

【報道関係各位】

**中央大学ビジネススクール戦略経営アカデミー「ビッグデータ・ストラテジスト養成講座」に
マクロミルが消費者購買履歴データ「QPR™」のデータ提供で協賛**

2013年10月7日
株式会社マクロミル
(証券コード：東証一部 3730)

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表取締役会長兼社長：杉本哲哉、以下「マクロミル」）は、学校法人中央大学が主催する中央大学ビジネススクール戦略経営アカデミー【EMBA 講座 ビッグデータ・ストラテジスト養成講座】に用いるデータを、消費者購買履歴データ「QPR™」*（以下、「QPR」）から提供することを決定いたしました。また加えて、本講座カリキュラムの一部として、中央大学ビジネススクール非常勤講師を務める弊社マクロミル ネットリサーチ総合研究所 主席研究員 上田雅夫が講師としても協力いたします。本講座を通じて、メーカーをはじめとした各種企業の皆さまに、データ活用の実践スキルを向上いただくとともに、QPR をより有効にご活用いただけることを願っております。

なお、本講座では弊社のほか、株式会社アイディーズ、クックパッド株式会社などの企業も各社保有のデータ提供、および、講師として協力することが決まっており、ビジネス現場ですぐに活かせる実践的内容の講座となる予定です。

【協賛の背景】

マクロミルは、メーカーや小売業における経営戦略立案やマーケティング戦略立案に役立つデータとして、マクロミル独自モニタから収集した日々の購買データである QPR を提供しています。昨今、このような大規模データ、いわゆる“ビッグデータ”の活用が脚光を浴びていますが、一方で、これを有効活用できている企業が少ないという実態も指摘されています。そこでマクロミルでは、QPR のデータを軸に、ID-POS データや SNS などから発生するソーシャルデータ等を含めさまざまなデータを複合的に用いて分析・活用するスキルを具体的にご紹介することで、企業の課題解決をサポートしたいと考え、本講座に協賛いたしました。

【EMBA 講座 ビッグデータ・ストラテジスト養成講座とは】

今日、カード・プログラムやネット・ショッピングの普及にともない顧客の購買履歴データ（ID-POS データ）が入手しやすくなっており、小売業やメーカーにとってこの ID-POS をいかに活用するかが競争戦略の一つとなっています。また、ID-POS の活用については ID-POS 単独の活用方法もありますが、ホームスキャンデータやソーシャルメディアデータなどを組み合わせたデータ（ビッグデータ）の活用が考えられます。しかし現状では、これらのビッグデータを活用してマーケティング戦略の仮説（売場の提案やプロモーション提案、商品開発など）を立案するスキルをもった人材が少ないことが課題としてあげられます。本講座は、ビッグデータからマーケティング仮説を作成するスキルを理論およびデータ分析、グループワーク、ディスカッションによって習得することを目的としています。

* QPR™：消費者の商品購入履歴を記録した大規模データ。人口動態に基づいて設計された全国3万人の消費者モニタの購買情報を、商品のバーコード情報を元に、日々蓄積しています。「購入者の属性情報」「購入日時（スキャン日時）」「購入先」「購入回数」「商品 JAN コード」などの情報が含まれます。

【カリキュラム】

	開講日時	テーマ/内容	講師
1	2013年 11月6日(水) 18:30~21:40	<u>ビッグ・データのマーケティングやCRM戦略への活用</u> ビッグデータの概要および小売業およびメーカーなどのマーケティング戦略への活用のケースについて紹介し、今後の経営戦略やマーケティング戦略について議論する。	中村 博 ・中央大学ビジネススクール教授 ・戦略経営アカデミー長
2	2013年 11月20日(水) 18:30~21:40	<u>ビッグデータを活用した小売業のCRM戦略</u> 小売業の顧客を中心としたマーチャンダイジング戦略について、実際のケースを検討し、今後の小売マーケティングについて検討する。	米田 敬太郎 ・生活協同組合コープさっぽろ マーケティング室室長
3	2013年 12月7日(土) 9:00~12:10	<u>ブランド・マネジメントへのビッグデータ活用</u> メーカーの商品開発へのビッグデータの活用および新商品の市場導入と既存ブランドのマーケティング戦略へのビッグデータの活用についてケースを検討する。	※メーカーよりマーケティング 担当者をゲスト講師として お招きします。
4	2013年 12月18日(水) 18:30~21:40	<u>ID-POSデータの小売業のMD戦略およびCRM戦略の活用</u> 小売業の来店客の購買履歴データを小売マーケティングへの活用およびメーカーのチャネル戦略におけるID=POSデータの活用を検討する。	朝長 由樹 ・(株)アイディーズ 上席執行役員 リテールマーケティング ソリューション部 部長
5	2014年 1月8日(水) 18:30~21:40	<u>ホームスキャンデータのマーケティング戦略活用</u> 世帯の購買履歴データの特性や複数小売業態の買い回りを把握し、PBへの対応戦略などのブランドの活性化策を検討する。	上田 雅夫 ・(株)マクロミル ネットリサーチ 総合研究所 主席研究員 ・中央大学ビジネススクール 非常勤講師
6	2014年 1月22日(水) 18:30~21:40	<u>ID-POSデータへのホームスキャンデータの活用戦略</u> 内容：ID-POSデータおよびホームスキャンデータを利用して小売企業への販売戦略を立案する。	朝長 由樹 ・(株)アイディーズ (以下、同上) 上田 雅夫 ・(株)マクロミル (以下、同上)
7	2014年 2月5日(水) 18:30~21:40	<u>ソーシャル・メディア・データのマーケティング活用</u> 生活者の食生活のSNSへの投稿データを利用して商品開発や販売戦略の仮説を作成する。	沖本 裕一郎 ・クックパッド(株)購買情報事業部長 中村 耕史 ・データベース事業 プロジェクトリーダー
8	2014年 2月19日(水) 18:30~21:40	<u>課題報告</u> 参加者による報告。特定の商品カテゴリーやブランドを取り上げてビッグデータを活用したマーケティング戦略を企画立案し、グループごとに報告し、講師とのディスカッションを行う。	中村博、朝長由樹、 上田雅夫、沖本祐一郎、 中村耕史、他

【概要】

主 催 : 中央大学ビジネススクール戦略経営アカデミー

協 賛 : マクロミル 他

日 時 : 2013年11月～2014年2月 (全8回) 18:30～21:40

会 場 : 中央大学ビジネススクール (中央大学後楽園キャンパス3号館)

受講料 : 20万円 (税込) ※1名あたり全8回分

定 員 : 20名

対象者 : メーカーおよび卸売業、小売業、サービス業、コンサルティングなどで経営戦略、マーケティング戦略、マーチャンダイジング戦略の企画および実践を担当される方

申 込 : 以下 URL よりお申し込みください。

<http://www2.chuo-u.ac.jp/cbsac/index.html?flowId=eventApplyList-flow#mbabs>

※本講座詳細につきましてもこちらの URL からご確認ください。

- 本件に関するお問い合わせ先 -

株式会社マクロミル 広報室 : 大石

TEL : 03-6716-0707 MAIL: press@macromill.com

URL : <http://www.macromill.com/>