

農業界に求められる提案型営業（3）

POS データを用いた提案型営業

公益財団法人流通経済研究所

研究員 石橋 敬介

1. POS データの概要

レポート「[農業界に求められる提案型営業（1）提案型営業をしよう](#)」で記したように、今後の農産物の営業活動においては、提案型営業を展開することが求められる。本稿では、提案型営業を行うための有用な手段の一つである、POS データを活用した提案について説明したい。

POS データとは、小売業が POS レジで会計をした際に蓄積される販売の記録のことである。例えばカルビーのポテトチップスを1つ購入した人がいると、購入と同時にお店のシステムに、カルビーのポテトチップス1つ販売という記録が残る。この記録を一覧にしたものが、POS データとして利用される。データというと敷居が高いように感じるかもしれないが、長期間や多店舗の巨大なデータでなければ、Microsoft Excel のような一般向けの表計算ソフトでも開くことが出来る。データには図表 1 のように、店舗コード、販売年月日、販売商品、点数、金額などが記されている。分析のためにこのデータを少し加工して、商品を担当する部門や、商品カテゴリー（商品分類）などのコードを付け加えておくことも多い。

図表 1 Microsoft Excel で開いた POS データの例

	A	B	C	D	E	F	G
1	店舗	年月日	商品コード	商品名称	点数	金額	分類名称
2	12	20160122	45019517	大塚 ポカリスエット ペットボトル 500ml	2	199	清涼飲料
3	12	20160122	45075469	クロレックスP オリジナルミント粒 14粒	3	367	菓子
4	12	20160122	45084942	スミフル プレミアムリッチアボカド 1個	3	638	洋菜
5	12	20160122	45104916	オハヨー ジャージー牛乳ソフト 180ml	2	342	アイスクリー
6	12	20160122	45116568	ロッテ 雪見だいふく 94ml	1	108	アイスクリー
7	12	20160122	45116582	ロッテ ジェラートマルシェスタンダード 113ml	5	638	アイスクリー
8	12	20160122	45116629	ロッテ ザクリッチ 105ml	3	383	アイスクリー
9	12	20160122	45117961	グリコ 牧場しぼりラムレーズン 120ml	3	383	アイスクリー
10	12	20160122	45119422	S&B SPICE&HERB クミンシード 12g	1	195	調味料
11	12	20160122	45119781	SPICE&HERB ブラックペッパーホール 16g	1	160	調味料
12	12	20160122	45119828	SPICE&HERB ホワイトペッパーパウダー17g	1	205	調味料
13	12	20160122	45123689	S&B SPICE&HERB シナモンシュガー23g	1	164	調味料
14	12	20160122	45126482	ロッテ キシリトール フレッシュミント 14粒×3	3	908	菓子
15	12	20160122	45132544	バージニアスリムノアールメンソール	2	832	たばこ
16	12	20160122	45139574	ロッテ ジェラートマイスターチョコ 120ml	1	260	アイスクリー
17	12	20160122	45139604	ロッテ ジェラートMフランクパウダー 120ml	2	519	アイスクリー
18	12	20160122	45139611	ロッテ ジェラートマイスターマンゴー 120ml	1	260	アイスクリー
19	12	20160122	45141157	ロッテ のど飴 11粒	2	186	菓子
20	12	20160122	45143403	ラーククラシックマイルド	1	398	たばこ
21	12	20160122	45143489	マルポロブラックメンソール	3	1275	たばこ
22	12	20160122	45145957	セイカ食品 ボンタンアメ 14粒	2	260	菓子
23	12	20160122	45164804	マースF スニッカーズ ミニ 1本	15	632	菓子
24	12	20160122	45166211	ロッテ ACUO<グリーンミント> 14粒	1	123	菓子
25	12	20160122	45166228	ロッテ ACUO<クリアブルーミント> 14粒	2	245	菓子
26	12	20160122	45173530	明治 ボイフル ドリンクミックス 53g	2	204	菓子
27	12	20160122	45173639	明治 アボロ 46g	2	245	菓子
28	12	20160122	45173646	明治 マーブル 32g	2	245	菓子
29	12	20160122	45173653	明治 チョコベビー 32g	1	123	菓子
30	12	20160122	45175503	マルポロ クリアハイブリッド3ボックス 1P	2	850	たばこ
31	12	20160122	45176920	メイー モンパティシエラムレーズン 120ml	2	255	アイスクリー
32	12	20160122	45178764	グリコ フレンドラムネディズニー 17g	1	102	菓子

ところで、POS データ分析をするには、まず POS データを手に入れる必要がある。POS データを入手するには、取引先小売業のバイヤーに依頼すればよいだろう。POS データ開示の姿勢は小売業によってまちまちで、大口の取引先企業に対してのみ POS データを開示する小売業もあれば、個人農家にまで POS データを開示する小売業もある。また、POS データ開示にあたってシステム利用料などの費用が必要な場合もあるし、無料で開示をしてもらえる場合もある。まずは取引関係のある小売業に、POS データを開示してもらえるか問い合わせてみると良いだろう。

2. 生鮮食品 POS データの分析

POS データの主要な分析手法として、売れ筋商品の分析がある。

売れ筋商品の分析は、POS データの売上を商品別に集計し、何がよく売れているかを分析することである。この分析をすることで、どのような特性（品質、味、容量、商品の形状など）を持つ商品が支持されているのかが分かり、提案する商品の選定に用いることが出来る¹⁾。

更にしっかりと分析をしようと思ったら、この分析に「比較」の視点を入れると良い。例えば商品の売上を、取引先小売業全体と、特定の店舗 A で集計する。そして、取引先小売業全体で売れている商品が店舗 A では売れていなければ、店舗 A での売り方に問題があると考えられる²⁾。この場合、店舗 A で商品認知を高めるための試食イベントや、商品の露出（陳列スペース）の拡大などが提案できるだろう。ただし、スーパーマーケットの生鮮食品 POS データを用いる場合、このような分析はできないことが多い。図表 2 と図表 3 は、とある POS データから算出した、スーパーマーケットの漬物とキャベツの売上ランキングである。漬物は商品単品ごとの売上が集計されて、売れ筋の商品が把握できる。一方、キャベツのランキングからは、どのような商品がよく売れているかを分析することが出来ない。

図表 2 漬物の売上ランキング

順位	商品	金額
1	東海こくま熟うま辛キムチ320g	322,571
2	河鶴旨辛キムチ400g	220,506
3	味仙浅漬はくさい350g	187,827
4	美山好好(ハオハオ)キムチ500g	177,709
5	菅野きゅうり朝鮮漬100g	143,287
6	ピクルスご飯がススム200g	125,033
7	片山みそかつおにんにくトレー110g	112,892
8	菅野相馬きゅうり315g	105,691
9	味仙野沢菜300g	80,175
10	味仙旬採りかぶきゅうり200g	77,666
11	ヤマキ越後みそ漬150g	77,576
12	ヤマキカレー用福神漬280g	65,025
13	ヤマキうめえたくあん1本	62,538
14	岩下甘らっきょう190g	60,712
15	美山イチオシ焼肉屋の味キムチ330g	60,156
16	味仙刻みセロリ120g	57,682
17	山本千切紅生姜80g	56,772
18	河鶴きゅうり一本漬200g	55,591
19	丸イ食品特選紅しょうが漬50g	55,290
20	片山食品野沢菜昆布165g	50,612

図表 3 キャベツの売上ランキング

順位	商品	金額
1	キャベツ	1,716,198
2	キャベツ(カット)	595,956
3	キャベツ ショウカット	104,969
4	シゼンハハルキャベツ(ゲンノウ)	40,336
5	シゼンハハルキャベツカット(ゲンノウ)	5,986
6	サボイキャベツ	1,486

この問題は、商品に JAN コードが付いていないことが原因で発生している。JAN コードは日本の共通商品コードであり、加工食品や日用品のメーカー商品であれば、バーコードとして商品に印刷されている。原則として同一の商品には同一の JAN コードが付いているため、JAN コードごとに売上を集計す

ば、商品単品ごとの集計となる。しかしキャベツの場合では、産地や商品サイズに関わらず、ほとんどの商品が「キャベツ」としてレジ打ちされてしまっている。これはキャベツに JAN コードが付いていないため、商品を区別することが出来ないのだⁱⁱⁱ。

このような問題があるため、生鮮食品の POS データを分析する際には、品目単位で分析をすることが現実的であろう。キャベツの中でどのような商品が売れているかを見ることはできないが、野菜の中でキャベツがどの程度の金額シェアを占めているかは分析できる。また、品目ごとの売上を時系列で比較する「トレンド分析」を行うことも有用であろう。例えばトマトの売上が以前よりも伸びており、別の品目の売上は落ちているとき、トマトの売場を広くして取扱商品を増やさないかという提案ができる。

3. まとめ

本稿では、POS データを活用することで、産地側から小売業に対して様々な提案を行えることを説明した。一方で、生鮮食品 POS データの特性により、加工食品や日用品の業界と完全に同じ分析をすることはできないことを確認した。現在の POS データ環境では、品目単位の分析が手を付けやすく現実的な手段といえる。POS データを活用した提案型営業に挑戦する場合は、まず品目単位での売れ筋分析やトレンド分析から始めてみることをお勧めする。

※本レポートの著作権は、公益財団法人流通経済研究所に帰属します。無断転載・複製を禁じます

※引用の際は、必ず出典の明記をお願いします

□お問い合わせ先□

公益財団法人 流通経済研究所

東京都千代田区九段南 4-8-21 山脇ビル 10F TEL: 03-5213-4532/FAX: 03-5276-5457

e-mail: keisuke_ishibashi@dei.or.jp ※メール送付の際は■を@に変換してください。

担当: 研究員 石橋 敬介

ⁱ 提案に向けて商品開発をする際にも参考になる。

ⁱⁱ 立地や店舗フォーマットが原因である可能性もあるので、確認をしておく必要がある。

ⁱⁱⁱ スーパーマーケットなどの量販チェーンの POS システムでは、ほとんどの場合この問題が生じる。ただし、直売所の POS システムのように生産者単位で商品を管理できるような仕組みもある。