

# ヘアサロン POS データにおける

## クーポン利用顧客の傾向とその組み合わせ

学籍番号 21511029

久保田ゼミ 4 年 稲庭克洋

21511029ki@tama.ac.jp

ヘアサロン業界において、最近ではホットペッパービューティーなどの美容院予約サイトが普及し、施術してもらう店舗の選択方法において「クーポン券がある店に行く」「常に安い店を探している」といったコストパフォーマンスを重視した理由が多く挙げられるようになった。その中で、どのような施術内容のクーポンが人気なのか・店舗の立地ごとに使用されるクーポンの割合は異なるのか等を分析し、クーポン利用顧客の傾向を視覚化することによって、クーポンによる集客効果の向上に繋がると考え、この研究を行うことにした。

本研究における分析に関しては経営科学系研究部会連合協議会が主催しているデータ解析コンペティションにおいて、平成 29 年度に提供されたヘアサロンチェーン店の POS データを利用した。このデータは、顧客・商品・店舗等テーブルからなっており、商品のテーブルには、商品カテゴリーや商品名がある。その中でも、データカテゴリーが「クーポン」となっているものに対象を絞り、そのクーポンに該当する施術の内容の分類や、顧客ごとの利用傾向のグラフ化及び視覚化を行い、その後アソシエーション分析によって店舗ごとのクーポンの共起について確認した。

分析の結果としては、店舗毎のクーポンのリフト値に違いが出ており、「全国一律に同じクーポンを発行すれば、どの店舗でも同じように来客数が増えるというわけではなく、店舗毎に集客に効果を発揮するクーポンは違うのではないか」という可能性の一片を見つけることが出来た。例としては、ある店舗では他店に比べてパーマが含まれたクーポンのリフトが高いので「パーマと他の施術内容をセットにしたクーポンを提供することにより、今までその店舗を利用していなかった新たな顧客の獲得につながる可能性があるのではないだろうか」という仮説を立てることが出来た。また、ただクーポンの使用履歴・傾向だけを分析するのではなく、クーポンを利用した施術の会計金額等の要素を絡めて、店舗ごとのより具体的な傾向を求めていく必要があると感じている。

今後は、分析によって得られた結果についての考察・理解を深めるとともに、ヘアサロンで活用できるクーポン施策の提案を行い、それらを卒業論文として纏めていきたいと考えている。