

**オムニコマース
Customer Relation 「オフライン購買分析」**

**2024年6月17日
楽天グループ株式会社**

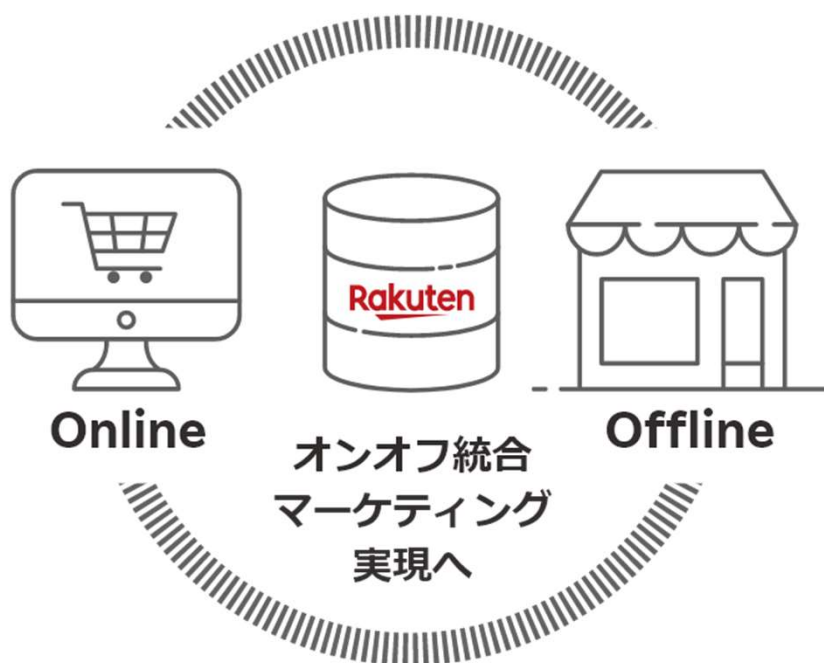
Rakuten

資料構成

1. オムニコマース概要
2. Customer Relation領域概要
3. メニュー概要
4. 実施の流れ
5. FAQ
6. 問合せ先

楽天オムニコマースとは

オンオフを統合したIDマーケにより
OMOでの高速PDCAを回し、ユーザのLTV最大化を実現



Sales Promotion

Customer Relation

Advertisement






楽天オムニコマースにおける課題への対応内容

現状の様々な課題を楽天オムニコマースで解決



オフラインにおける楽天オムニコマースの立ち位置

楽天IDでオン・オフ購買者の理解を高め、データに基づくPDCAが可能

		サービスA	サービスB	Rakuten	
ID基盤		△	○	◎	日本最大級の規模 正確で豊富なユーザ 属性が特徴
ポイント		△	○	◎	お客様が選ぶ「ポイント 総合満足度」No.1* オンオフ様々な場面で ポイントが貯まる
決済		△	◎	○	楽天ペイ、楽天ポイント カード、楽天Edy など様々な手段を提供
購買データ		○	○	◎	ユーザからのレシート +加盟店からの POSデータ
メニュー		◎	○	○	デジタルの強みも 活かした豊富な 販促メニューを提供

*情報元：「楽天ポイント お楽しみ図鑑」（ポイントに関する調査、有効回答=1,000、インターネット調査、2022年11月、実施機関：マイボイスコム）

オムニコマースの提供メニュー



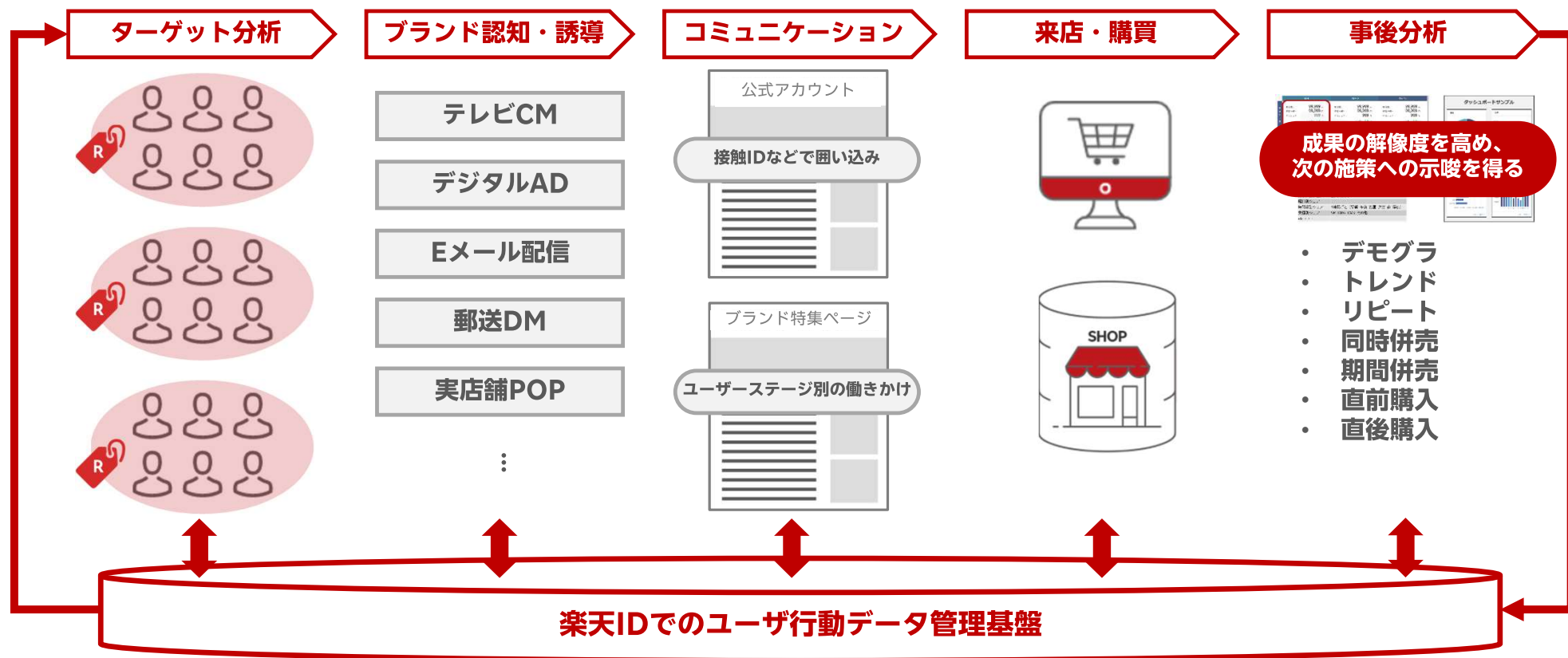
	Sales Promotion	Customer Relation	Advertisement
領域	<p>楽天IDでターゲティングすることで、新商品販売や付加価値商品の販売押し上げなど、ニーズに応じ様々なオフラインにおける販売促進を実現</p>	<p>楽天が蓄積するユーザデータに基づいてユーザ購買行動を理解するとともに、ユーザとのコミュニケーションやキャンペーンなどを通して、ロイヤリティユーザを拡大</p>	<p>楽天の70以上に及ぶサービスのユーザ接点に加え、ディスプレイ広告、SNS広告などの楽天外のユーザ接点も活用し、楽天IDで接触を行えるユーザ消費行動の全段階に対応</p>
メニュー	<ul style="list-style-type: none"> • ポイントバッククーポン • リテール販促キャンペーン • レシート利用キャンペーン • 二次元コードキャンペーン • ポイントギフトコード利用キャンペーン 	<ul style="list-style-type: none"> • オフライン購買分析 • 公式アカウント 	<ul style="list-style-type: none"> • 楽天が提供する各種広告 (Instore Tracking含む)
パッケージメニュー	<ul style="list-style-type: none"> • レシピタイアップパッケージ 		

資料構成

1. オムニコマース概要
2. **Customer Relation領域概要**
3. メニュー概要
4. 実施の流れ
5. FAQ
6. 問合せ先

Customer Relation 領域の全体像

楽天ID×購買・行動データによるユーザ理解、ユーザとブランドの継続的な接点により、効率的なユーザ育成を実現。



資料構成

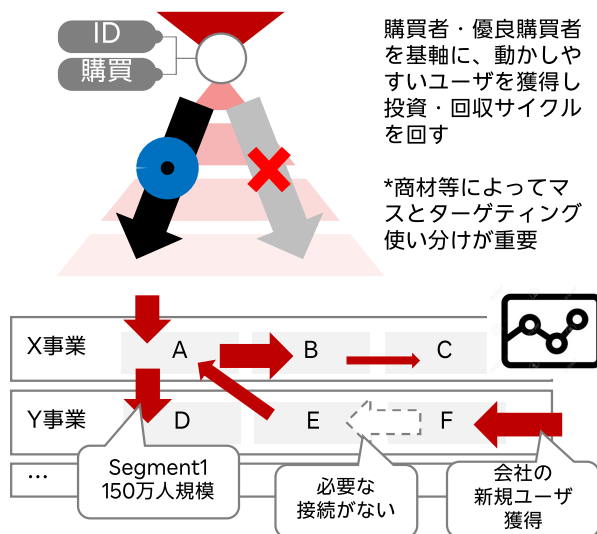
1. オムニコマース概要
2. Customer Relation領域概要
- 3. メニュー概要**
4. 実施の流れ
5. FAQ
6. 問合せ先

楽天が提供する「オフライン購買分析」

LTVを最大化するための各種分析において、本メニューでは販促に伴う顧客・購買分析を提供。

理想的なマーケティング

LTVを最大化するために
実購買の行動に基づき
施策事項・PDCA実施



実現に向けた楽天の強み

顧客解像度を高める
IDプロファイリング基盤

小売横断・ブランド横断で
みれるオフライン購買データ

理解を宣伝・販促など
各種施策実行に接続できる

提供タイプ

販促分析

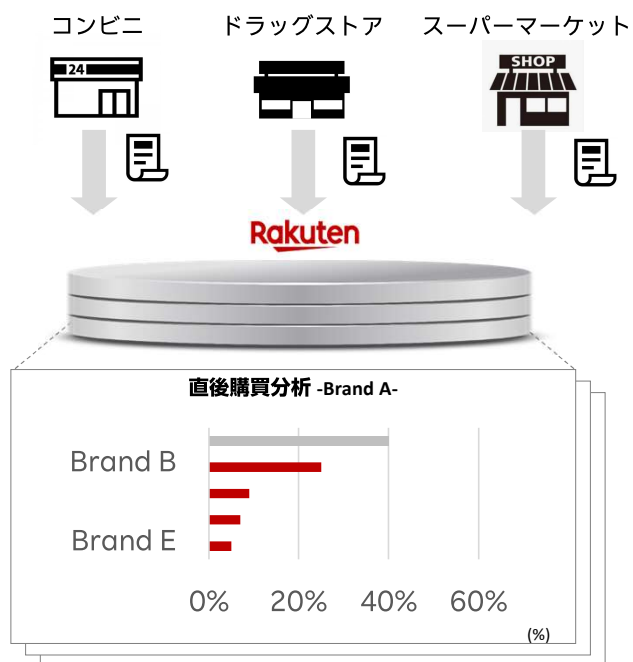
販促実施の
顧客解像度アップ

顧客分析

ブランド横断・LTV観点での

- 顧客像全体理解
- アクション実行後のモニタリング

「オフライン購買分析」の強み



1. 質の高い楽天IDでユーザ購買を理解できる

LTVを最大化するための各種分析において、
販促に伴う顧客・購買分析を提供

2. 小売横断型での購買理解ができる

小売横断、ブランド横断での購買データを把握可能

3. 販促時の質を理解できる

購買者・優良購買者を基軸に、動かしやすいユーザを把握可能

4. 理解を次回アクションへ繋げることが可能

実購買の行動に基づき、効率的な施策実施を検討することが可能

オフライン購買分析（販促分析）プラン一覧

	プラン名	特徴	利用シーン
基本版	シングルプラン	<ul style="list-style-type: none"> ✓ チェーン分析のみを提供するプラン ✓ 分析条件（期間・単位・粒度）は、楽天側におまかせ設定 	どこでCPN参加購買をしたかを知りたい
	ライトプラン	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 主要6種類のうち、3種類の定型分析が自由に選べるプラン ✓ 分析条件（期間・単位・粒度）は、楽天側におまかせ設定 	レシート分析を体験してみたい
	スタンダードプラン	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 主要6種類の全種類の定型分析がセットになったプラン ✓ 分析条件（期間・単位・粒度）は、楽天側におまかせ設定 	全体の傾向を網羅的に見たい
	カスタマイズプラン	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 主要6種類の全種類の定型分析がセットになったプラン ✓ 分析条件（期間・単位・粒度）は、カスタマイズ設定可能* 	全体の傾向をより詳しく見たい
	オプション	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 基本版プランに加え、基本版以外の定型分析が選べる ✓ 分析条件（期間・単位・粒度）は、カスタマイズ設定可能* 	深掘りしたいポイントがある

*データ量の観点から、一部制限あり

オフライン購買分析（販促分析）プラン詳細

観点	基本版				オプション
	シングルプラン	ライトプラン	スタンダードプラン	カスタマイズプラン	
特徴	キャンペーン参加の多い チェーン分析のみのプラン	主要6種類の定型分析のうち 3種類 が自由に選べるプラン	主要6種類の定型分析が 全種類 がセットになったプラン	スタンダードプランに加え、 分析ニーズに合わせて 条件のカスタマイズが可能*	基本版プランに加え、 各種分析にはない分析が可能
分析項目	チェーン分析	① デモグラ分析 ② 新規既存分析 ③ トレンド分析 ④ リピート分析 ⑤ チェーン分析 ⑥(a) カテゴリシェア分析 (b) 直前直後購買分析	① デモグラ分析 ② 新規既存分析 ③ トレンド分析 ④ リピート分析 ⑤ チェーン分析 ⑥(a) カテゴリシェア分析 (b) 直前直後購買分析	① デモグラ分析 ② 新規既存分析 ③ トレンド分析 ④ リピート分析 ⑤ チェーン分析 ⑥(a) カテゴリシェア分析 (b) 直前直後購買分析	都度、ご相談ください。
条件指定	SP (Sales Promotion) の実施内容をもとに、 分析期間・単位・粒度を 楽天側におまかせ設定	SPの実施内容をもとに、 分析期間・単位・粒度を 楽天側におまかせ設定	SPの実施内容をもとに、 分析期間・単位・粒度を 楽天側におまかせ設定	SPの実施内容をもとに、 分析期間・単位・粒度を カスタマイズ設定可能	SPの実施内容をもとに、 分析期間・単位・粒度を カスタマイズ設定可能
価格 (SP実施 時)	40万円	70万円	100万円	150万円	都度見積り

※価格については、予めレポート内容をもとに見積もりいたします。
 ※データ量の観点から、一部制限あり
 ※基本版の定型分析のうち、⑥は、aまたはbから1つ選択可能

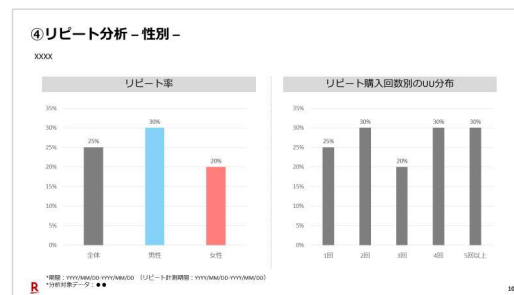
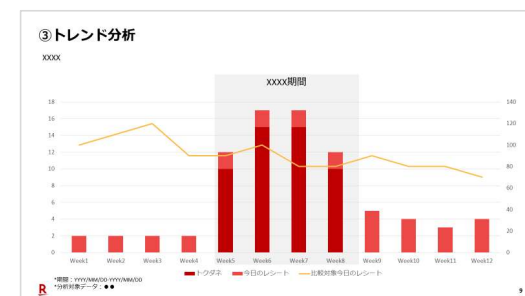
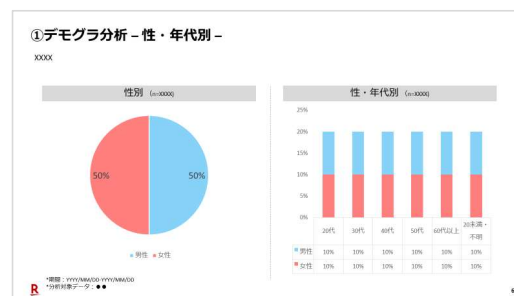
※SP実施なしで発注希望の場合は、弊社営業担当までご相談ください。

オンライン購買分析（販促分析）における分析項目補足

定型分析 一覧

No	分析項目	内容
1	デモグラ分析	指定商品群を購入している顧客のデモグラ（性別・年代・エリア・都道府県）を確認
2	新規既存分析	指定商品群を購入した顧客が、新規か既存顧客かを確認
3	トレンド分析	指定商品群における、時系列での商品購買傾向を確認
4	リピート分析	指定商品群を購入した顧客のリピート率・回数を確認
5	チェーン分析	指定商品群が購入されたチェーン（業態カテゴリ、小売店）を確認
6a	カテゴリシェア分析	指定商品群を購入したユーザの、対象期間前・後に購入していた商品ブランドを確認（累計）
6b	直前・直後購買分析	指定商品群を購入したユーザの、対象期間直前・直後に購入していた商品ブランドを確認

レポートイメージ



※基本版やオプション項目に記載のない分析については、別途ご相談ください



提供するレポート仕様 (1/2)

No	分析レポート	項目	ライト・スタンダードプラン	カスタマイズプラン
1	デモグラ分析	分析対象期間	CPN開始から1か月	CPN期間 相当
		分析粒度	性別、年代、エリア	性別、年代、エリア、 都道府県
		分析単位	1~3商品群	最大10商品群目安
		比較対象	なし	なし
		分析対象レシート	審査通過クーポン	審査通過クーポン、きょうのレシート
2	新規既存分析	分析対象期間	購入期間：CPN開始から1か月 新規・既存判別期間：CPN開始直前の1か月	購入期間：CPN期間 相当 新規・既存判別期間：CPN開始直前の 最大3カ月
		分析粒度	性別・年代	性別・年代
		分析単位	1~3商品群	最大10商品群目安
		比較対象	なし	なし
		分析対象レシート	審査通過クーポン、きょうのレシート	審査通過クーポン、きょうのレシート
3	トレンド分析	分析対象期間	CPN期間、CPN開始直前、CPN終了直後の各1か月	CPN期間、CPN開始直前・CPN終了直後の各 最大3カ月
		分析粒度	週次・性別	週次・性別
		分析単位	1~3商品群	最大10商品群目安
		比較対象	ジャンルLv4を1種類のみ指定（原則、SP実施ジャンル）	ジャンルLv4を指定（原則、SP実施ジャンル）
		分析対象レシート	審査通過クーポン、きょうのレシート	審査通過クーポン、きょうのレシート
4	リピート分析	分析対象期間	購入期間：CPN期間相当 リピート計測期間：CPN終了直後の1か月	購入期間：CPN期間相当 リピート計測期間：CPN終了直後の 最大3カ月
		分析粒度	性別、年代	性別、年代
		分析単位	1~3商品群	最大10商品群目安
		比較対象	なし	なし
		分析対象レシート	審査通過クーポン、きょうのレシート	審査通過クーポン、きょうのレシート

提供するレポート仕様 (2/2)

No	分析レポート	項目	ライト・スタンダードプラン	カスタマイズプラン
5	チェーン分析	分析対象期間	CPN開始から1か月	CPN期間 相当
		分析粒度	性別、年代	性別、年代
		分析単位	1~3商品群	最大10商品群目安
		比較対象	なし	なし
		分析対象レシート	審査通過クーポン	審査通過クーポン、きょうのレシート
6(a)	カテゴリシェア分析	分析対象期間	購入期間：CPN開始から1か月 購入計測期間：CPN前後の各1か月	購入期間：CPN期間 相当 購入計測期間：CPN前後の各 最大3カ月
		分析粒度	性別、年代	性別、年代
		分析単位	1~3商品群	最大10商品群目安
		比較対象	なし	設定可能（ジャンルLv4を指定（原則、SP実施ジャンル））
		分析対象レシート	審査通過クーポン、きょうのレシート	審査通過クーポン、きょうのレシート
6(b)	直前・直後購買分析	分析対象期間	購入期間：CPN開始から1か月 購入計測期間：CPN前後の各1か月	購入期間：CPN期間 相当 購入計測期間：CPN前後の各 最大3カ月
		分析粒度	性別、年代	性別、年代
		分析単位	1~3商品群	最大10商品群目安
		比較対象	なし	設定可能（ジャンルLv4を指定（原則、SP実施ジャンル））
		分析対象レシート	審査通過クーポン、きょうのレシート	審査通過クーポン、きょうのレシート

レポート仕様における特記事項

- 本レポートは、「集計データ」での提供となります。
なお、弊社ポリシーに基づき、集計値が10名未満の場合は、その情報は提供対象外となる点、予めご了承ください。
- 商品群とは、1商品、あるいは複数の商品を1つに束ねた商品グループのことを指します。
また、1商品群で指定する「1商品」とは「1JANコード」のことを指し、1商品群あたり、最大30JANコードまで設定可能となります。
- トレンド分析やリピート分析など、時系列でのユーザ購買を理解する場合は、一定期間継続的にレシートを送付しているユーザなどに絞ったうえで、レポートを実施いたします。
- デモグラ項目は、以下に記載の内容で区分します。

項目	内容
性別	■ 男性、女性
年代	■ 20代、30代、40代、50代、60代以上、その他
エリア	■ 北海道、東北、関東、中部、関西、中国、四国、九州、その他

資料構成

1. オムニコマース概要
2. Customer Relation領域概要
3. メニュー概要
- 4. 実施の流れ**
5. FAQ
6. 問合せ先

全体の流れ

ご相談		申込み		実施	レポート
1. 分析ヒアリング	2. お見積り	3. 楽天の規約 同意 (初回のみ)	4. お申し込み	5. 実施	6. レポート

広告主様・代理店様

楽天

全体の流れ

分類	No	ステップ	対応社	特記事項
案件相談	1	分析ヒアリング	楽天	分析目的や分析仕様などを確認し、追加仕様の有無を整理
	2	お見積り	楽天	
申し込み	3	楽天の規約同意（初回のみ）	広告主様・代理店様	
	4	お申し込み	広告主様・代理店様	
分析実施	5	実施	楽天	
レポート	6	レポート	楽天	

※納品後に請求を実施いたします。

納品単位が複数の場合などは、その納品内容に応じて請求いたしますので予めご調整させていただきます。

資料構成

1. オムニコマース概要
2. Customer Relation領域概要
3. メニュー概要
4. 実施の流れ
- 5. FAQ**
6. 問合せ先

FAQ

No	質問	回答
1	SPを実施した場合、オフライン購買分析（販促分析）を申し込まないと、デモグラ分析は提供されないのでしょうか？	SPをご実施いただければ、SP参加者に関するデモグラ情報を提供します。上記の場合、ご希望に応じて、SP参加者のみならず指定商品の購入者デモグラ情報を提供させていただき、SP参加者と通常購入者の比較をいただけます。
2	オフライン購買分析（販促分析）のプランに、分析項目をプラスすることは可能でしょうか？	オプションにて追加可能です。個別見積となりますので、ご相談ください。
3	オフライン購買分析（販促分析）は、1回の発注で何回も提供してくれるのでしょうか？	1回のご発注につき、1回のオフライン購買分析サービスをご提供します。
4	分析ではどのようなデータを利用しますか？	Pashaサービスの「きょうのレシート」で収集したレシートの内、機械処理で商品特定された情報を対象に分析します。 ※対象小売に一定の制約がありますので、詳細は適宜お問合せください。 同時併売分析に際しては、レシート送信でキャンペーンに参加された場合が対象となります。予めご了承ください。
5	レシートデータを利用するとのことですが、どの程度のレシートがありますか？	月間で900万枚以上のレシートを収集しております。（2023年4月時点）
6	レシートの印字ではサイズやフレーバーなど商品を特定できない場合もあると思いますが、そういった場合はどうなりますか？	提携しているレシート解析サービスにて、候補となる複数の商品情報の中から、もっとも可能性が高いと評価された商品情報を利用し分析します。 ※ブランド単位などの分析には影響はありません。
7	最小人数の値について、分析結果ではどのように表記されますか？分析及び集計結果が1名だった場合、1名と表記されるのですか？	集計した結果が10人未満のデータについては、記載対象から除外いたします。

資料構成

1. オムニコマース概要
2. Customer Relation領域概要
3. メニュー概要
4. 実施の流れ
5. FAQ
6. 問合せ先

問合せ先

以下より、お気軽にお問合せ・ご質問ください。

【問合せ先】

オムニコマースソリューション問合せ窓口

prj-oc-solution@mail.rakuten.com

Rakuten

The Rakuten logo is centered on a solid red background. It consists of the word "Rakuten" in a white, bold, sans-serif font. A white, horizontal, trapezoidal shape is positioned below the letters "a" and "k", pointing to the right.