

売り場顧客の好み反映

大日本印刷 POS データ分析

大日本印刷は食品スーパーが会員データを効果的に活用できるようにする支援サービスを始める。会員番号を記録できるPOS（販売時点情報管理）レジを活用し、会員番号と購買履歴データを収集する。食品スーパーがデータを分析し、来店客に応じた売り場作りや見込み客向けのチラシ作りができるようになる。スーパーの商品企画や店舗部門の利用を見込む。

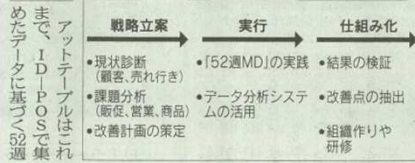
スーパーの販促支援

サービス名は「ID-POS」にするサービスだ。同POS活用支援サービスの子会社で食品スーパー「。会員カードやポイント向けの販促支援を手がける。スーパーの会員番号を「ID」と購買履歴を「POS」として管理するID-POSを通じて提供する。流通のデータを効果的に収集向けシステム開発・販売、分析、活用できるよ売のデータコム（仙台市、

の特売企画を1年分作る「52週MD」や、その内容に基づいた特売や棚割り計画の策定、ID-POSで集めたデータを分析するシステムの開発などになる。最後の仕組み化段階では、戦略立案と実行を自律的に実施するための組織作りや従業員

小野寺修一社長）のデータ分析システムを使う。同サービスは「戦略立案」「実行」「仕組み化」の3段階で構成し、約1年かけて実施する。戦略立案段階では、現状の顧客層の診断や販促・営業活動の課題分析、改善計画の策定などを行う。実行段階は1週間ごと

「ID-POS」の購買履歴データの活用を支援



MDだけを提供してきただ。ただ、ID-POSが普及する一方で、中堅スーパーでも年間10億円にも上るデータを増やしており、戦略立案段階からの支援に需要がある判断した。新サービスの料金は月額300万円から、2015年度に1億円の売り上げを目指す。（玉置亮太）