

2021
MCP
award

一次審査員特別賞
日本電気株式会社

「マーケティングストア」

店舗内の行動を捉え、個々に応じた顧客体験を

「顧客のインサイトをもっと深く理解し、顧客に沿った体験を提供したい」——ブランドのこうした要望に応えるサービスがNECの「マーケティング

ストア」である。

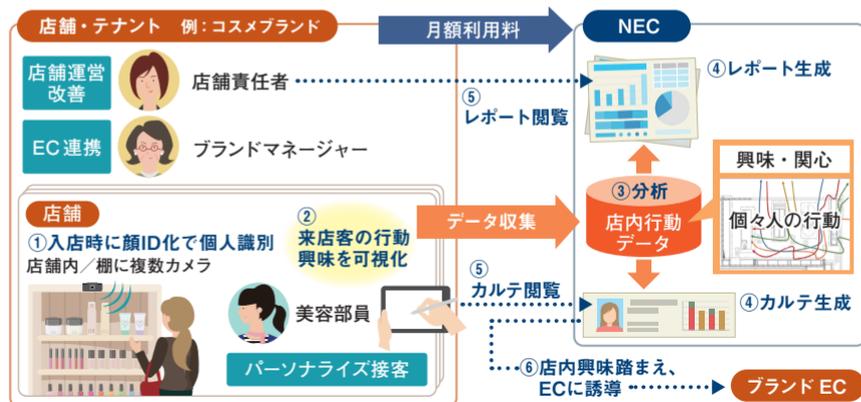
店舗・棚に複数台設置したカメラ映像から一人ひとりの行動/興味データを捉え、顧客企業の店舗施策やマー

ケティング活動を高度化する。棚に設置したカメラでは、来店客の視線の動きも捉えられるので、購入しなかった場合でも興味のある領域を把握できる。分析結果に基づき、販売員が顧客の興味に沿った接客を行うことや、ECサイトへ誘導することも可能である。

同社の顔認証技術を用いて来店客の顔特徴量で任意のIDを付与し、複数のカメラ間で同一人物と判定することで個人を追跡する。

実証実験を行った化粧品販売店舗では、新規顧客への対応に、多くの可能性を見いだした。

図 「マーケティングストア」の活用イメージ 化粧品販売の例



*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する。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、利用目的や利用者の範囲、分析を受け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る。