

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と商圈分析

ビッグデータのエリアマーケティング活用

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。

2019年12月6日 金



開催時間 15:00～17:00 (14:45～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。

2019年12月6日 **金**

開催時間 15:00～17:00 (14:45～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

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。客観的なデータに基づいて出店やエリア販促、品揃えを最適化するという商圈分析の世界でも、いわゆるオルタナティブデータの活用が進化しています。本セミナーでは商圈分析の基本的な考え方、分析の切り口を紹介しつつ、昨今急激に進化しているオルタナティブデータを用いたチェーン企業や消費財メーカーの活用手法と事例を商圈分析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。

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ます。

- ・ 商圈を読み解く様々なデータとその使い方
- ・ 複数店舗を比較してしきい値（判断基準）を定義する
- ・ GISと統計解析
- ・ 売上実績と商圈構造のギャップ
- ・ 分析する部署と分析結果を使う部署に対応するGISのあり方
- ・ 競合を加味した吸引人口の算出（ハフモデル）

■ 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

進化するビッグデータの活用がエリアマーケティングにおいても普及しています。今まで出来なかった分析が可能となり、新たな知見が得られるようになってきました。本パートではスマートフォンから取得するGPSデータを活用した様々な業界・テーマの商圈分析事例を解説します。

- ・ オルタナティブデータとは？データソースと分析イメージを広くご紹介
 - ・ 場外馬券売場の来訪者属性分析 : 同じG1レースでも来場者層が異なる。
 - ・ 来場者の性・年代分析 : 女性向けプロモーションの効果測定
 - ・ 食品スーパーの新規開店による商圈の変化：周辺店舗の影響は？
 - ・ 百貨店のリニューアル後の効果測定 : 店舗コンセプトで異なる客層
- ※分析事例も日々進化しています。当日は最新の事例をご紹介します。

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登壇いただいた当社セミナーに参加したお客様の声

- 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 : 商圈分析がどのようなものか、デモを見るとわかりやすかった。
- 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。