

GPS位置情報データを活用した商圈分析の新潮流 位置情報ビッグデータ活用セミナー

KDDIの取り組みと具体的エリアマーケティング手法と事例

チェーン企業・広告代理店・BtoCメーカーの担当者様 必見！

こんな方に
オススメ

- ・店舗開発、販売促進、経営企画、マーケティング担当様。
- ・GPS位置情報を用いたマーケティング手法を知りたい。
- ・エリアマーケティングに新しい分析軸を取り入れたい。
- ・最新の商圈分析手法や業界動向の情報がほしい。

参加
無料

※事前申込みは必須です。
申込みがない場合は入場をお断りします。

2019年2月15日 金

開催時間 14:30～16:30（14:15～受付）

会場 渋谷ヒカリエ 34F KDDI株式会社セミナールーム
東京都渋谷区渋谷2丁目21-1



Shibuya
Hikarie

定員 80名

JR/銀座線/京王井の頭線「渋谷駅」と2F連絡通路直結、田園都市線/半蔵門線/副都心線「渋谷駅」15番出口直結

お申し込み

<http://www.giken.co.jp/seminar/> FAX : 03-3506-1807

貴社名

TEL

FAX

ご住所

氏名

部署名

Email

- ・天災及びその他やむを得ない事情により、予告なく開催を中止させていただく場合がございます。
- ・本セミナーは事前申込みが必須です。お申込みが無い場合、参加をお断りします。
- ・同業他社および個人の方のお申込みはお断りします。
- ・当社の判断によりセミナーへのご参加を理由のご説明なくお断りする場合がございます。
- ・お申込状況によって1社あたりのご参加人数を調整をさせていただく場合もございます。あらかじめご了承ください。

お申し込みいただいたお客様の個人情報は、弊社の「個人情報保護方針」（<http://www.giken.co.jp/privacy/>）に同意いただいたものとし、安全且つ厳重に管理いたします。個人情報とは各種セミナー、イベントや製品情報のご案内に利用し、講演企業以外にご同意なく第三者に開示・提供することはありません。その他の事項については「個人情報の取扱いについて」（<http://www.giken.co.jp/privacy/>）をご参照下さい。

2019年2月15日 金

開催時間 14:30～16:30 (14:15～受付)

会場 渋谷ヒカリエ 34F KDDI株式会社セミナールーム

東京都渋谷区渋谷2丁目21-1 JR/銀座線/京王井の頭線「渋谷駅」と2F
連絡通路直結、田園都市線/半蔵門線/副都心線「渋谷駅」15番出口直結

参加
無料

情報通信のパイオニアと商圈分析の専門家による位置情報ビッグデータ活用セミナー

技研商事インターナショナルでは、商圈分析・エリアマーケティングに関する最新動向や分析手法・事例を紹介するセミナーを定期開催しています。今回はKDDI株式会社の清水様をゲスト講師にお呼びして、通信キャリアの持つGPS位置情報ビッグデータの活用についてご講演いただきます。満席になることが予想されます。お早めのお申込みをお願いいたします。

第1部 キャリアビッグデータの活用によるデジタルトランスフォーメーションの支援

通信キャリアの持つ位置情報や属性情報といった正解データの利活用は、様々な企業から期待されながらも様々な法制度やお客様保護の為、今まで本格的なものには至ってきませんでした。

ですが、この数年の法改正や企業努力による厳格なプライバシー保護等の整備を経て、少しずつではありますが、ようやくお取引企業様のオペレーション高度化や新たな顧客体験といったデジタルトランスフォーメーションに寄与できるデータ利活用のソリューションが出現し始めました。

その新たな時代に、KDDIが推進するソリューションと商圈分析の活用事例、今後の展望についてお話しします。



KDDI株式会社

ライフデザイン事業企画本部
新規事業推進部 マネージャー
清水 大介 様

1997年総合広告会社入社。のちに2000年に新聞社へ入社し、一貫して広告営業並びに新規媒体プロデュースに従事。2007年 KDDIグループにジョイン。モバイル広告事業において企画営業、新商品企画等の担務を経て、KDDIで、新規協業メディアやauスマートパス等の新規事業の企画開発に従事し、2017年より位置情報を中心としたキャリアビッグデータ利活用新規ビジネス、サービス企画を担当。

第2部 エリアマーケティング分析の最新トレンド



技研商事インターナショナル株式会社

執行役員 マーケティング部 部長
シニアコンサルタント
市川 史祥

昨今のIT環境の進化によって、GPS位置情報やインターネットの閲覧履歴データなどのビッグデータを商圈分析・エリアマーケティングに活用する手段や手法が拡充されてきました。これによって従来実現不可能だった様々な商圈分析事例が蓄積されています。競合店舗への来訪者の分布を可視化したり、時間帯や曜日別の傾向を把握したり、生活者を年齢や家族構成といったデモグラフィック的変数だけでセグメントするのではなく、興味・関心データを用いてサイコグラフィック的要素も分析軸とすることができるようになっています。本パートでは、チェーン企業をはじめとする生活者をターゲットとする業界に適用できる新しい商圈分析手法をGIS（地図情報システム）のデモンストレーションを交えてわかりやすく解説します。

1972年東京生まれ。早稲田大学政治経済学部卒業。不動産業、出版社を経て、2002年より技研商事インターナショナルに所属。小売・飲食・メーカー・サービス業などのクライアントへGIS（地図情報システム）の運用支援・エリアマーケティング支援を行っている。わかりやすいセミナーが定評。年間講演実績90回以上。