

中央大学特定課題研究費 ー 研究報告書 ー

所属	戦略経営研究科	身分	教授
氏名	中村 博		
NAME	Nakamura Hiroshi		

1. 研究課題

（和文） SNS と ID-POS データの結合によるカスタマー・ジャーニーの把握の試み

（英文） The trial study of understanding of customer journey by connecting SNS data and ID-POS data

2. 研究期間

2年間（2017・2018年度）

3. 研究の概要（背景・目的・研究計画・内容および成果 和文 600字程度、英文 50word程度）

（和文）

○研究経過

日本におけるスーパーマーケットやドラッグストアのショッパーの購買行動について、実証研究を実施。

対象スーパーマーケット：いなげや

SNS データ：クックパッド

2018年秋から ID-POS データおよび SNS データの取集の分析を始めている。

○研究内容

SNS のレシピサイトと ID-POS データをユーザーのパーミッションを得てユーザーID によって紐づけ、購買前検索行動と購買後の検索行動および検索されたレシピにどのようなブランドが購買されるかについて理解が深まるかについて検討をした。

SNS レシピサイトの関東のユーザーのうちアンケートに回答したユーザーは4,064名。そのうち、対象スーパーマーケットの店舗を利用している SNS レシピサイト会員は166名（4.1%）であり、そのうち、対象スーパーマーケットのポイントカード会員は122名（73.5%）であった。これらの会員のうち、自分の SNS レシピサイトの検索履歴といなげやの購買履歴（ID-POS）のマッチングのパーミッションを得られた会員は117名であり、これら117名（以下、「結合顧客」と呼ぶことにする）の SNS レシピサイトの検索履歴データおよびいなげやの ID-POS データを利用した。

SNS データと ID-POS を紐づけた結合顧客の検索行動と購買データを概観することによって、リアル小売業の世界におけるカスタマー・ジャーニーをデジタルに把握できることを明らかにした。また、その結果、結合顧客のレシピサイトの購買前後の検索行動を把握することによって ID-POS データの理解がより深まり、パーソナライズされた提案の可能性を示唆した。また、結合顧客を SNS からリアル店舗への送客の可能性も認められた。さらに、メーカーにとっては、商品開発戦略やショッパーとのコミュニケーション戦略（店頭およびネット広告など）に活用可能なことが示唆された。

(英文)

The purpose of this study is to clarify the customer journey from search of SNS, choice of store, trial purchase, repeat purchase and buzz.

To get data for this study, we connected the ID of SNS and ID-POS data by getting a permission of the customer. We got 117 panels and we traced the search activities and buying behavior at supermarket. Consequently, we got the customer journey and we can get the information about brand experience, which is purchased at supermarket, thorough the journey.