

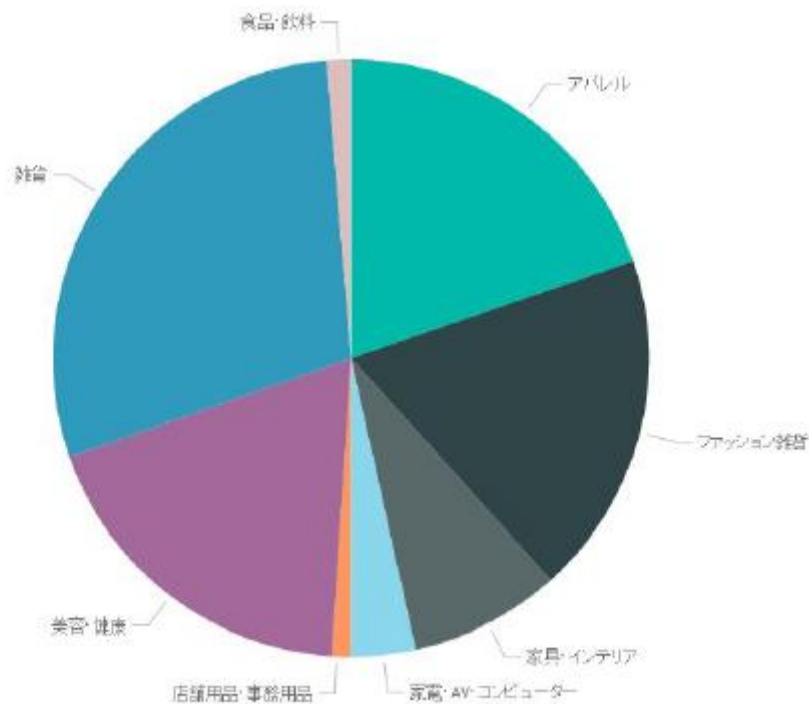
## NETSEA 調査結果レポート ー注文のカテゴリー組成ー

### 1. 概要

本調査では NETSEA 市場で注文された商品のカテゴリーに焦点をあて、その組成を調べました。結果、低い割合ですが、異なるメインカテゴリーの商品をミックスした注文が存在することが確認出来ました。今回はこのような異なるメインカテゴリーの商品を含んだ注文ケースの分析を、カテゴリー間での新たなクロスセリング（組み合わせ）の可能性を発見するために実施しました。

### 2. データ

調査対象は 2015 年 2 月 1 日～2016 年 1 月 31 日の 1 年間の注文データです。今回の分析ではメインカテゴリーとサブカテゴリーの分布に注目しました。下記にカテゴリー間をまたいだ注文のたまかな分布図を示しています。



### 3. 分析

異なるメインカテゴリーの商品を含む注文数を調べた結果、全体の注文数の 13%に留まっています。これは一緒に注文される商品の多くは同じサブカテゴリーもしくは関連性のあるサブカテゴリーに属しているためだと推察されます。しかし異なるメインカテゴリーに属する複数の商品の注文に着眼することで、カテゴリー間のクロスセリングの新たな可能性を拓けるとともに、カテゴリー分けの新しい観点を見出す情報になりえます。さらに分析によって、今まで関連性が明らかになっていなかったよく一緒に購入される商品について原因解明できる可能性もあります。

#### 3. 1 メインカテゴリー

約 68,000 件の注文が 1 つ以上のメインカテゴリーからの商品を含んでいました。このような注文のカテゴリー同士やカテゴリー内のよく購入される商品同士の関係性を調べるためにデータから関連性を導き出しました。その結果、次の関連性が 80%以上の信頼性を示しました。

アパレル	ファッション雑貨
食品・飲料	美容・健康
家具・インテリア	雑貨
美容・健康	雑貨

(Associations between categories - one per row)

(カテゴリー同士の関連性ー 1 列にひとつ)

一番顕著な関連結果は‘アパレル’と‘ファッション雑貨’で、予想通りの結果でした。記載されていない残りの関連性はいずれも 60%以上の信頼性を示しましたが、調査対象注文の 5%以下の注文数でした。これらの関連性の多くはカテゴリー‘雑貨’と他のカテゴリー(例:家具・インテリア・家電・AV・コンピュータ)との複合でした。この結果は一般的すぎるため、重要な関連性として認められませんでした。

強い関連性があるメインカテゴリーの中に“店舗用品・事務用品”、“中国発レディースファッション”と“中国発メンズファッション”の 3 つが見られなかったのは興味深いです。1 番目に関しては、他のカテゴリーと一緒に購入する機会が少ないカテゴリーということが関

与していると思われます。あとの 2 つに関しては規則性を見出せるほど注文がされていないのが原因だと推察されます。

### 3. 2 サブカテゴリー

同様の分析をサブカテゴリーレベルでも実施しました。調査対象のサブカテゴリーは 306 種類、ここでも一緒に注文された商品のカテゴリー同士の関連性が調査されました。

一番顕著に現れたサブカテゴリー同士の関連性は、上記で述べたメインカテゴリーの関連性‘アパレル’と‘ファッション’に関与したものとなりました。下記にこのような関連性の例として 60%以上の信頼性を示したものを幾つか載せました。

アパレル卸> レディース卸> ワンピース・チュニック卸	ファッション雑貨卸> レディース卸> 靴卸
アパレル卸> レディース卸> トップスその他卸	ファッション雑貨卸> レディース卸> 靴卸
ファッション雑貨卸> レディース卸> 靴卸	アパレル卸> レディース卸> ワンピース・チュニック
アパレル卸> レディース卸> トップス(カットソー)卸	ファッション雑貨卸> レディース卸> 靴卸

(Associations between categories - one per row)

サブカテゴリー調査により商品はお互いに関連性が高いが、カテゴリー階層が適切ではない可能性があるケースが幾つか見つかりました。次にそのようなケースの例を載せました。

雑貨卸> 生活雑貨・日用品卸> 歯磨き関連卸	美容・健康卸> ボディケア卸> スキンケア卸
ファッション雑貨卸> レディース卸> ペンダント卸	雑貨卸> ホビー・カルチャー卸> 手芸・洋裁・工芸卸
雑貨> 生活雑貨・日用品> 入浴グッズ	美容・健康> 美容・ダイエット器具> 健康器具
美容・健康> ヘルスケア> 自然食品・健康食品	食品・飲料> その他食品・飲料

(Associations between categories - one per row)

## 4. 結果

本調査ではメインカテゴリーを跨いだ注文の商品関連性を分析しました。幾つかの関連性はアパレルとファッション雑貨のような明らかな関連性であり、新しい観点を見出すことは出来ませんでした。しかしいくつかの明白でない関連性も発見され、有意義でした。今回のような分析は将来、関連商品やおすすめ商品紹介するのに役立つことができるでしょう。より多様な注文は売上向上にもつながるため、当社は引き続き、このような分析も継続していきます。