業界初！高度な分析法で施策を「数字」で判断

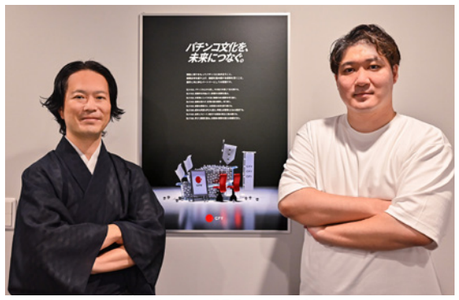
施策を数字で見極め、次の一手へ。㈱CFYが機械学習を活用した新たなマーケティング支援サービス『ハンソクカルテ』を展開する。

「この販促企画、次回も続けるべきだろうか」。

例えば、取材や来店企画、広告を実施し、当日の稼働が通常より高かったとする。しかし、そのすべてが販促施策の効果とは限らない。逆に、数字が振るわなかった施策が、実は稼働を下支えしていたケースもある。

こうした販促施策の〝効き目〟を機械学習で分析し、次の判断につなげるのが、CFYが新たに展開するマーケティング支援サービス『ハンソクカルテ』だ。

梶川弘徳代表取締役CEOは「『競合店がやっているから』『以前から続けているから』といった理由で、特定の販促施策を続けているケースが少なくありません。効果が分からなくても、〝やらないこと〟には不安があります。だからこそ、販促を判断する物差しが必要だと考えました」と話す。



㈱CFYの梶川弘徳代表取締役CEO（左）と、Webマーケティング部の植村拓哉部長。

販促施策の「あり・なし」データでその差を検証

ポイントとなるのが、「もし、その販促施策を実施していなかったら、どの程度の稼働になっていたか」を推定することだ。

具体的には、過去半年～1年程度の営業データを活用。50～60程度の項目を組み合わせ、「こうした条件の日には、どの程度の稼働になりやすいか」を機械学習させる。

その上で、販促施策を実施した日の実際の稼働と、仮にその施策を行わなかった場合の予測稼働を比較する。差が小さければ上積みは限定的だった可能性があり、差が大きければ施策が稼働に寄与した可能性が高い。

このように、施策を実施した場合としなかった場合を比べ、その影響を捉える手法を「反実仮想分析（※）」という。同社Webマーケティング部の植村拓哉部長は「当日の稼働だけでは、その施策が本当に効いたのか分かりません。曜日や天候、競合店の状況も考慮し、〝この施策をやらなかったらどうだったのか〟と比べ、その差を次の販促判断の材料にしてもらいます」と説明する。

ホール側は、次回の販促計画を組む際、こうした分析結果を踏まえて施策内容を検討できる。プラスの傾向が続き、現場の手応えも良ければ継続する根拠になり、反対に、期待した効果が確認できなければ、見直しの材料になる。また、判断がつきにくい場合は、曜日や告知方法など条件を変えて再度実施し、その結果を確かめることもできる。

植村部長は「数字だけで施策の良し悪しを判断するわけではありません。費用や準備の手間、お客様の反応、現場の感覚なども含めて、総合的に判断することが重要です」と話す。

店舗と本部の「共通の物差し」に

分析結果は、店舗と本部、経営層との意思疎通にも使える。店長が施策を見直したい、あるいは継続したい際、数字を添えれば判断の背景を共有しやすい。

梶川CEOは「現場を見ている人が状況を分かっていても、それを数字で説明できないことがあります。同じ物差しで話せれば、店長や販促担当者を助ける材料になります」との考えを示す。

経験や感覚に頼る場面も多かった販促判断に、客観的な検証軸を加える。その積み重ねが、より精度の高い販促につながっていく。

施策フィードバックの例　施策の効果を検証し、次のアクションへ

月	店舗	検討区分	施策・コンテンツ	効果・判断材料（pt）
2026年7月	店舗A	優先して継続検討	特定日	+348.0 ／4回、4回すべてプラス
2026年7月	店舗B		ゲストA（演者来店）	+264.0 ／2回、2回すべてプラス
2026年7月	店舗B		広告施策全体	+624.0 ／20回、17／20回プラス（複数日のプラスを確認）
2026年7月	店舗A	条件をそろえて追加検証	新台入替	+72.0 ／1回、単回のため追加検証
2026年7月	店舗B		取材企画E	+96.0 ／4回、3／4回プラス（実施条件による差を確認）
2026年7月	店舗B		ゲストC（演者来店）	+88.0 ／1回、単回のため追加検証
2026年7月	店舗A	見直し候補	取材企画F	−18.0 ／3回、3回ともマイナス
2026年7月	店舗A		取材企画G	−8.0 ／1回、単回マイナス、条件を見直して再検討
2026年7月	両店共通		合同施策パッケージB	−66.0 ／1回、単回マイナス、両店合計の評価

機械学習を活用した販促効果の分析サービス。個別の販促施策について、実施した場合と実施しなかった場合の差を「pt」で示し、「優先して継続検討」「条件をそろえて追加検証」「見直し候補」の3区分で整理する。

『ハンソクカルテ』の活用ステップ

01 実施記録をそろえる
- 営業数値・イベント
- 広告の出稿記録

02 機械学習で評価する
- 曜日・天気・競合など
- 機械学習で影響を推定

03 次回の方針を考える
- 現場の確認と合わせて
- 継続・見直し・検証

分析を判断材料にして、担当者が**次回に活かせることを決める。**

分析結果の表示例と実務での確認事項

A店 ｜ 2026年3月4日 ｜ 特定日

分析結果の表示例

+148.4 pt

次回の判断につなげる
- 費用・準備負担を確認
- 現場の反応と照らし合わせる

継続する理由や、次に変えて試すことを整理する。
A店の稼働への影響を、分析上の比較条件で推定した例。

https://cfy.jp　CFY　04-7170-2068

※反実仮想分析…ある施策を実施した結果と、「もし実施していなかったらどうなっていたか」をデータから予測して比べ、その施策の影響を確かめる分析手法。