

## 【データドリブンな経営を支えるDX戦略事業を本格化】

# 店舗を取り巻く様々なオフライン／オンラインデータを横断的に分析 具体的な顧客ペルソナにリーチする広告戦略を実施・可視化 「Geo Marketing Platform」、提供開始

商圏分析・エリアマーケティングGIS（地図情報システム）の開発・販売・運用支援を行う技研商事インターナショナル株式会社(名古屋本社：愛知県名古屋市、東京本社：東京都新宿区、代表取締役：小嶋 智海、以下「当社」)は、マーケティング領域のデジタルシフトを支援するDX戦略事業を本格化し、新サービス「Geo Marketing Platform（以下、GMP）」の提供を、2021年5月21日（金）より開始いたしました。

店舗のターゲティング広告を、より鮮明に分かりやすく

エリアを知るデータ

店舗を知るデータ

顧客を知るデータ

Geo Marketing Platform



## ■ サービス概要

GMPは、自社データや3rd Partyデータ等、様々な情報を統合・分析するオーダーメイドの基盤です。商圏特性や顧客属性、その他様々な外部要因を加味した高精度なジオターゲティング広告を実現します。クライアント企業の要望にあわせて、スモールスタートや段階的な拡張を可能としていることが特徴です。

GMPのご提供開始を第1弾に、マーケティング領域のデジタルシフトを支援するDX戦略事業を本格化し、経営戦略策定から施策の実行と効果測定までを一気通貫で提供することでデータドリブンな事業展開を支援してまいります。

## ■ 背景

当社は1976年の設立以来、流通・小売や消費財メーカーを中心としたクライアント企業へ、地図上でのデータ分析や店舗来訪者（顧客）分析、需要予測等を行うマーケティングツールを提供し、2,000社以上の導入実績がございます。長年の運用支援の中で、店舗ビジネスのマーケティング課題として、

- ・チラシやポスティング等、従来型の広告は、効果測定がしづらい
- ・広告ターゲットの設定が抽象的で、現実や希望とマッチしにくい
- ・顧客データやPOSデータ、HP閲覧ログなど、管理が別々で横断的な分析ができない
- ・そもそも、自社にデータ統合や分析のノウハウがない

といった声が多く寄せられていました。一方、コロナ禍等でライフスタイルや人々の行動パターンが急激に変わる中、経験則ではなくデータを活用したロジカルな顧客分析や広告戦略の必要性は増々高まっています。

そこで、デジタルマーケティングのコンサルティングやデジタル活用ソリューションを手掛ける株式会社saludとの提携により、自社データや3rd Partyデータ等、店舗を取り巻く様々なデータの統合分析、それによるマーケティング施策への戦略的な活用とPDCAサイクルによる施策最適化を支援する実践的なジオマーケティングプラットフォーム「GMP」の開発に至りました。

### データ統合

エリアや生活者、店舗をよく知る  
バラエティ豊かな情報を  
統合可能なデータ基盤

### データ分析

長きにわたる店舗ビジネスの  
エリアマーケティング支援で培った  
“施策に活かしやすい”分析ノウハウ

### データ活用

エリアだけでなく、人を切り口にした  
具体的なターゲティング広告と  
効果検証しやすい運用環境

## ■ 提供内容

### | Geo Marketing Platform サービス詳細

社内に散在する自社データ（1st Party データ）と公的な人口統計データ、位置情報や購買動向等を捉える3rd Party データ等、広告戦略に新たな視点を生む幅広いデータを統合し、マーケティング戦略に活かしやすい分析、活用環境を実現。クライアント企業が自社で施策を最適化できる好サイクルの構築を支援します。

#### CRM・CDP構築

1st Party データの統合、3rd Party データ（GSI-DMP等）の取込みをスムーズに行う基盤を構築し、ダッシュボード作成、モデリング、広告などのあらゆる施策を管理

#### データ 統合

#### GSI-DMP提供

公的統計、全国店舗データ、携帯GPS、Wi-Fi、ビーコン、TV視聴率などエリアマーケティングに必要なデータをプラットフォームとして提供

#### データ分析・モデリング

近隣の出退店情報や天候など外部要因との関連性を加味した需要予測など各種モデリングにより、在庫最適化やマーケティング施策最適化を実現

#### データ 分析

#### 広告プランニング・運用

GoogleやFacebook、各種DSPに代表されるインターネット広告はもちろん、折込チラシやDM、TVCMなどのリアル広告を組み合わせることでエリアマーケティングを最適化

#### ダッシュボード構築

店舗別、月別・日別、カテゴリ別など経営分析に必要な粒度で表現することで、実用可能なデータ分析環境を実現

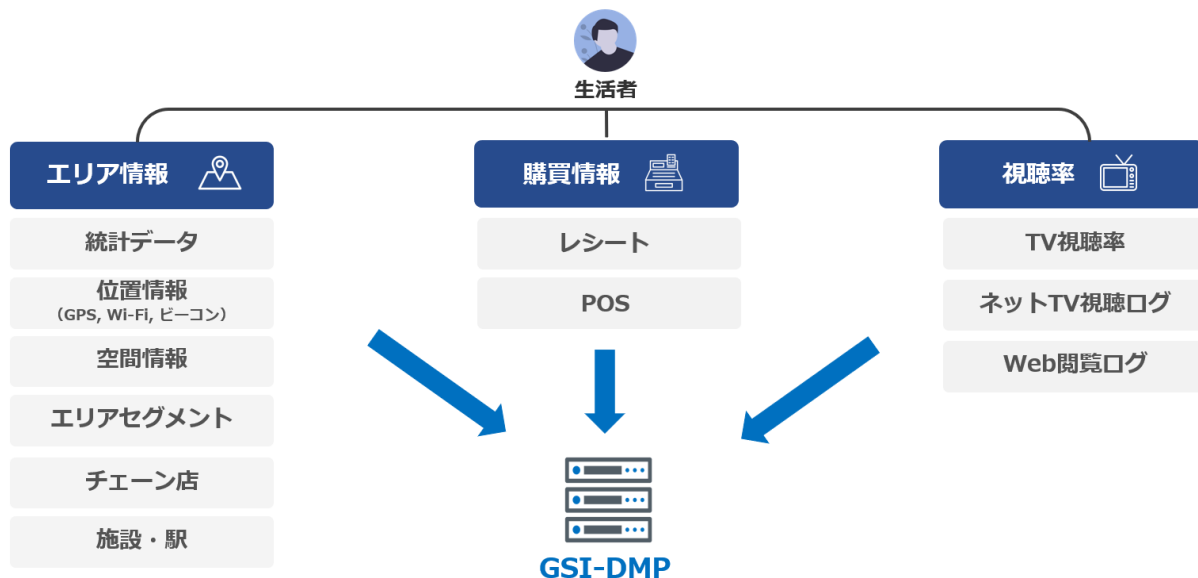
#### データ 活用

#### 効果計測

外部広告やメルマガ、プッシュ通知などの各種施策と来店率の相関分析、購入率への寄与度の可視化など、施策の振返りからネクストアクションの精度向上に向けた分析及び施策立案を支援

### | GSI-DMPで提供可能な3rd Party データ

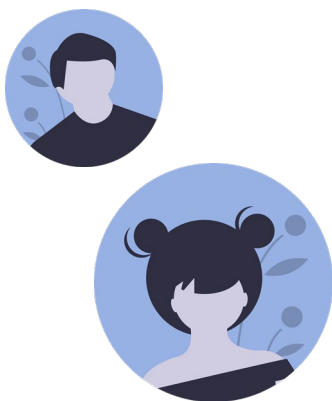
エリアや生活者の特性、競合店舗の動向・客足等を捉える様々なエリア情報だけでなく、生活者の具体的な購買動向や広告接触を知るビッグデータなども網羅した、幅広いデータラインナップを用意しています。



## 顧客ペルソナへのリーチにつながる具体的な配信セグメント

GMPは、広告ターゲットの購買・行動データ、自社保有データに加え、統計データやジオデモグラフィクスデータ等のエリア情報も含めた、オン/オフラインの幅広いデータを横断的に分析できるため、ビジネスエリアの商圈特性や人口動態等を加味した具体的なペルソナ設計を行うことが可能。より深い視点で広告配信セグメントを設定できます。

以下のような具体的なペルソナ設計を行うことが可能です。

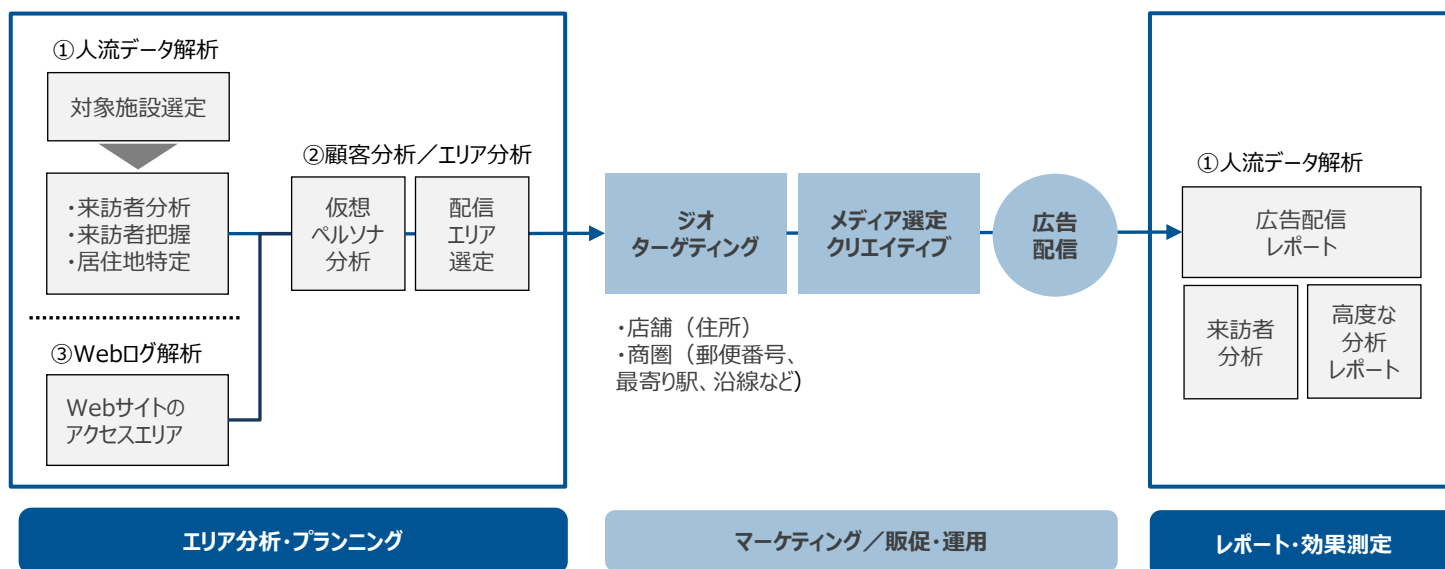


- ✓ 競合店舗から特定の距離に居住する人
- ✓ 特定の沿線や駅の周辺に居住・勤務する人
- ✓ 特定のDOOHの近くを通ったことのある人
- ✓ 新聞社の販売店から半径5kmに居住・勤務する人
- ✓ TV視聴率が低いエリアに居住する人
- ✓ ニューファミリー層が一定割合以上いる駅周辺
- ✓ 製造業や建設業など工場勤務する人が一定割合以上いるエリア
- ✓ 20代～30代の居住割合が高く居住期間が短い、新陳代謝が活発なエリア

## GSI-DMPを活用した広告配信の事例

既存の広告メニューだけでなく、競合も加味した高精度な店舗分析や顧客理解、最適な配信エリア設定、さらに効果測定までを一気通貫で支援し、店舗のマーケティング施策の全体最適を支援します。

下記の図は、属性や居住地まで分析可能な人流データ解析システム「KDDI Location Analyzer」や「MarketAnalyzer™ PPLAライフエリア分析機能」、商圈・顧客・需要等の分析が探索的にできるエリアマーケティング専用GIS（地図情報システム）「MarketAnalyzer™ 5」を活用し、顧客ペルソナの設計から、そのターゲットへ向けたターゲティング広告の実施、来店効果等のレポートिंगまでのフローをイメージしたものととなります。



【利用システム】

① : MarketAnalyzer™ PPLAライフエリア分析機能 / KDDI Location Analyzer      ②、③ : MarketAnalyzer™ 5 / Audience One®  
※その他の分析システムも利用可能です。

## ■ WEBセミナーの資料提供について

株式会社salud様をゲストに招き、GMPの概要やジオマーケティングの最新事例等を紹介したセミナー資料を無料公開いたします。下記フォームよりお申し込みください。

○セミナー資料請求フォーム：[https://www.giken.co.jp/past\\_seminar\\_document\\_request/?seminar\\_id=44526](https://www.giken.co.jp/past_seminar_document_request/?seminar_id=44526)

### ジオマーケティングプラットフォーム入門編

#### ～地理・空間的要素を加えたCDP/DMPによるセグメンテーションと広告配信～

##### 第1部：マーケティングDX成功のために必要な3ステップ ～データ統合、データ分析、データ活用～

講師：株式会社salud  
代表取締役 園部 敦史 様

- \* 自社データをCDPに集約し外部の3rdPartyデータと連携
- \* 販売実績やwebログなどを時系列・店舗別で経営分析に必要な粒度で多面的に分析
- \* 広告やMA、各種ツールと連携することで全体最適を実現
- \* 新サービス「Geo Marketing Platform」のご紹介

##### 第2部：マーケティングDXに採用すべき「ジオマーケティング」

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

- \* ジオマーケティングの全体像
- \* GIS（地図情報システム）デモンストレーション
- \* 商圈を読み解く様々なデータ
- \* ジオデモグラフィクスデータの活用法
- \* 地理的要素を組み入れた店舗の分析手法と事例

## ■ PoC（Proof of Concept）受付中

GMPを活用したマーケティング施策を、実際に無料でテスト分析するPoCにご協力いただける企業を募集しています。下記お問い合わせフォームよりご応募ください。

その際、フォームの「お問い合わせ内容」の項目に、「GMPのPoC希望」とご記入ください。追って、担当者よりご連絡いたします。

○お問い合わせフォーム：<https://www.giken.co.jp/contact/>

## ■ 会社概要

### <事業概要>

マーケティング向けデータ分析ツールの提供・運用支援を通じ、マーケティングデータ領域のエコシステム構築を進めることで、企業のデータに立脚した事業推進をサポート

1. 商圈分析、エリアマーケティング向けGIS（地図情報システム）の提供
  - ・商圈分析/エリアマーケティング専用GIS “MarketAnalyzer™”
  - ・クラウド型商圈分析サービス“MarketAnalyzer™ Satellite”
  - ・GPS位置情報データを搭載したクラウドGIS “ KDDI Location Analyzer “ 他
2. 蓄積した分析データ・ノウハウの提供
  - ・データ・API・GISエンジンの提供を通じたデータ戦略高度化の支援
  - ・インスタの来訪者検知の仕組みの構築
  - ・デジタル広告のセグメントの高度化

### <会社概要>

- ・企業名：技研商事インターナショナル株式会社
- ・設立：1976年1月
- ・代表取締役 小島 智海
- ・ホームページ：<https://www.giken.co.jp/>

### <本件に関するお問い合わせ先>

技研商事インターナショナル株式会社 東京本社 担当：マーケティング部 市川（いちかわ）  
お問い合わせフォーム <https://www.giken.co.jp/contact/> （TEL:03-5362-3955）