

# NEC マーケティングストア概要

## 背景

リアル店舗の価値再構築が急務



コロナ禍

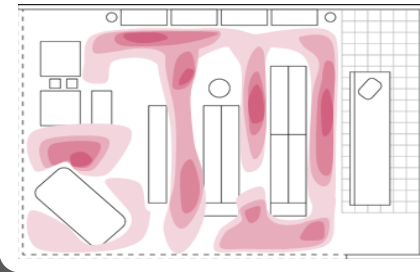
~~＝ 商品~~を売るだけの役割

＝ 顧客を知る役割

## 課題

個を捉えられず施策に結びつかず

従来のサービス



総量として行動データがわかっても  
どのようなお客様に

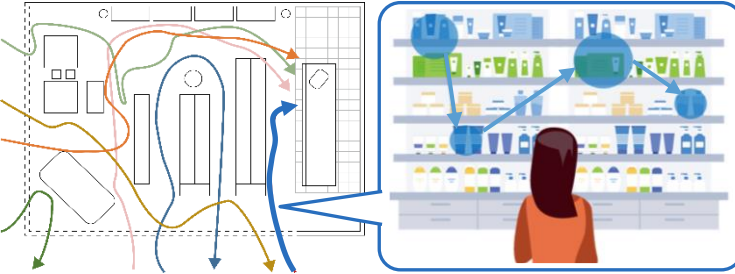
結局、何をすべきか  
わからない

## 解決策

顔認証<sup>(※)</sup>で個を捉え、来店客一人ひとりの興味関心にあった店舗運営・CX創出

※2009年以来、米国国立標準技術研究所(NIST)による顔認証ベンチマークテストで第1位を獲得  
(NISTによる評価結果は米国政府による特定のシステム、製品、サービス、企業を推奨するものではありません)

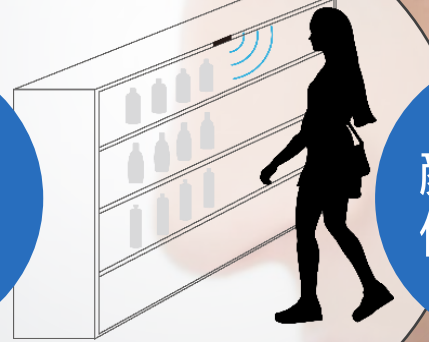
総量ではなく個人の興味までみえる



店舗設計の打ち手までわかる

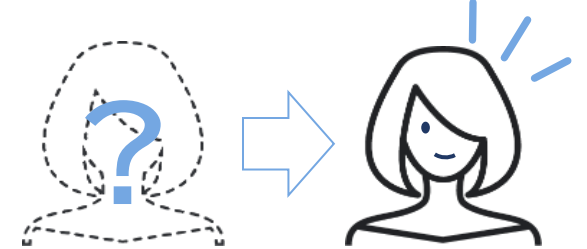
カメラ映像から行動データを取得・分析

顔検知や  
視線から  
興味推定



顔認証で  
個人識別

お客様一人ひとりのLTVを向上

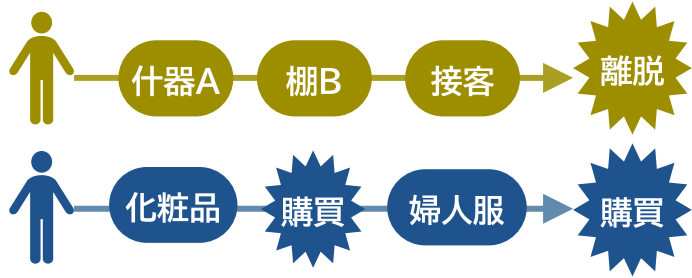


パーソナライズドサービスへの活用

# サービスの活用イメージと提供価値

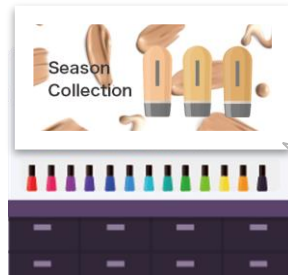
## 店舗運営効率化 定量指標に基づく店舗施策ROI最大化

①非購買者や買い回りの分析が可能



▶ 離脱への適切な打ち手

②広告への注視率や購買率を測定



新規来店客の34%  
が新作プロモに注目  
購買率が9%向上

▶ 施策前後の効果が明確

## パーソナライズ 個人の興味関心にあった顧客体験創出

①店内興味行動ふまえてECでフォロー



▶ EC連動で機会損失低減

②非会員でも店舗横断で興味を把握



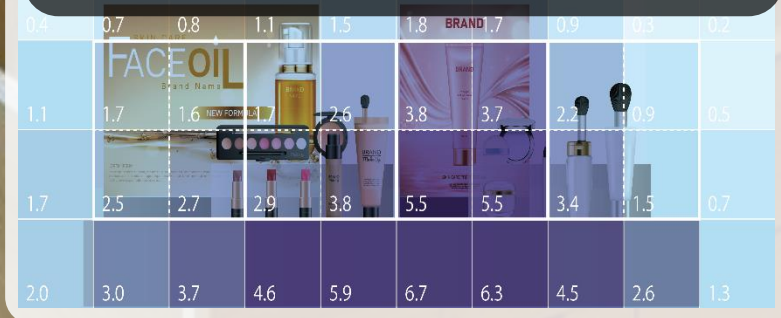
▶ 常に最高の接客が可能

## 事例:コスメ店舗での取り組み

- ・行動と購買/離脱の関係分析
- ・誘導先什器での誘導仮説確認
- ・行動特性から顧客層分類



## レイアウト・POP変更前後の注目度変化



新規顧客獲得の機会損失を把握

## 最先端技術へのチャレンジ

## 顔 正解データ無しでn:n顔照合を実現

従来 顔の正解データ(パスポート写真等)を登録し  
顔照合の精度を高め、ゲート認証などに利用

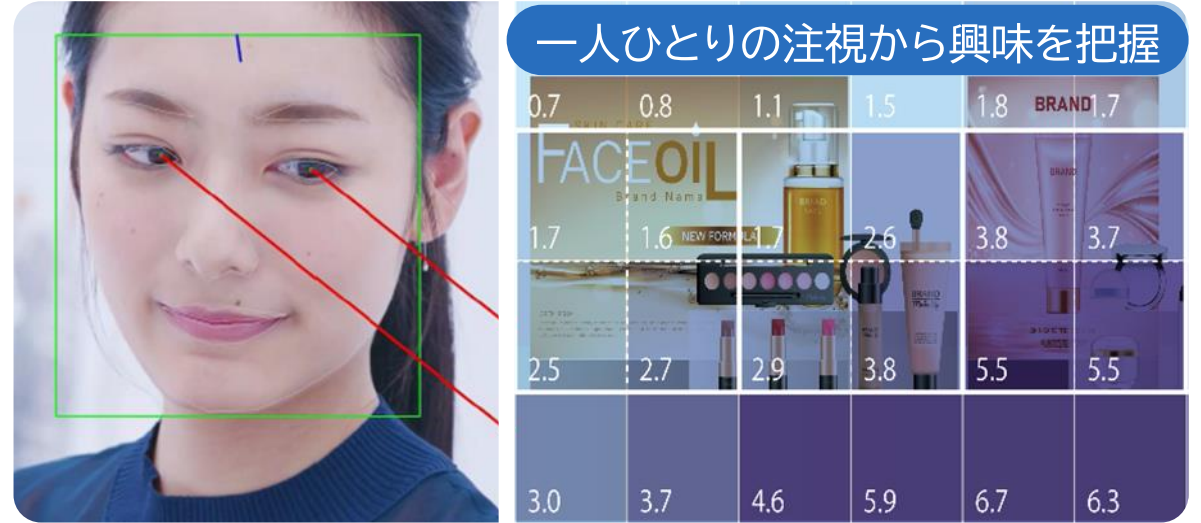
本サービス 複数の異なる売り場・什器で撮影した画像で  
顔の正解データなしに顔照合  
→来店客を一意に捉えて行動分析を行う



## 視線 視線から、興味・関心を可視化

従来 ヘッドマウントディスプレイや  
スマートグラスを通して視線データを獲得

本サービス 機材の装着なしに、複数人同時に  
来店客一人ひとりの視線(興味/関心)を獲得  
→顔IDに、視線データ(興味/関心)を紐づけ



カメラ撮影された、個人を識別可能な画像データは、個人情報として個人情報保護法および関連法令・ガイドラインに従って取り扱うと同時に、人権・プライバシーへの配慮も併せて対応いたします。  
また視線データ分析による個人の嗜好を推定することに際しては、その利用目的や利用者の範囲、さらには分析を受けたくない来店者への対応(回避策)などについて、プライバシーへの十分な配慮も行うことを前提としています。