

【報道関係各位】

2019年7月16日
一般財団法人 日本気象協会

全国版「売りドキ！予報」販売を開始 小売業向け商品需要予測サービス ～「経験と勘」から「ビッグデータ活用」へ。雨による影響の精度も向上～

一般財団法人 日本気象協会(本社:東京都豊島区、理事長:長田 太、以下「日本気象協会」)は、小売業向けの商品需要予測サービス「売りドキ！予報」の全国版の提供を2019年7月16日(火)より開始します。関東版を2019年4月より提供していましたが、これにより、全都道府県の市区町村ごとの需要予測指数の算出が可能になり、全国のスーパーマーケットなどで導入いただけます。また、全国版に拡張するにあたって、雨(降水)による売り上げの影響効果を改良し、より高い精度を実現しました。

「売りドキ！予報」は売り上げが伸びるタイミングを知らせることで、店舗全体の売り上げ増を見込めるだけでなく、売り上げの下がるカテゴリとその時期を事前に把握し、商品の製造量や仕入れ量を抑制することにより、食品廃棄を防ぎ地球環境の保全にも貢献します。また、人手不足が問題となっている昨今、経験や勘に頼らずに多くの従業員が体感気温や気象要素の変化による売り上げ傾向を予測することが可能になります。



1. 「売りドキ！予報」とは

日本気象協会が各種気象データを踏まえて予測した商品の需要予測指数(7ランク)、気象情報、販促カレンダー(MD カレンダー)を搭載したWEB サービスです。商品を550カテゴリ*1以上に細かく分けた「スタンダード」(月額7万円)と、約120カテゴリに分けた「ライト」(月額5万円)の2プランを販売します。2019年4月に関東版の販売開始し、これまでに10店舗への導入が進みました。(2019年7月16日現在)

なおこの需要予測指数は株式会社 True Data(本社:東京都港区、代表取締役社長:米倉 裕之)が収集したPOSデータ*2と日本気象協会が自社で保有する過去の気象データを解析して算出しています。

また、2019年9月末までにお申し込みのお客さまは、申し込み後半年間は半額となります(半額適用期間は、最大で2020年3月末日まで)。アンケートにより改善要望のヒアリングを実施し、ご要望の多い箇所から随時改善する予定です。



※1 True Data が独自に分類したカテゴリです。カテゴリ「小」は約 120 種、カテゴリ「細」は約 550 種があります。
(一部精肉カテゴリは日本気象協会にて分類)

※2 True Data では、統計的な処理を行っており、店舗を特定できる情報は一切公開していません

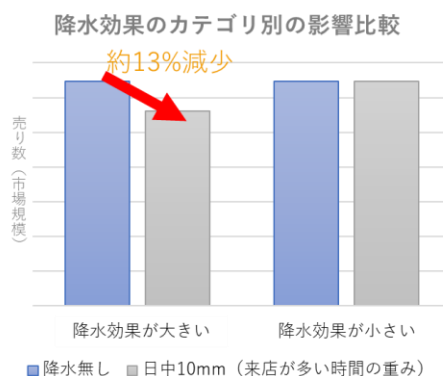
2. 全国版「売りドキ！予報」で改善された内容

エリア・カテゴリごとに降水効果を反映し、予測精度を向上

新たに雨（降水）の影響をエリア別・カテゴリ別に詳細に解析し、その結果を全国版「売りドキ！予報」に反映しています。「売りドキ！予報（関東版）」よりも、精度の高い予測を提供できるようになっています。

雨が降ると 売上が下がるカテゴリ（例）

すいか
おおば
かいわれ菜
みず菜（京菜）
刺身ぶり・はまち
コーラ
ココアドリンク
和風総菜
ちらし
牛乳
ビール
デザート類
氷
アイスクリーム類など



雨が降っても売上が 下がりにくいカテゴリ（例）

キャベツ
ピザ
押しずし
ローストチキン
白飯
ゴーヤ（苦瓜）
つゆ
調理パン
チンゲンサイ
白菜
和牛
煮物
コンニャク
インスタント袋麺 など

3. 「売りドキ！予報」に関するお問い合わせ先（法人向け）

【1】eco×ロジ プロジェクト公式サイト
お問い合わせフォーム
<https://ecologi-jwa.jp/contact/>

【2】日本気象協会 防災ソリューション事業部 先進事業課
Tel:03-5958-8154 Mail:ecologi_contact@jwa.or.jp

「売りドキ！予報」は日本気象協会からのほか、True Data からも販売されます。

日本気象協会は今後も SDGs^{※3} の目標 [12：つくる責任つかう責任] [13：気候変動に具体的な対策を] を中心に推進を進め、持続可能な社会を目指します。

※3 持続可能な開発目標とは、持続可能な開発のための 17 のグローバル目標と 169 のターゲットからなる、国連の開発目標のこと。
(SDGs:Sustainable Development Goals)

以上



参考情報

「体感気温」に応じた販促実証実験成果

日本気象協会では、「売りドキ！予報」の開発中に、主に埼玉県で展開しているスーパーマーケット・ロヂャース浦和店（北辰商事運営）にご協力いただき、「売りドキ！予報β版^{※4}」の“体感気温指数”を使った店内販促の実験を実施しました。

<実験概要>

事前に、日本気象協会にて暖かい時期は炒め物用野菜の需要が伸びることを解析し、「売りドキ！予報β版」の“体感気温指数”が「暖かい」と予想された日に、暖かい日に売りドキとなる青果カテゴリのインスタプロモーションを実施

実験期間：2018年10月17日（水）～11月7日（水）

実験店舗：ロヂャース浦和店




比較店舗：ロヂャース新座店

協力：北辰商事株式会社

協力：一般社団法人全国スーパーマーケット協会

<実験結果>

2018年10月1日～11月7日の曜日平均値（寒い日、平年並み、暖かい日含む）を100%とした場合、体感気温が「暖かい」と予想された日に、暖かい日向けのインスタプロモーションに切り替えることで売り上げが最大38%増加しました。

	暖かい日	
	販促プロモーションあり (ロヂャース浦和店)	販促プロモーションなし (ロヂャース新座店)
チンゲンサイ 	116%	86%
アスパラ 	133%	70%
かぶ 	138%	110%

※4 正式版(関東版)の提供開始前に試用していただくためのサンプルのソフトウェアです。