



直売所のPOSデータを利用する分析システム

研究のねらい

直売所で増加しているPOSレジシステムで得られたデータをマーケティングに活かすために、同時購入される確率の高い農産物を探し出すことができる「マーケット・バスケット分析システム」を開発する。

成果の内容

- ①直売所で販売される農産物をコード化し、サーバーにPOSデータとして蓄積されたデータから同じかご(バスケット)に入っている確率の高い組み合わせを見つけるシステムを開発した(図1)。
- ②分析結果は、全部のかごの中に品目1と2が入っている確率を示すサポート係数と、品目1を購入した人が品目2を購入する「確信度1→2」、品目2を購入した人が品目1を購入する「確信度2→1」で示される(表1)。
- ③大阪のT直売所の事例では、7月から9月にかけて、馬場ナス(漬物用水ナス)とオクラの「確信度2→1」(オクラを購入した人が馬場ナスも購入する確率)が高いことがわかる(表1)。

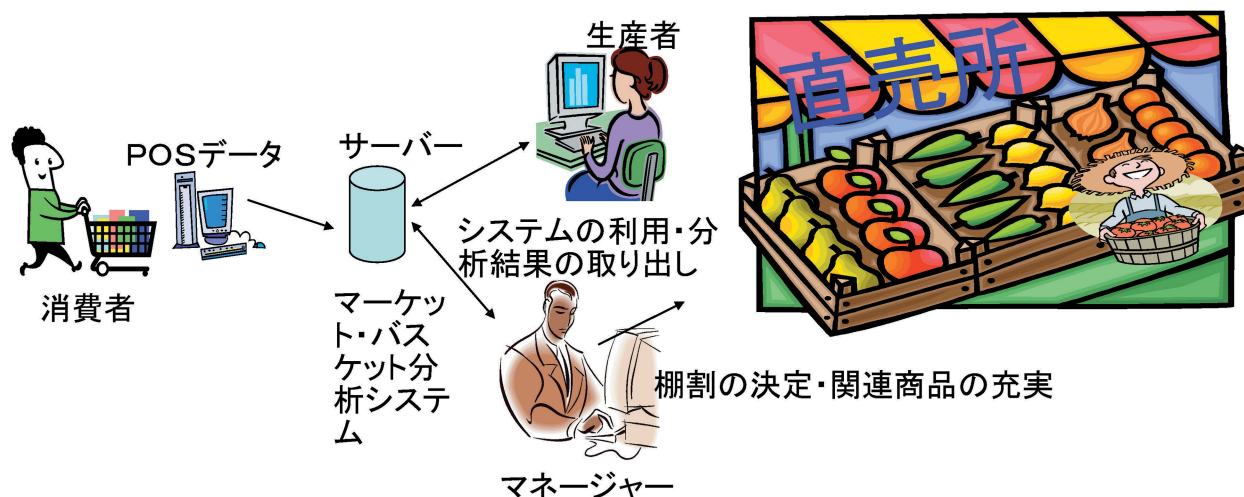
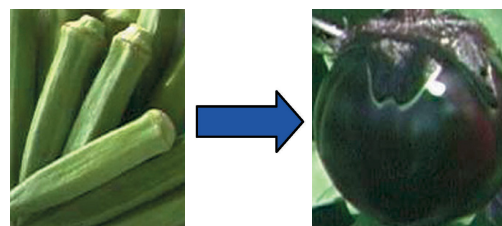


図1 マーケット・バスケット分析システム

表1 馬場ナスとオクラのサポート係数と確信度

	品目1	品目2	係数	確信度1→2	確信度2→1
7月	馬場ナス	オクラ	9.6%	25.5%	51.2%
8月	馬場ナス	オクラ	10.3%	33.9%	43.1%
9月	馬場ナス	オクラ	10.6%	32.9%	42.2%

大阪府貝塚市T直売所のPOSデータ(平成17年4月~10月)を使用。



オクラを購入する人は馬場ナスも購入する

成果の利活用

確信度の高い品目を見つけることで、クロスセル(抱き合わせ販売)が可能になるので、棚割の併設や関連商品の充実が有効なマーケティング方策づくりに活用できる。