

位置情報のパイオニアと商圈分析の専門家が語る 生活者のオフライン行動とインサイトを GEO×DIGITALで理解する ～進化した商圈分析・エリアマーケティング～

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。
- ・最新のアドテク、商圈分析手法と事例を知りたい。

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。

2018年4月20日 金



開催時間 14:30～17:30 (14:15～受付)

会場 東京国際フォーラム G701会議室

定員 90名

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

お申し込み

<http://www.giken.co.jp/seminar/> FAX : 06-6227-4677

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。
- ・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。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」(<http://www.giken.co.jp/privacy/>)をご参照下さい。

2018年4月20日 金

開催時間 14:30～17:30 (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

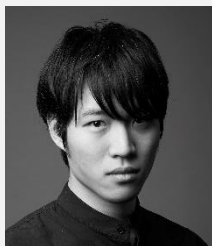
Profile Passport × MarketAnalyzer™

位置情報のパイオニアと商圈分析の専門家によるエリアマーケティングセミナー

企業においてビッグデータの蓄積が進む中、集積したデータをビジネスに価値のある形で市場に展開することに挑戦する企業が増えています。スマートフォンの普及により位置情報から、生活者が「いまどこにいるか、いつどこにいたか」という実世界での行動を計測することが可能となりました。

今回ゲストとしてご登壇いただく株式会社プログウォッチャーは、リクルートと電通を母体とする位置情報マーケティングのパイオニア企業です。位置情報をはじめとするビッグデータを単に蓄積する時代は終わり、それをいかにマーケティング手法に取り入れ、新たな知見を生み出すかがテーマになっています。本セミナーでは位置情報のパイオニアと商圈分析の専門家より、最新情報と培ったノウハウ・事例をわかりやすく具体的にお話します。

第1部 スマホ位置データの活用によるエリアマーケティングの進化



「位置情報」という言葉は2009年頃から日本でも注目され始め、以降、様々なサービスが生まれてきました。「位置情報」を活用したサービスは急速に私達の日常に浸透したと実感しております。マーケティングの世界においても位置情報を活用した広告が普及してきております。プログウォッチャーでは国内最大級のスマホ位置情報データプラットフォームを展開しており、広告事業やDMP事業に取り組んでいます。

本パートではスマホ位置データを活用したエリアマーケティングでの分析事例をご紹介します。新規出店時のマーケット調査での活用や競合店舗の顧客分析での活用など、最先端の事例からエリアマーケティングの今後の進化についてお話します。

株式会社プログウォッチャー
ロケーションインテリジェンス本部 請川 玄 様

京都大学総合人間学部卒。2016年からプログウォッチャーにて位置データ分析事業に従事。現在は出店戦略や商圈分析分野におけるスマホ位置データ商品の企画開発を担当。

- プログウォッチャーと位置情報データプラットフォーム「プロファイルパスポート」のご紹介
- スマホ位置データを活用したエリアマーケティング事例
- GIS×スマホ位置データによる商品紹介と今後の展望

第2部 エリアマーケティング分析の最新トレンド

チェーン企業をはじめ生活者をターゲットとするあらゆる企業で商圈分析・エリアマーケティングは進化してきました。従来からの公的な人口統計データに加えて、インターネットのオーディエンスデータやGPS位置情報データも分析に活用できるようになっています。2,000社以上のクライアント支援の実績から、昨今の分析トレンドをGIS（地図情報システム）のデモンストレーションを交えて具体的に分かりやすく解説します。

- 商圈をデータで読み解くための基本と応用（デモグラフィック属性+興味・関心）
- 競合店舗と自社店舗の商圈の境界線はどこか？
- GPS位置情報を使ってどんな商圈分析ができるのか？（競合比較、時間・曜日別来訪者）
- 商圈分析で用いられる統計解析の基本と実例



早稲田大学政治経済学部卒。小売業、消費財メーカー、不動産、金融・サービス業のクライアントへ、地図情報システムの運用支援・商圈分析支援を行っている。年間講演実績90回以上。

技研商事インターナショナル株式会社
営業本部 副本部長 マーケティング部 部長
シニアコンサルタント 市川 史祥