

商業施設向け

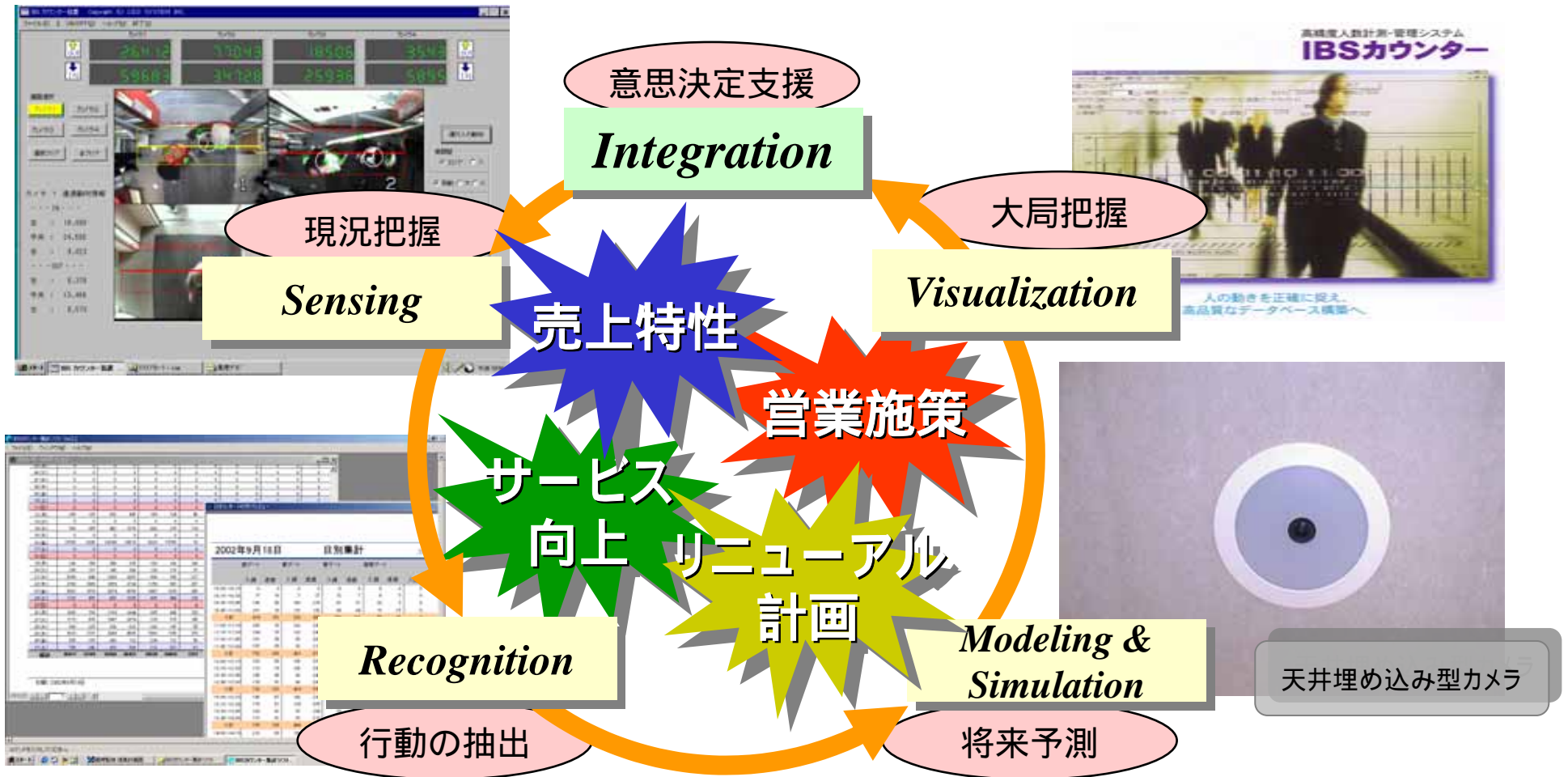
IBSカウンターによる来店客数の活用

～ご紹介資料～

**CED** 株式会社シーデーシステム

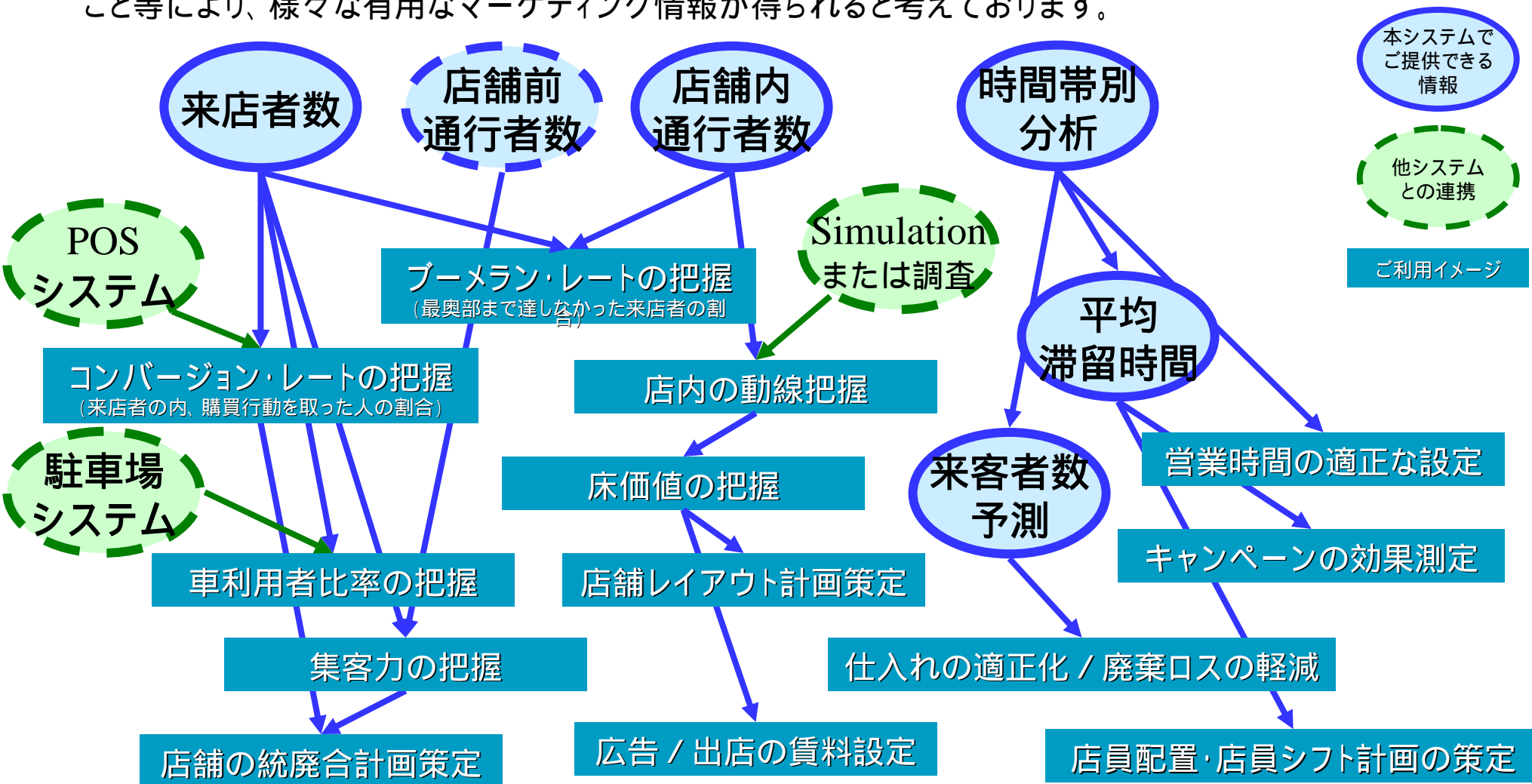
# 1 人数計測の意義

来店者数の正確な計測は、マーケティング・商業施設運営にお役立ていただける情報です。



## 2 人数計測システムのご活用用途

人数計測システムによる来店者数の動向データと、他の商業施設運営管理情報とを組み合わせること等により、様々な有用なマーケティング情報が得られると考えております。



# 3 - 1 IBSカウンター来店客数レポート

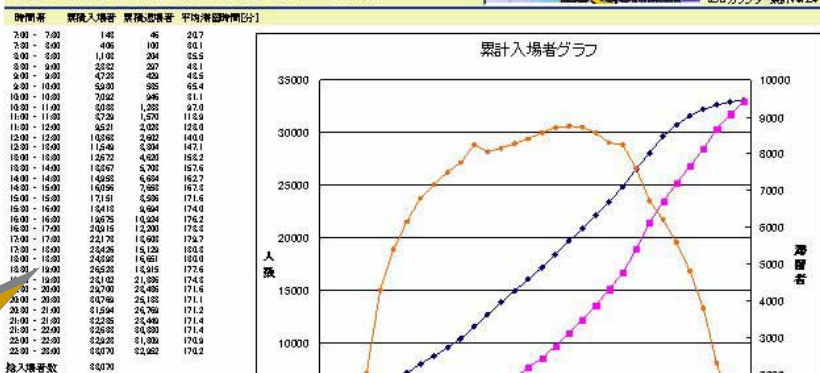
来店者数、時間帯滞留者数、平均滞留時間を日別ごとにレポートを出力します。

2003年11月17日月 日集計レポート(1)



開店から閉店までの来店者数  
滞留者数の動向グラフ

2003年11月17日月 日集計レポート(2)

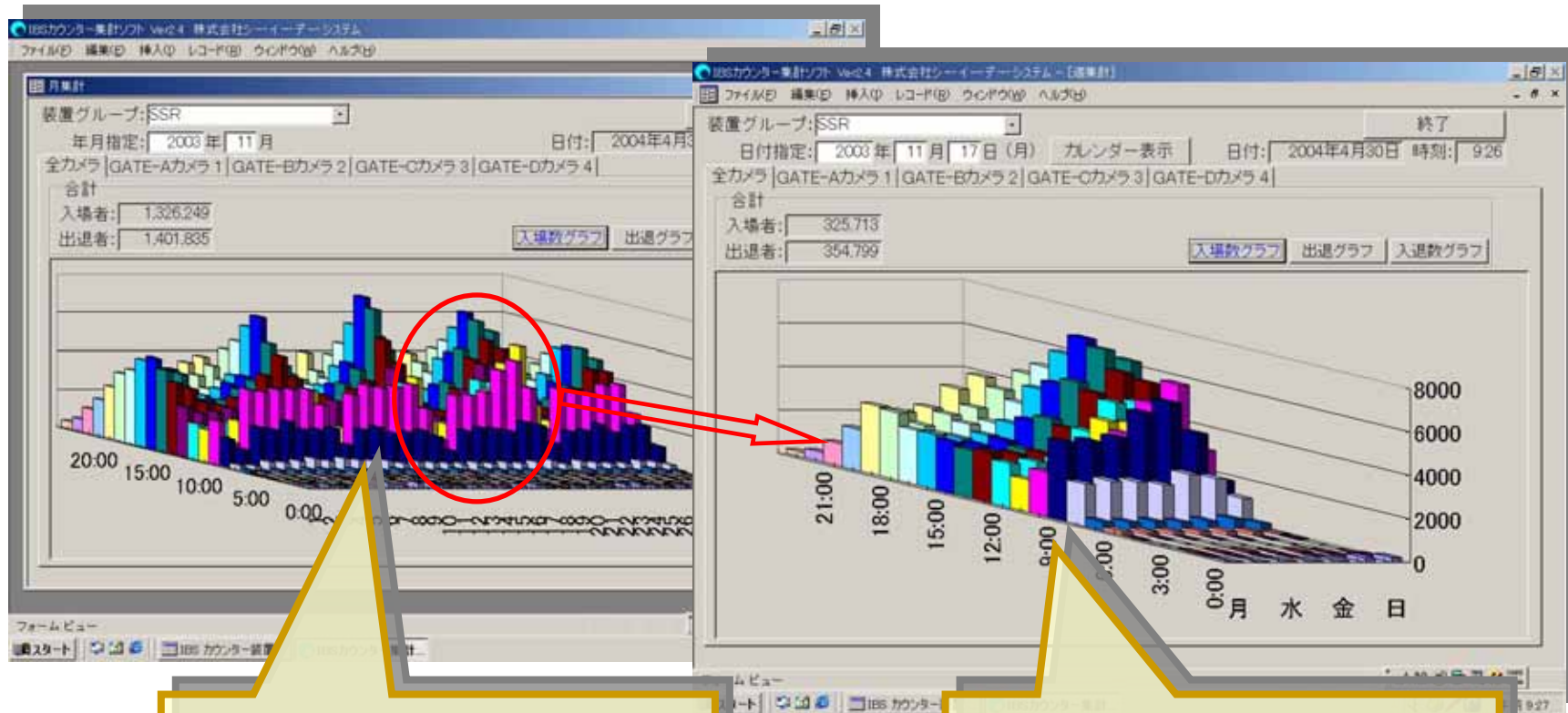


時間帯の滞留者数と  
平均滞留時間のデータ

印刷: 2004年2月8日 金曜日

## 3 - 2 IBSカウンター週、月間来店者時間帯動向グラフ

来店者数の期間動向と傾向をビジュアルにグラフ化します。



月間、来店客数の  
時間帯動向のデータ

週、来店客数の  
時間帯動向のデータ

# 3 - 3 IBSカウンター 日別時間帯帳票

来店者数のデータベースは、現状把握と将来の施設運営戦略に不可欠な情報となります。

2003年7月5日 土曜 日別集計

時間帯	北階段		上りエスカレータ		下りエスカレータ		南階段		非常階段		累積合計		滞留数
	入館	退館	入館	退館	入館	退館	入館	退館	入館	退館	入館	退館	
8:45 - 9:00	28	4	370	0	0	14	24	3	4	1	426	22	404
9:00 - 9:30	52	82	1,086	0	0	432	47	91	11	4	1,196	609	587
9:30 - 10:00	92	152	2,051	0	0	849	101	188	20	8	2,264	1,197	1,067
10:00 - 10:30	124	242	2,808	0	0	1,301	146	335	28	12	3,106	1,890	1,216
10:30 - 11:00	154	336	3,480	0	0	1,756	194	468	37	18	3,865	2,578	1,287
11:00 - 11:30	193	444	4,215	0	0	2,295	247						
11:30 - 12:00	212	545	4,790	0	0	2,670	283						
12:00 - 12:30	244	659	5,596	0	0	3,537	344						
12:30 - 13:00	281	778	6,417	0	0	3,982	399						
13:00 - 13:30	305	854	7,175	0	0	4,368	464						
13:30 - 14:00	337	975	7,965	0	0	4,853	530						
14:00 - 14:30	372	1,078	8,642	0	0	5,354	607						
14:30 - 15:00	406	1,192	9,289	0	0	5,787	684						
15:00 - 15:30	438	1,312	9,850	0	0	6,191	763						
15:30 - 16:00	456	1,405	10,260	0	0	6,681	840						
16:00 - 16:30	535	1,559	10,457	279	0	7,410	920						
16:30 - 17:00	552	1,600	10,753	279	0	7,814	977						
17:00 - 17:30	552	1,600	10,753	279	0	7,862	977						

印刷 2003年9月9日 火曜日

来店者数データベースは、各種帳票印刷とCSV形式(エクセル)のファイルで出力

2003年7月5日 土曜 日別集計

時間帯	北階段		上りエスカレータ		下りエスカレータ		南階段		非常階段		累積合計		滞留数
	入館	退館	入館	退館	入館	退館	入館	退館	入館	退館	入館	退館	
8:45 - 9:00	28	4	370	0	0	14	24	3	4	1	426	22	404
時間帯数	28	4	370	0	0	14	24	3	4	1	426	22	
9:00 - 9:30	52	82	1,086	0	0	432	47	91	11	4	1,196	609	587
時間帯数	52	82	1,086	0	0	432	47	91	11	4	1,196	609	587
9:30 - 10:00	92	152	2,051	0	0	849	101	188	20	8	2,264	1,197	1,067
時間帯数	92	152	2,051	0	0	849	101	188	20	8	2,264	1,197	1,067
10:00 - 10:30	124	242	2,808	0	0	1,301	146	335	28	12	3,106	1,890	1,216
時間帯数	124	242	2,808	0	0	1,301	146	335	28	12	3,106	1,890	1,216
10:30 - 11:00	154	336	3,480	0	0	1,756	194	468	37	18	3,865	2,578	1,287
時間帯数	154	336	3,480	0	0	1,756	194	468	37	18	3,865	2,578	1,287
11:00 - 11:30	193	444	4,215	0	0	2,295	247						
時間帯数	193	444	4,215	0	0	2,295	247						
11:30 - 12:00	212	545	4,790	0	0	2,670	283						
時間帯数	212	545	4,790	0	0	2,670	283						
12:00 - 12:30	244	659	5,596	0	0	3,537	344						
時間帯数	244	659	5,596	0	0	3,537	344						
12:30 - 13:00	281	778	6,417	0	0	3,982	399						
時間帯数	281	778	6,417	0	0	3,982	399						
13:00 - 13:30	305	854	7,175	0	0	4,368	464						
時間帯数	305	854	7,175	0	0	4,368	464						
13:30 - 14:00	337	975	7,965	0	0	4,853	530						
時間帯数	337	975	7,965	0	0	4,853	530						
14:00 - 14:30	372	1,078	8,642	0	0	5,354	607						
時間帯数	372	1,078	8,642	0	0	5,354	607						
14:30 - 15:00	406	1,192	9,289	0	0	5,787	684						
時間帯数	406	1,192	9,289	0	0	5,787	684						
15:00 - 15:30	438	1,312	9,850	0	0	6,191	763						
時間帯数	438	1,312	9,850	0	0	6,191	763						
15:30 - 16:00	456	1,405	10,260	0	0	6,681	840						
時間帯数	456	1,405	10,260	0	0	6,681	840						
16:00 - 16:30	535	1,559	10,457	279	0	7,410	920						
時間帯数	535	1,559	10,457	279	0	7,410	920						
16:30 - 17:00	552	1,600	10,753	279	0	7,814	977						
時間帯数	552	1,600	10,753	279	0	7,814	977						
17:00 - 17:30	552	1,600	10,753	279	0	7,862	977						
時間帯数	552	1,600	10,753	279	0	7,862	977						

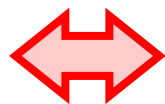
印刷 2003年9月9日 火曜日

日別帳票、月別帳票  
時間帯数、累積人数など

## 4 - 1 ご活用案 = 来店者数に合わせた戦略立案 =

来店者数の変化と、環境の変化との相関関係を分析することにより、来店者数の増減を先取りした戦略を立案することが可能になると考えます。

来店者数



環境の  
変化

相関関係を分析

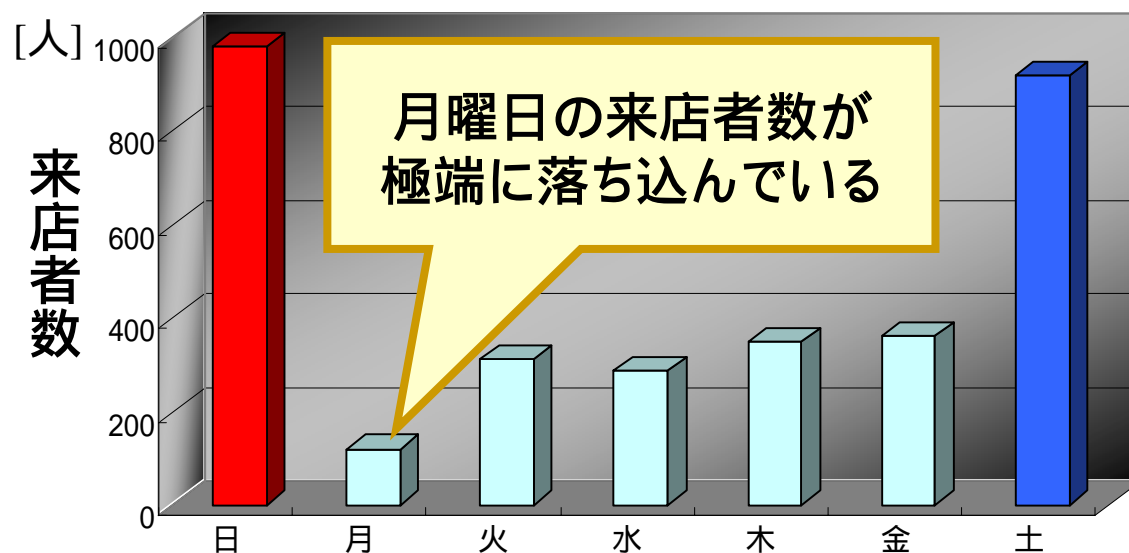
天候、季節、曜日、時間帯  
近隣でのイベント  
キャンペーン  
新テナント・目玉商品の発売  
：

環境の変化に合わせて、

販売戦略の立案

人員配置の最適化

：

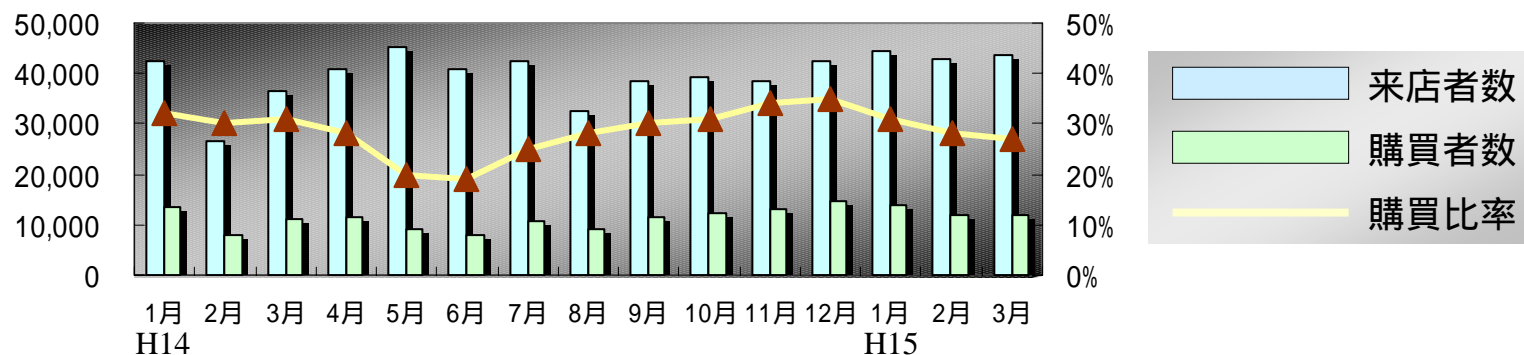


曜日別来店者数集計

月曜日は  
ポイント5倍セールに

## 4 - 2 ご活用案 = 販売戦略の重点化 =

購買者数の増減だけでは、「どこに次の一手を打つべきか？」を正確には把握できません。購買者数を、来店者数とコンバージョン・レート(購買比率)に分解して捕らえなおすことにより、的確な次の一手につなげることが可能になると考えます。



購買者数

=

来店者数

×

コンバージョン・レート  
(来店者の内、購買行動を取った人の割合)

増やすには、

店舗のコミュニティ化

店舗の改装

リーシング

販促キャンペーン

上げるには、

タイムバーゲンの実施

棚割りの見直し

従業員教育の見直し

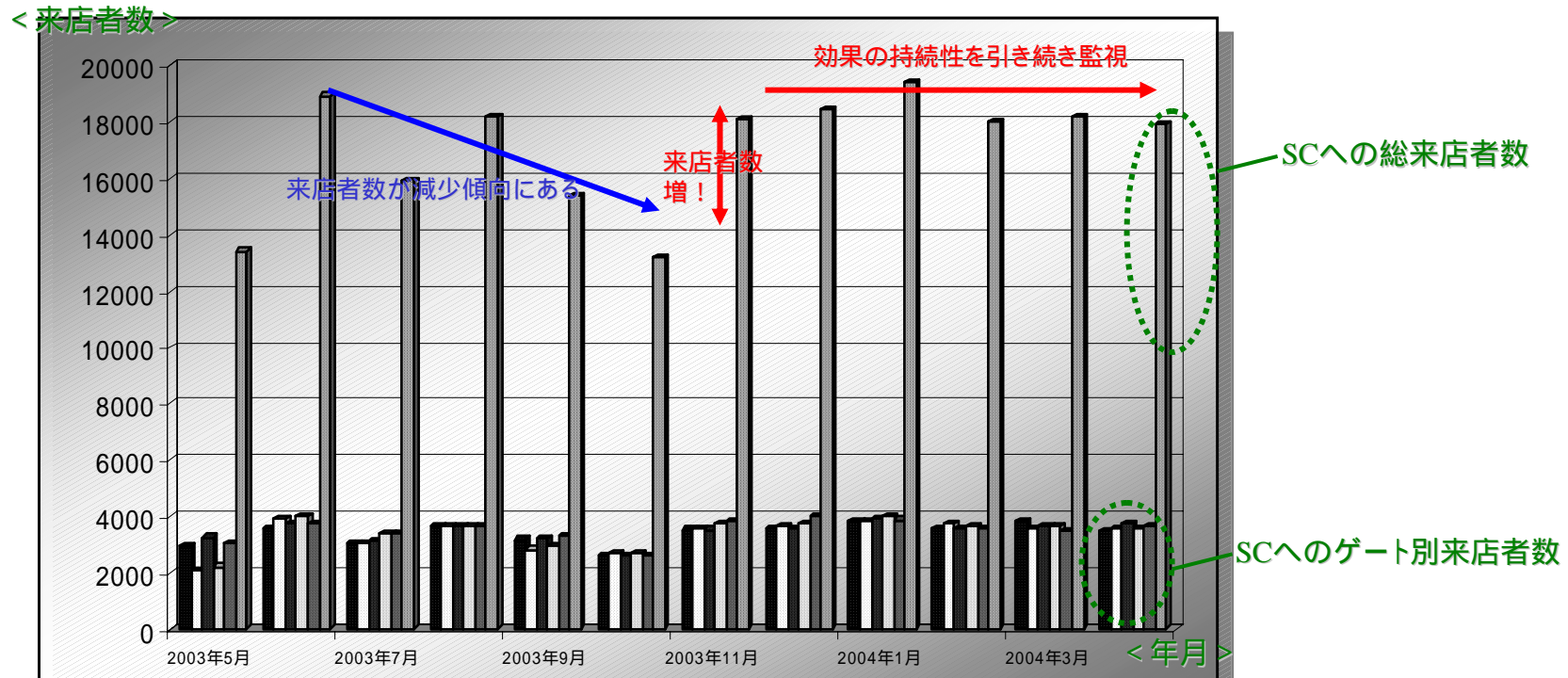
⋮

的を絞りこんだ  
戦略立案



## 4 - 3 ご活用案 = イベント実施タイミング・効果測定 =

販売店舗への来店者数は、イベント実施タイミングの検討や、その効果測定の指標としてご利用いただけると考えます。



この月に特典セールを実施

この施策の定量的効果、および効果の持続性が把握でき、イベント施策へのフィードバックが可能となります。

## 4 - 4 ご活用案 = 床価値の把握 =

人数計測システムによる来店者の動向情報とシミュレーション技術を組み合わせることにより、販売店舗内の床価値レベルを把握することができます。床価値はテナントレイアウト計画策定やテナント賃料などを策定する上での指標としてご利用いただけると考えます。

