

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

チェーン企業に必要な アフターデジタル時代の商圈分析

～エリア + デジタルマーケティングの新潮流～

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

- ・最新の商圈分析、マーケティング手法を知りたい。
- ・GPSデータのマーケティング/分析活用を検討している。
- ・GIS（地図情報システム）を活用されている企業様。

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2月13日 木



開催時間 14:30～17:00 (14:15～受付)

会場 東京国際フォーラム G701会議室

・東京都千代田区丸の内3-5-1 / JR有楽町駅より徒歩1分 / JR東京駅より徒歩5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2月13日 木

チェーン企業に必要な

アフターデジタル時代の商圈分析

～エリア+デジタルマーケティングの新潮流～

開催時間 14:30～17:00 (14:15～受付)

会場 東京国際フォーラム G701会議室

・東京都千代田区丸の内3-5-1/JR有楽町駅より徒歩1分/JR東京駅より徒歩5分

参加
無料

生活者の消費行動はデジタルの劇的な進化によって大きく変わりました。ピフォーデジタルの時代では日々の買い物はリアル店舗で行い、たまにECサイトも利用するというパターンでした。アフターデジタルでは、消費者は常時ネットに接続し、オンラインの延長にリアル店舗の利用もあるという時代になっています。

このような時代において、リアル店舗を展開するチェーン企業やそこに商品を供給するメーカーに求められる分析は、オフラインとオンラインを連携させた新たな分析環境です。

本セミナーでは最新の分析環境とそこで活用できる様々なオルタナティブデータ（3rdパーティーデータ）をご紹介します。更に「エリア+デジタルマーケティング」の最新分析手法や事例をわかりやすく解説します。

講演内容

■ PART1 : 商圈分析・エリアマーケティングの世界

時代が変わっても商圈分析やエリア分析のプロセス・手法には王道があります。本パートでは、商圈をデータで読み解くポイントやチェーン企業の店舗分析に欠かせないチェーン全体を俯瞰する分析、競合店舗の影響を加味する分析など、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紹介します。更に分析対象となる様々なデータとその進化について解説します。

- ・チェーン全体を俯瞰する分析手法
- ・競合店舗の影響を如何に加味するか
- ・統計解析と商圈分析（相関、重回帰、主成分、クラスター）

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。



■ PART2 : エリア+デジタルマーケティングの新潮流

本パートでは進化する3rdパーティーデータ、いわゆるオルタナティブデータをご紹介します。それらを活用した具体的な分析手法や事例を解説します。

○ご紹介するオルタナティブデータ（予定）

- ・インターネットのオーディエンスデータ
- ・位置情報データ（GPSやWi-Fi）
- ・クレジットカード決済データ
- ・TV・CM視聴率データ/衛星画像データ/イベント情報データ/店舗DMP

○具体的な分析事例（自主調査）

- ・競合店舗進出による自社店舗影響調査
- ・販促キャンペーンの効果測定
- ・時間帯別滞留人口と売上との相関分析
- ・オープンキャンパスの販促エリアの定義

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。

過去当社セミナーにご参加いただいたお客様の声

- 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 : 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。
- サービス業様 : とても参考になりました。商圈分析は未実施でしたが、スタートに立てた気がします。