



# リアル ID-POS と SNS を使用した データ利活用実習を一橋大学で実施

～ビッグデータ利活用の企画書作成実習を実施～

2016年8月10日

株式会社 豆蔵

株式会社豆蔵（代表取締役社長：中原 徹也、本社：東京都新宿区、以下豆蔵）は、データ利活用のための人材育成プログラムの一環として、リアルな ID-POS<sup>1</sup>データの分析とロコミを含む SNS データのテキストマイニングを組み合わせたマーケティングの企画書作成実習を一橋大学において実施しました。

一橋大学商学研究科神岡太郎教授が担当する一橋大学商学部の「インタラクティブ・マーケティング」にて、2016年6-7月に実習を実施しました。実習では受講生が、カスタマー・コミュニケーションズ株式会社様(以下 CCL 様)より提供された1年分の ID-POS データ（「TRUE DATA」<sup>2</sup>）と、大手食品会社様より提供された SNS データを使用し、特定の商品の売れ行きに対して要因分析を行いました。

SNS データの分析ではテキストマイニングを行い、ロコミの発生件数だけでなく意味まで分析し、より深い考察を行いました。これらを踏まえ、実際の商品に関するマーケティング施策の企画書作成の実習を実施しました。豆蔵では、事前準備として、データクレンジング、辞書作成や出現頻度のスコアリングなどの加工を行い、SNS データを分析可能なデータに変換し、学生が分析しやすいようデータの準備を行っております。

分析環境には、豆蔵の提携先である公益財団法人九州先端科学技術研究所（ISIT）が運営する総合的な学習・教育・研究クラウドサービス「Lab.Cloud」を利用し、授業に必要な時間だけデータ分析ツールの使用を可能としました。

今回の実習では実際の ID-POS と SNS のデータ分析から、マーケティング施策を検討することで、より実践的な教育コンテンツとして本プログラムを評価頂いております。

豆蔵では、産学連携の活動を継続し、データ利活用のための人材育成プログラムを提供してまいります。今後は、九州工業大学を始めとして、他大学や教育機関においてもこのような実習の実施を計画しております。

---

<sup>1</sup> ID-POS とは、顧客の ID に基づいた POS（販売時点管理）のことです。従来の POS は「何が、いつ、どこで、いくつ、いくらで売れたか」という商品の動きを見るのに対して、ID-POS は「誰が、何を、いつ、どこで、いくつ、いくらで買ったか」、さらに「リピート状況はどうなっているか、一緒に何を買っているか、次に何をかうように変わったか」という消費者の動向を見ることが可能になるデータです。

<sup>2</sup> CCL 様が構築する「TRUE DATA」は全国のドラッグストア、スーパーマーケットなどの消費者購買情報を統計化した標準データベースです。全国延べ 5,000 万人規模の購買情報から構成され、性別、年代情報をカバーしています。

## ■一橋大学商学部での実習と発表の様子



豆蔵 IT 戦略支援事業部  
コンサルタント中山尚子  
による実習の様子



受講生による  
企画書発表の  
様子



### ■国立大学法人一橋大学 商学研究科 工学博士 神岡太郎教授からのコメント

本年度は、ある食品を対象にした一つのテーマに対して、豆蔵様が IT の視点から、大手食品メーカー様がビジネスとマーケティングの視点から、CCL 様が分析の視点から、本講義の実習にご協力をいただきました。一月半にわたって、この 3 社からはそれぞれの専門の立場からゲスト講義をいただくだけでなく、実際に学生が分析し、提案するレポートやプレゼンテーションに対して、フィードバックをいただき、プロならどのように考えるかということを示してくださいました。本当に受講生は恵まれていたと思います。3 社の協力がなければ実現できない企画でした。本当に感謝申し上げます。また、今回は、ID-POS と複数のソースのソーシャルリスニングデータを組み合わせて、インサイトを導くという高度な課題にチャレンジしました。これにチャレンジしたのは、実習の企画段階から相談にのっていただいた豆蔵の金子様のご協力のおかげだと思っております。

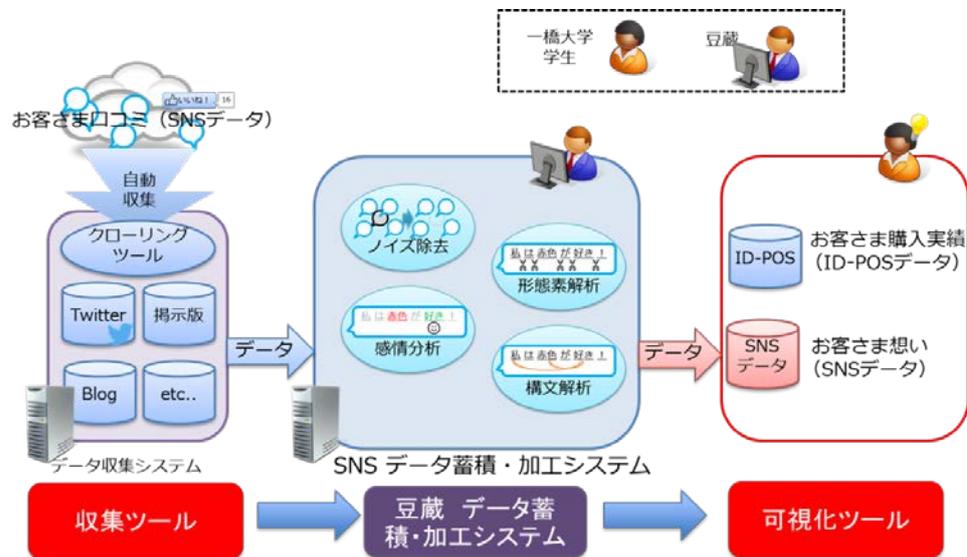
### ■学生のコメント(抜粋)

今回のプログラムを通して、データを扱う際の切り口やそのデータを利用して得られた仮説を他のデータを参照して検証するというプロセス、そのターゲットの変換によって本当に利益が生まれるのかという推察など様々な知見を得ることが出来ました。学生のうちから企業がおこなっているような分析プロセスに触れさせていただいてその重要性和大変さについても学ぶことが出来ました。本当にありがとうございました。

### ■大手食品会社様からのコメント

今回、弊社商品のマーケティング事例を題材に、ID-POS・SNSのデータ利活用を実施頂いた。今回我々が提供したビジネス背景に対し、市場やお客様の購買動向や購買意向を、実データを用いマーケティング課題を仮説検証する講義を行った。実践的な講義形式は、学生の皆様にとって有意義な学びとなったようであり、人材育成の良い事例を作れたと実感している。今回の題材とした商品は、性・年代といった属性による購買の傾向がはっきり分かれる商品であり、ID-POS による分析が購買動向を把握する上で有効であると実証された。また、合わせてSNSの定性情報にて、買う理由・買わない理由の裏付けを得られた。学生の皆様の自由な発想によるレポート内容はレベルが高く、マーケティング上の気付きになる点も多く感心させられた。本機会を提供頂いた神岡教授並びに豆蔵・CCLの両社へ感謝申し上げます。

## ■ 利用環境イメージ



## ■ 企業説明

### 豆蔵とは

情報化業務の最適化とソフトウェア開発スタイルの革新を推進するコンサルティングファームです。企業におけるビッグデータの利活用の導入支援等でのコンサルティングや人材育成を行っており、会社設立当時より、システムアーキテクチャの構築やデータモデリングに関するコンサルティングを提供してきました。先進の工学的手法をビジネスの現場へ、実践的に適用することで、最適な IT 投資による業務改革と、製造業分野における開発スタイルの革新という双方の分野で、お客様の信頼あるパートナーとして、一貫した改革を推進します。

## ■ 本件のお問い合わせ先

株式会社豆蔵

IT 戦略支援事業部 : 金子・中山

TEL : 03-5339-2136

Email : mzsts-contact@mamezou.com

以上