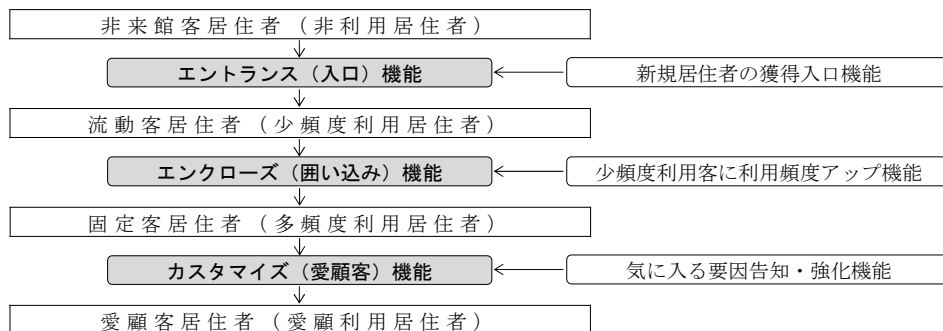
（1）SCの商圈内居住者の利用状況から見たタイプ

- ①非来館居住者（一度も利用したことのない未来館居住者＋以前は利用していたが、今は利用していない離脱居住者）
- ②流動客居住者（来館頻度が低く、不定期利用の来館客居住者）
- ③固定客居住者（来館頻度は多く、かつ定期利用の来館者であるが、利便性を来館理由とする居住者）
- ④愛顧客居住者（固定客と同じ利用状況であるが、来館理由が「気に入っているから」「好きだから」「信頼できるから」といった理由で来館する居住者）

（2）来館者・非来館者居住者分析（来ている客・来ていない客分析）

	非来館居住者	来館居住者		
		流動客居住者	固定客居住者	愛顧客居住者
構成比	〇〇%	〇〇%	〇〇%	〇〇%
属性 (プロフィール)	どのような居住者が来ていないのか	どのような居住者が少し来ているのか	どのような居住者が多く来ているのか	どのような居住者が愛顧客なのか
理由	利用していない理由	少し利用している理由	定期的に利用している理由	気に入っている理由
ニーズ	何を望んでいるのか	何を望んでいるのか	何を望んでいるのか	何を望んでいるのか
利用SC	どのSCを常日頃利用しているのか	どのSCを主に利用しているのか	当該SC以外にどのSCを利用しているのか	当該SC以外にどのSCを利用しているのか

（3）SCへの利用頻度のステップアップ戦略



非来館居住者を来館（SCを利用）させるためには、SCまできてもらう手法（入口機能＝エントランス機能）が必要です。少頻度利用居住者（流動客）により多く利用してもらうためには、「囲い込み機能＝エンクローズ機能」が必要です。固定客居住者を競争相手が出現しても離反しないようにするためには、「愛顧客＝カスタマイズ機能」が必要です。これらのエントランス機能→エンクローズ機能→カスタマイズ機能が一体となることによって、商圈（マーケット）からの集客力と購買力が高まります。

SCの集客力や購買力を高めるための基本データは、次の3つの手法によって解明されます。

- ①商圈内居住者調査→当該SCの利用居住者・非利用居住者の全ての居住者を対象とするアンケート調査
- ②来館者調査→当該SCに来館している居住者のみを対象とした調査
- ③ハウスカード保有者調査→当該SCで利用している客の個人レベルでの行動を対象とした調査

以上の3つの調査により、データはみえるか・わかるか・やくにたつか・りえきか（可視化・理解化・行動化・実現化）します。

（流通とSC・私の視点 1819へ続く）

（株）ダイナミックマーケティング社⁺₆

代表 む ぐるま 六車秀之