

# 商圈分析の最新トレンドを総まとめ エリアマーケティング戦略講座

## GPS/ネットオーディエンス、進化する商圈分析

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。
- ・自社データと外部データを組み合わせたい分析がしたい。
- ・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4月24日

水

定員 40名

開催時間 14:00～15:30 (13:45～受付)

会場 JR博多シティ 10F会議室

JR博多駅直結 (アミュプラザ博多内)



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

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。

商圈分析の最新トレンドを総まとめ  
**エリアマーケティング戦略講座**  
GPS/ネットオーディエンス/進化する商圈分析

2019年4月24日 水

開催時間 14:00～15:30 (13:45～受付)

会場 JR博多シティ 10F会議室

JR博多駅直結 (アミュプラザ博多内)

参加  
無料

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。今回は昨年度実施したセミナーのうち、参加者アンケートで好評だった内容を厳選して、GIS (地図情報システム) を活用した商圈分析・エリアマーケティングの手法や事例、最新動向を総まとめとしてご案内します。今年度の貴社の戦略立案時の参考としてわかりやすく有益な情報を提供します。是非ご参加ください。

### 過去、当社セミナーに参加したお客様の声

- 小売チェーン様 : チェーン企業における既存店分析など、ノウハウはありがたいです。
- 広告代理店様 : 無料とは思えない内容で、最新のマーケティング手法が知れました。説明もわかりやすかった。
- 飲食チェーン様 : デモも含めて、事例紹介を行っていただけるのが貴社セミナーの魅力です。
- 消費財メーカー様 : 高度な内容をわかりやすくまとめていて非常に良かった。また参加します。
- サービス業様 : 知らなかった新しい分析の切り口を発見できました。実践してみようと思います。

## 第1部 商圈分析・エリアマーケティングの基本と応用

GIS (地図情報システム) を用いた商圈分析、エリアマーケティングは国内では約30年前からスタートしたと言われています。出店やエリア販促などの課題解決のために、企業が培った経験と勘だけではなく、客観的なエビデンス、データに基づいた意思決定に活用されてきました。本パートでは従来からの基本的な分析手法、活用するデータをご紹介しますことで改めてGISによる商圈分析を知っていただけます。

#### ■ 商圈分析の基礎

- ・ GIS (地図情報システム) とは?
- ・ 商圈データの読み取り方 (居住者、勤務者、買い物者)
- ・ 競合の影響を加味する商圈分析 (ハフモデル)

#### ■ 自社データと外部データを組み合わせた分析

- ・ チェーン企業の店舗分析手法と事例
- ・ 顧客データを用いた実商圈の把握と顧客プロファイリング
- ・ 統計解析を用いた高度な分析 (相関、重回帰、クラスター)

## 第2部 エリアマーケティングの新潮流

デジタル世界の進化によって、エリアマーケティングに活用できるデータベースも拡大しています。本パートでは、質・量ともに増加しているスマートフォンから得られるGPS位置情報を活用した分析や、インターネットブラウザの閲覧履歴から地域ごとの興味・関心を分析するデータベースとその活用について解説します。

#### ■ 地域ごとの興味関心を知るサイコグラフィック分析

- ・ 興味・関心データベースとは? (AudienceOne®)
- ・ 居住者プロファイリング手法
- ・ デモグラフィック分析×サイコグラフィック分析

#### ■ GPS位置情報を活用してできる新しい商圈分析

- ・ GPS位置情報業界の相関図
- ・ GPSによってできる新しい分析の切り口
- ・ 商圈データの読み取り方 (居住者、勤務者、買い物者)

講師



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**

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。

#### GIS (地図情報システム) とは?

デジタル地図に、人口などの小地域単位で集計された統計データを搭載した商圈分析システム。店舗を中心とした商圈を設定し、競合店舗や顧客分布を重ねて、商圈内のターゲットボリュームやその分布、地域シェアを把握します。現在ではあらゆる業界で様々な分析に利用されています。

