

商圈分析のTOP企業が最新の分析手法や事例をわかりやすく解説する定例無料セミナー

エリアマーケティングのパイオニア企業が語る オルタナティブデータ活用セミナー

TV視聴ログ + 位置情報 × エリア + デジタル + 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

- ・マーケティング担当様、マーケティング支援企業様。
- ・プロモーションの効果測定に課題を感じている方。
- ・エリアマーケティングに新しい分析軸を取り入れたい方。
- ・最新の商圈分析手法や業界動向の情報がほしい方。

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。

2020年3月12日 木

開催時間 14:00～16:00 (13:45～受付)

会場 梅田センタービル 31階 ホワイトホール

阪急梅田駅より徒歩5分 / 地下鉄梅田駅より徒歩7分 / JR大阪駅より徒歩10分



申込方法

弊社HPから | <https://www.giken.co.jp/seminar-event/> の申し込みフォームにご入力下さい。

FAXから | 下記申込欄にご記入後、FAX 03-5362-3966まで送信してください。

3営業日以内に受付メールをお送りします。万一3営業日が経過しても連絡がない場合、大変お手数ではございますが、再度FAXをお送りいただくか、セミナー運営事務局までご連絡ください。

- ・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

<https://www.giken.co.jp/seminar-event/>

FAX : 03-5362-3966

貴社名

TEL

FAX

ご住所

氏名

部署名

Email

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」(https://www.giken.co.jp/privacy_policy/)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。個人情報には各種セミナー、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」(https://www.giken.co.jp/privacy_policy/)をご参照下さい。



技研商事インターナショナル株式会社
セミナー運営事務局

〒160-0022
東京都新宿区新宿2-1-12 PMO新宿御苑前7F
TEL:03-5362-3955

2020年3月12日 木

開催時間 14:00~16:00 (13:45~受付)

会場 梅田センタービル 31階 ホワイトホール

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。今回はオルタナティブデータをテーマに、TV視聴ログ、CM接触ログ、GPSやWi-Fiの位置情報などを用いたエリアマーケティング手法と事例を、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。

講演内容

GIS（地図情報システム）は国内では約30年前から活用されています。従来の国勢調査などの基礎的センサスデータだけではなく、GPSを始めとする「オルタナティブデータ（代替データ）」を用いることによって分析手法や得られる知見が大きく進化しています。具体的な分析手法と事例をGISのデモンストレーションを交えて解説します。

■ GISを用いたチェーン店舗のエリアマーケティング

基本から応用まで、当社「MarketAnalyzer™」をはじめとしたGISのデモンストレーションを行いつつ、小売や飲食チェーンの活用手法と事例をご紹介します。今回は多変量解析を用いた高度な分析手法も内容に盛り込んでいます。

- ・GIS（地図情報システム）とは？デモンストレーション
- ・最新GIS「KDDI Location Analyzer」
- ・売上に影響を与える変数（商圈データ項目）の見つけ方。
- ・多変量解析とGIS（主成分分析、クラスター分析、重回帰分析）

■ オルタナティブデータがこれからの商圈分析を進化させる

TV・CM視聴ログ、GPS位置情報やインターネットの閲覧履歴データをはじめ、様々なビッグデータ（オルタナティブデータ）がマーケティング分野で活用できる環境が整ってきました。これらビッグデータに、地図というツールを介して空間的な意味を与える分析ロジックや手法が進化しています。本パートでは従来の公的統計データではなく、オルタナティブデータの概要と活用手法を、実例を交えて解説します。

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。



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。

過去当社セミナーにご参加いただいたお客様の声（アンケートより）

- 小売チェーン様 : 競合店の状況を知ることができるので次の一手（販促施策など）に向けて非常に参考になる。
- 広告代理店 様 : 人の流れが時間軸で見られることで効果的な販促ができると思う。説明もわかりやすかった。
- 飲食チェーン様 : GPSは当社の分析に必要と思っていたので、今回のセミナーで理解が深まった。
- 消費財メーカー様 : ID-POSなどの顧客情報を持たない企業も商圈（来店エリア）を知れるのが驚いた。
- サービス業様 : これまで来店者アンケート調査を行っていたが、簡単に同じ情報が得られるため。