

# 店舗の見える化

株式会社マーケットヴィジョン



## 1.店舗の見える化を実現

マーケットヴィジョンは、小売店の「実店舗のありのままの“姿”を正確に捉えデータ化し見える化」することで、消費財メーカーの商品の小売店での陳列状況を素早く把握できるようにしました。

それにより、商品のお店への配荷状況（配荷率）やどのお店に商品が陳列されているのか（店有率）、商品の欠品はどの地域のどのお店なのか等営業担当者がお店を訪問して調査しなくても、撮影した画像があれば AI 画像処理により、容易に調査した全国の店頭データのデータが手元で分かるようになりました。（この画像処理解析システムをマーケットヴィジョンではプロメテウスシステムと呼んでいます。）

## 2.プロメテウスシステムを利用した解析の考え方

図 - 1 を使い、プロメテウスシステムでマーケティング力や販売力を強化する考え方を説明します。

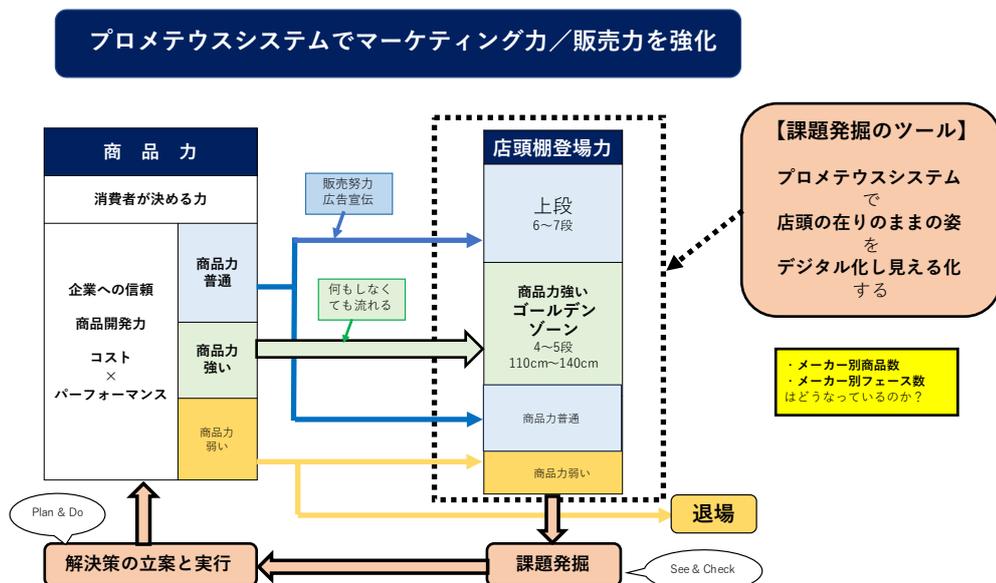


図-1

### 2-1) 自社の商品の実力を知ろう

自社の商品の商品力を知るには、実店舗のありのままの姿を正確に捉えデータ化し、

- ① 他社との比較 ② 経年変化等のトレンド データにより客観的に自社の商品の配荷率、店有率、欠品率等の指標により商品力の評価、及び商品の抱える課題を発掘することが必要です。

### 2-2) 商品力は誰が決める?!

商品の実力（商品力）は、メーカーの商品開発者や小売店では決められません。

商品を購入して頂いた“消費者”が使用して、評価を下さるのです。

消費者の評価が高ければ、小売店では消費者が一番探しやすい、手に取りやすい、いわゆる“ゴー

ルデン・ゾーン”の棚に陳列して売上をさらに拡大する方策を取るでしょう。

では、消費者が初めての商品を購入するきっかけとなるのは何でしょうか。

それは、①商品を製造する企業への信頼 ②商品のコスト×パフォーマンスが優れている、しかも今まで裏切られたことがない。

図-1 に示すように、消費者により、メーカーの商品は、商品力の強い商品、普通の商品、弱い商品に分類され小売店の店頭陳列棚に登場する訳です。

店頭棚登場力も商品力の強い、普通、弱いによってはっきり棚段が決められてしまいます。

もちろん、店頭棚に登場できない商品も沢山あり、退場処分させられています。

### 2-3) 店頭棚に登場した商品の評価

店頭棚に登場した商品の評価はどうするのでしょうか。

全国の店舗 500 店舗、1,000 店舗の陳列状況をメーカーの営業マンが直接現場に出向き目視によるチェックをすることはほとんど不可能に近いといえるでしょう。

そこで、マーケットヴィジョンはミッションに掲げた如く、「**実店舗のありのままの“姿”を正確に捉えデータ化**」する仕事をし、500 店舗、1,000 店舗の店頭棚の撮影画像を AI 画像認識を利用して店頭陳列状況を見える化し、解析しているのです。

その解析から、メーカーの商品の陳列状況の課題を発掘し、メーカーのご担当者様と共同で課題を解決しています。その課題が販売に関する問題なのか、それとも根本的な商品に関する問題なのかの見極めを行い、メーカーのご担当者様と共同で対策を取るようになっています。

## 3. サービス（販売）の基本的考え方

あるお客様から「200 店舗、3 カテゴリーの調査をしたい。費用はどの位かかるか」とのお問い合わせがあったとします。この場合、お客様のご要望の 3 カテゴリーのみを撮影して画像処理解析をする訳ではありません。

3 カテゴリーが属する商品棚に陳列してあるすべての商品を撮影し、その撮影画像を AI 画像解析により商品を特定しているのです。そのため、費用はすべての撮影画像の処理費用となります。

なお、販売の標準モデルは商品特定のためのサービスです。

価格、POP 等と商品の紐づけはオプション価格となります。（当社営業担当にご相談ください。）

## 4. プロメテウスシステム

実店舗のありのままの“姿”を正確に捉えデータ化し、消費財メーカーの商品の小売店での陳列状況を素早く把握できるようにしたシステムです。本システムは多数の特許によって保護されています。

株式会社マーケットヴィジョン

〒102-0075

東京都千代田区三番町 24 番地 14 三番町 ABCビル 3F

TEL:03-6276-5514 FAX:03-6276-5519

[www.marketvision.co.jp](http://www.marketvision.co.jp)