ビッグデータを用いたマーケティング戦略講座

講　座　概　要

リーマンショック，そして大震災を経て経済が停滞し激しく変遷する環境下で，人々の意識や価値観，くらしにも，新しい様相が生まれてきました。

生活者の意識構造が複雑化し，商品やサービスの多様性が求められる中で，技術革新が進み AI やビッグデータの活用技術が急激に進化を遂げ，データ利活用によるマーケティングに一層期待が高まっています。

本講座では，データ利活用のトレンドを見据えながら，株式会社三菱総合研究所が提供する，生活者市場予測システム※(Market Intelligence ＆ Forecast　通称mif）を利用し，生活者変化の潮流とビジネスチャンスを捕捉するためのマーケティング手法について学習します。地方自治体及び産業界において，マーケティングの業務に携わっている方向けの内容となりますが，ご興味のある方ならどなたでも受講できます。講師はエム・アール・アイ　リサーチアソシエイツ株式会社の担当者に務めていただきます。

実施責任者：食健康科学教育研究センター長　粕谷　健一

□講義日程

日　程			講　義　内　容	講　　師
第1日	12月13日（金）	12：40 ～ 14：10	**【マーケティング分野におけるデータ分析のトレンド】** 本講義では，マーケティングデータ分析について，統計からビッグデータやＡＩなど，直近の利活用のトレンドや変遷について学習します。 ビッグデータ/AI と技術進化/地域データ/コーホート	理工学府 （食健康科学教育研究センター） 教授　大嶋　孝之 エム・アール・アイ　リサーチアソシエイツ株式会社/ 三菱総合研究所主席研究部長 佐野　紳也 ※大嶋教授がテーマごとに導入レクチャー（25 分程度）をし，その後，佐野講師が専門的見地から講義いたします。また，講義のまとめ（5 分程度）を大嶋教授が行います。

日　　程			講　義　内　容	講　　師
第 1 日	12 月 13 日 (金)	14：20 ～ 15：50	**【生活者市場予測システム/アンケートデータベースを利用した生活者分析法】** 本講座では三菱総合研究所が提供する生活者市場予測システム（mif）の3万件2000問からなるアンケートデータを利用して，複雑化する生活者の意識構造を，理解・捕捉するためのデータ分析について学習します。 また，実際に生活者市場予測システムのいくつかの集計機能を実体験していただきます。 mif を活用したクロス集計分析/ mif を活用した潜在市場分析/ mif を活用した決定木分析	理工学府 （食健康科学教育研究センター） 教授　大嶋　孝之 エム・アール・アイ　リサーチアソシエイツ株式会社 mif 事業チーム　チームリーダー 橋本　友範 ※大嶋教授がテーマごとに導入レクチャー（25 分程度）をし，その後，橋本講師が専門的見地から講義いたします。講義のまとめ（5 分程度）を大嶋教授が行います。
		16：00 ～ 17：30	**【生活者市場予測システム/MROC(Market Research Online Community)発言データを活用した分析事例】** 本講座では三菱総合研究所が提供する生活者市場予測システム(mif）の約160万件からなるマーケティング・リサーチ・オンラインコミュニティデータを利用して，定性データの分析によるインサイト抽出について講義をします。 定性データ分析の新旧手法/商品コンセプト開発事例/ ペルソナ事例/カスタマージャーニーマップ事例/共創マーケティング/グローバル事例	理工学府 （食健康科学教育研究センター） 教授　大嶋　孝之 エム・アール・アイ　リサーチアソシエイツ株式会社 mif 事業チーム 松下　淳子 ※大嶋教授がテーマごとに導入レクチャー（25 分程度）をし，その後，松下講師が専門的見地から講義いたします。講義のまとめ（5 分程度）を大嶋教授が行います。

群馬大学食健康科学教育研究センター

食品・農林水産分野でご活躍のみなさまへ

参加無料

エム・アール・アイ リサーチアソシエイツ 株式会社による**公開**講座

ビックデータを用いたマーケティング戦略

（日時）**令和元年12月13日（金）12：40～17：30**
（場所） **桐生キャンパス** 総合研究棟502号室
（荒牧キャンパスにて以下のとおり遠隔講義を実施します。
・教養教育GB棟155教室（12：40～14：10，16：00～17：30）
・教育学部Ｃ棟201教室（14：20～15：50）

◆講義概要

リーマンショック、そして大震災を経て経済が停滞し激しく変遷する環境下で、人々の意識や価値観、くらしにも、新しい様相が生まれてきました。

生活者の意識構造が複雑化し、商品やサービスの多様性が求められる中で、技術革新が進みAIやビッグデータの活用技術が急激に進化を遂げ、データ利活用によるマーケティングに一層期待が高まっています。

本講座の中では、データ利活用のトレンドを見据えながら、株式会社三菱総合研究所が提供する、生活者市場予測システム※(Market Intelligence & Forecast 通称mif）を利用し、生活者変化の潮流とビジネスチャンスを捕捉するためのマーケティング手法について講義をします。

※生活者市場予測システムは、8年間×3万人2000問からなるアンケートデータと、約160万件からなるコミュニティ発言データを蓄積したハイブリッドなリサーチシステム。ターゲットとする生活者の「意識」「行動」を的確に把握し、精度の高い新事業、新商品開発が策定できる。

講義ではパソコンを使用しますので、パソコン(無線LAN機能付)をご持参ください。なお、講義室の収容人数に限りがあるため、受講は先着順といたします。

お申込はこちら

【お問合せ】
〒371-8510 群馬県前橋市荒牧町４－２
国立大学法人群馬大学研究推進部産学連携推進課
荒牧センター事務室
Tel:027-220-7633
E-mail:shokukenkou-c@jimu.gunma-u.ac.jp

裏面に講義の詳細があります

◆ ビックデータを用いたマーケティング戦略I（12:40-14:10）
マーケティング分野におけるデータ分析のトレンド

（講師）

佐野 紳也 先生

エム・アール・アイ リサーチアソシエイツ株式会社／三菱総合研究所主席研究部長

専門は、情報通信、社会変化、マーケティング。生活者・消費者行動分析を中心としたリサーチ、コンサルティングに従事。特に情報通信業界で豊富な経験を有す。2011年より「生活者市場予測システム(mif)」の開発を担当。

主な著書に、「3万人調査で読み解く日本の生活者市場―ニューノーマルがわかる88のポイント」（共著、日本経済新聞出版社）、「コンピューター」（共著、日本経済新聞社）、「質的選択分析－理論と応用」（三菱経済研究所）、「これからの人材の条件：企業が求める技能、産業に役立つ能力はこう変わる」（共著、日本実業出版）など。

◆ ビックデータを用いたマーケティング戦略II（14:20-15:50）
生活者市場予測システム/アンケートデータベースを利用した生活者分析法

（講師）

橋本 友範 先生

エム・アール・アイ　リサーチアソシエイツ株式会社/mif事業チーム　チームリーダー

ベンチャー企業での営業・マーケティング、マーケティングリサーチ会社にて、インターネットを利用した定量調査などの業務経験を経て、生活者市場予測システム(mif)サービス運営に従事。

◆ ビックデータを用いたマーケティング戦略III（16:00-17:30）
生活者市場予測システム/MROC (Market Research Online Community)発言データを活用した分析事例

（講師）

松下 淳子 先生

エム・アール・アイ　リサーチアソシエイツ株式会社/mif事業チーム　事業リーダー

ベマーケティングリサーチ会社にて、主に定性調査業務を経て、生活者市場予測システム(mif)サービス運営に従事