

**「Point of Buy(R)購買理由データ提供サービス」の
ライセンス販売を開始**
月額10万円で10万人のネットワークから収集したショッパーインサイト情報の閲覧が可能に！

ソフトブレン・フィールド株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:木名瀬博、以下「SBF」)では、5月より「Point of Buy(R)購買理由データ提供サービス」のライセンス販売を開始しました。

近年、日本の消費財小売市場では、少子高齢化の進展により消費需要が縮小しており、消費財メーカーは、店頭における自社ブランドの購入機会を最大化させるべく、消費者視点のマーケティングに注力するようになっていきます。

そのような中、「Point of Buy(R)購買理由データ提供サービス」では、購入時に受け取るレシートに着目。レシートを持っている“ショッパー(商品を店頭で購入する購入者)”から直接、「誰が(購買者属性)」、「何を(認知・検討・購入したブランド)」、「いつ(購入決定時点)」、「どこで(購入業態・チェーン)」、「なぜ(購入理由・購入経路)」、「どのように(購入経路、陳列されていた場所、販促の状況)」購入したのかを収集することで、ショッパーインサイト情報^{*1}を定量的かつタイムリーに蓄積しています。

*1: 購入者の店頭での行動と心理の深い理解

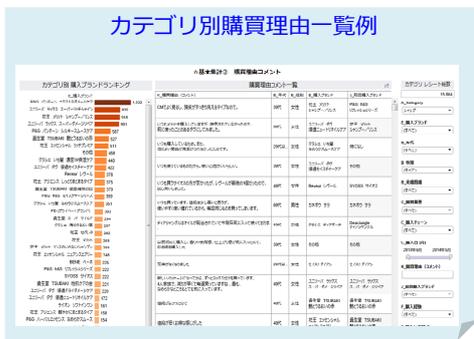
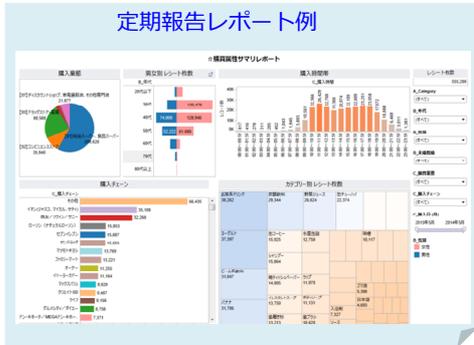


今回のライセンス販売では、月額 10 万円で、食品・飲料・日用消耗品・化粧品・医薬品等の約 50 カテゴリーで約 10 万人のネットワークから収集したショッパーインサイト情報が閲覧可能になります。

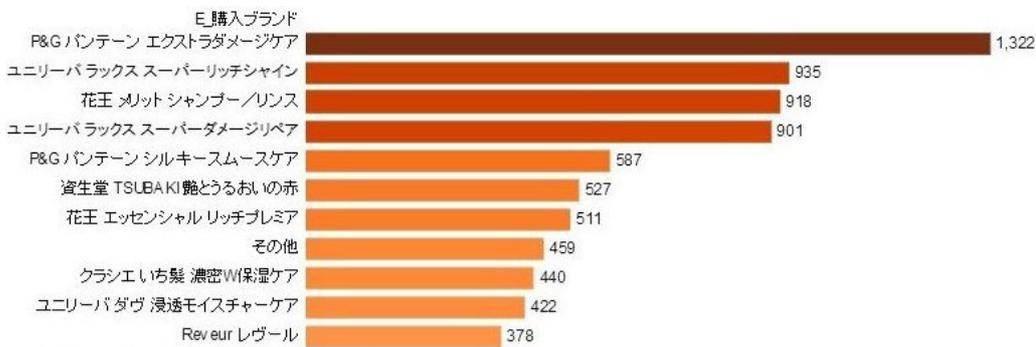
具体的には、レシートシェアや店頭における平均実勢価格に加え、「その商品が並んでいた場所(陳列場所)」や「商品の店頭における販促状況」、「その商品の購入を決定したのはいつの時点か(購入決定時点)」、「なぜその商品を購入しようと思ったのか」といった、商品の店頭展開の状況や、ショッパーの商品購入に至るまでの心理まで閲覧可能です。

データの閲覧には、データ分析、ビジュアル化、レポート作成機能を搭載した BI ツールの Tableau (タブロー) を使用しており、多種多様なデータをわかりやすく、見ることが可能です。

■レポート例



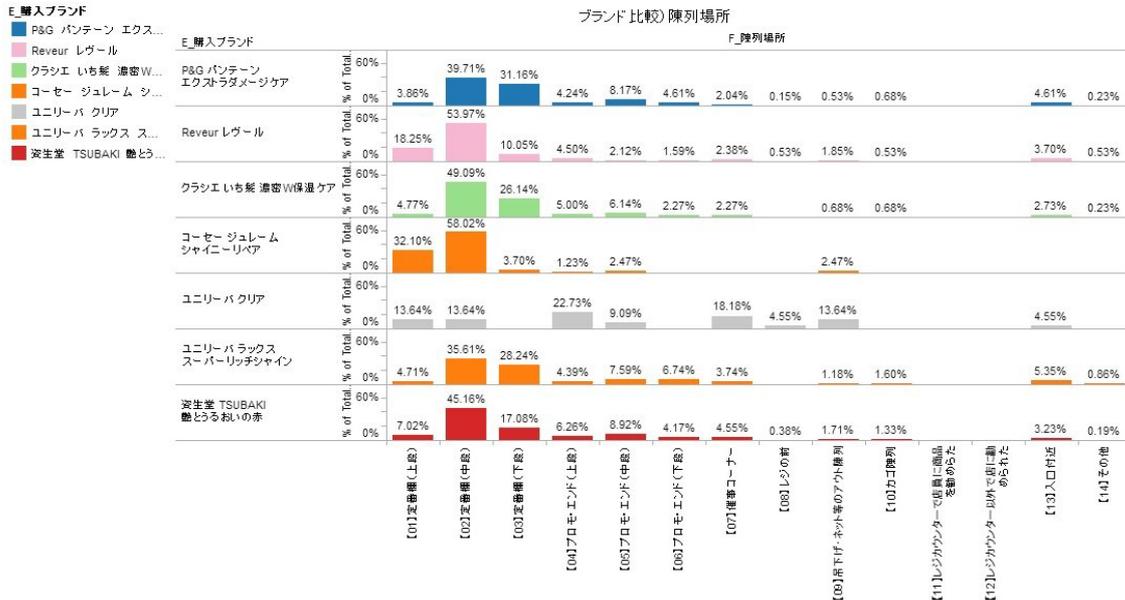
■レシートシェアランキングイメージ(カテゴリー：シャンプー)



■購入チェーンイメージ(カテゴリー：シャンプー)



■ブランド比較陳列場所イメージ(カテゴリー:シャンプー)



■ブランド別購買理由コメントイメージ(カテゴリー:シャンプー)

K_購買理由(コメント)	B_年代	B_性別	E_購入ブランド	J_前回購入ブランド
妻と娘が愛用している商品のため、多頻度で購入している。今回店頭でセットものが特売されていたため、他商品と比較することなく迷わず購入した。	40代	男性	P&G パンテーン エクストラダメージケア	P&G パンテーン エクストラダメージケア
棚の一番下で目立つ位置にあったのに、購入者が多かったらしくあまり在庫がなかったため、いいかもしれないなと思い、試しに買ってみました。	40代	女性	クラシエ いち髪 濃密W保湿ケア	花王 アジエンス 軽やかにもとまるタイプ
たまたま立ち寄ったスーパーで、新商品のコーナーで見つけた。お試し商品として少量が試せる低価格の商品だったので、購入してみることにした。	40代	女性	ユニリーバ クリア	P&G パンテーン エクストラダメージケア
店舗を訪れた際、たまたま「広告の品」としてTSUBAKI詰め替え用が、お手頃な低価格で販売されていたことを知りました。価格だけではなく、ボーナスポイントが100ポイントもつくことが極めて大きな魅力で、全購買予定に入っていなかったが、すぐに購入を決定しました。	40代	男性	資生堂 TSUBAKI 艶とるお肌の赤	資生堂 TSUBAKI 徹底補修の白
いつもパンテーンなのでそれを手に取ったが、その後目立つPOPが付いているいち髪が目に入りました。同じ値段だったので容量を比較していち髪の方がお得だったし、効果も濃密保湿ケアというところが魅力だったので購入を決めました。	30代	女性	クラシエ いち髪 濃密W保湿ケア	P&G パンテーン エクストラダメージケア
広告の品としてたくさんこの商品がならんでいました。いつもの価格より安いしストックとして買うことを決めました。使用した後の髪のコンディションもいいしこれからも買いたい。	30代	女性	ユニリーバ ラックス スーパーリッチシャイン	花王 エssenシャル リッチプレミアム
入口付近に置いてあるものは特価品が多いので、まずはそこを見てから購入を決めようと思ってその売り場に行きました。ちょうどよく利用しているパンテーンが置いてあったので即決しました。	70代	男性	P&G パンテーン エクストラダメージケア	P&G パンテーン エクストラダメージケア
ノンシリコンシャンプーが良いと聞いて、前から試してみたいと思っていた。値段が普段買う物の倍するので迷ったが、髪の悩みがあったので購入してみた。このブランドはよく売れているとCMで見たから。	30代	男性	Reur レヴール	P&G パンテーン エクストラダメージケア
特別にセット売りされており、「WA ON200ポイント」プレゼントと表記されており、お得に感じ、購入を決めました。また、本日はイオン5%オフでポイント2倍デイのため購入しました。	30代	女性	P&G パンテーン エクストラダメージケア	P&G パンテーン エクストラダメージケア
お試し用として小さいサイズのセットが売られていたので、使い始めにちょうど良いかと思い購入しました。	30代	男性	コーセー ジュレーム シャイニーリペア	P&G ハーバルエッセンス クラシック

【サービス概要】

- サービス名: 購買理由データ提供サービス
- 購買理由収集対象者: 「レシートdeポイント」及び「レシートで貯める」サービス登録会員
- 購買理由収集の方法:
 - 指定カテゴリー(約50カテゴリー)の商品を実際に購入した会員が、その購買理由をレシート画像と共に報告。
- 購買理由データの閲覧ライセンス販売先: 消費財メーカー
- 購買理由データの閲覧方法: 専用WEBサイトにアクセスしてデータを閲覧
- 当事業の特長:
 - 日本初^{*2}のレシートによる購買証明付き購買理由データ
 - 国内最大級となる10万人のパネル数を基盤とした購買理由情報
 - 週次POSデータとの連動分析を可能とする週次購買理由データ
- サービス詳細参照ページ: <http://www.sbfield.co.jp/service/pob.html>

*2:SBF調べ

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社(市場名:東証1部・4779、本社:東京都中央区、設立年月日:1992年6月17日、代表取締役社長:豊田浩文)のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約50,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など110,000店舗以上をカバーし、営業支援(ラウンダー)や市場調査(ミステリーショッパー、店頭調査など)を実施しています。
当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

本社所在地 : 東京都千代田区有楽町 2-2-1 ラクチョウビル7階

設立 : 2004年7月

資本金 : 151,499,329円

代表取締役社長 : 木名瀬 博

URL : <http://www.sbfield.co.jp/>

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社

山室(やまむろ)/神谷(かみたに)

TEL:03-5537-5496 FAX:03-5537-5982

お問い合わせフォーム:<https://www.sbfield.co.jp/inquirytop/>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社

戦略企画室 柳原(やなぎはら)/具志堅(ぐしけん)

TEL:03-5537-5981 FAX:03-5537-5982

MAIL: solution@sbfield.com