

# 接客にネット購買歴活用

## ウィンクス 好みに合う商品提案

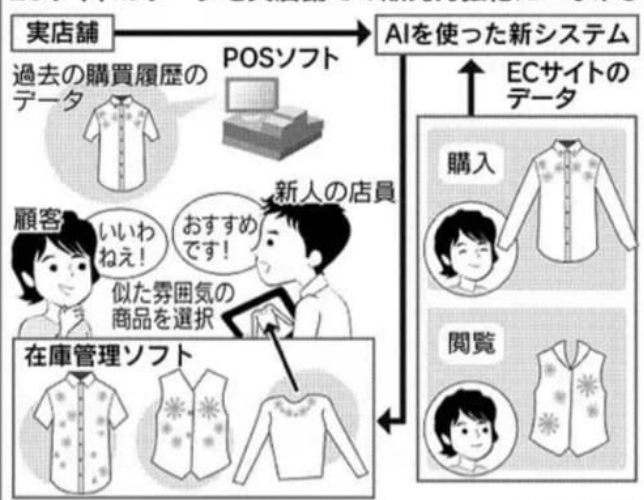
入店したての店員さんでも、常連さんの好み  
がすぐにわかります。電子商取引（EC）  
サイトでの閲覧、購買データを使って、実店舗  
にやって来た顧客の嗜好を割り出す仕組みを流  
通向けシステム大手のウィンクスが構築する。  
実店舗での顧客の購入履歴だけでなく、ECサ  
イトでの購買行動のデータも組み合わせ、顧  
客の好みに合った商品を提案できる。今夏から  
店舗でのサービス提供を始める。

## アパレル・雑貨店向け

店舗だけでなく、同じ 企業、カラフル・ボード  
小売り事業者が運営する（東京・渋谷、渡辺祐樹  
ECサイトから商品を購 社長）と組んでシステム  
入する顧客が増えている を開発する。

ことに対応する。顧客が 多くのECサイトでは  
ECサイトで閲覧、購入 商品ごとにも付いた文  
した衣服の画像から、形 字データから、顧客の好  
や柄などの好みを割り出 みを割り出している。カ  
ラフル・ボードの技術で

ECサイトのデータを実店舗での販売力強化につなげる



は購入製品の画像から形  
や柄などの雰囲気認識  
し、似た雰囲気の商品  
をピックアップできる。シ  
ステムには人工知能（A  
I）を使っており、顧客  
管理）ソフトや、顧客情  
情報は購入製品の画像から形  
や柄などの雰囲気認識  
力が高まる機械学習の機  
能をいかず。  
ウィンクスは店舗向け  
のPOS（販売時点情報  
管理）ソフトや、顧客情

報の管理ソフトを多くの  
小売り企業に販売してい  
る。顧客の会員番号など  
から実店舗とECサイト  
での購買データなどを呼  
び出し、今回開発したシ  
ステムに読み込ませる  
と、嗜好が分析できる。

からその顧客に最適な製  
品を選び出す。  
主にアパレルショップ  
での利用を想定している  
が、家具や雑貨、嗜好品  
などを取り扱う店舗向け  
にも販売する。多くの店  
舗で接客はアルバイトの  
店員がしている。経験の  
浅い店員には、常連であ

っても顧客の嗜好が十分  
に伝わっていないことも  
多い。店舗内の情報だけ  
でなく、ECサイトでの  
嗜好も反映した店舗業務  
支援サービスの需要は大  
きいとみている。  
ウィンクスほどのメー  
カーのレジ端末でも導入  
可能なPOSソフトを販

売するソフト開発会社。  
東証2部に上場してお  
り、2017年3月期の  
売上高は280億円の見  
通しだ。新たな機能を設  
けることで、POSソフ  
トの価値を高めて、大手  
からの乗り換え需要を取  
り込む狙いもある。  
（上田志晃）