

授業特別協力者(ゲストスピーカー)報告書

テーマ : マーケティングデータ 活用の最前線
授業特別協力者名 : 藤沢 貴史 氏
実施日時 : 2022年12月23日(金) 5時限
担当教員名 : 李 昶泰
授業科目名 : 課題演習Ⅱ
履修者数 : 11名

実施結果

李ゼミでは、国内トップのマーケティングリサーチ会社である株式会社インテージで、パネル事業推進部の企画統括グループリーダーを務める藤沢貴史様をお招きし、「マーケティングデータ活用の最前線」というテーマで特別講義を行った。講義は公開形式で行われ、21名の学生が出席した。

講義の内容は、藤沢様の豊富な実務経験に基づくビジネスの大局観をはじめ、インテージグループの紹介、マーケティングの現場におけるデータ活用の実態、藤沢様ご本人が携わった案件の事例紹介、さらに、就活と関わるアドバイスとして、企業が求める学生像と面接時に心がけてほしいことなどであった。加えて、配布資料を通じてアンケート調査の設問作成時の留意点についても解説された。

藤沢様は、Data → Information → Intelligence → Decision → Actionのプロセスを示しながら、今回の講義で用いる「データ活用」を、データを集め、情報化し、知見を導出し、意思決定に活かす仕組みにおける「data activation」又は「狭義のDX」と規定した。しかし、現場では、真の意味の活用に至らず、情報整理で終わってしまったり、データの収集・蓄積・活用が組織・事業・データソースごとにサイロ化したりするなどの実態があることも紹介された。このような課題に対して、ビックデータ、アンケートデータ、POSデータなどを組み合わせて、クリーニング、ウェイトバック、集計、加工し、目的に応じて活用できる形に可視化するプロセスが説明された。また、これがインテージがマネタイズを得意としている領域であることも述べられた。

藤沢様が携わった案件と関連しては、①AIによる販売額推計と実績額を比較して販売ポテンシャルを算出するエリアポテンシャル・サーチ、②消費者パネルのレシートデータを継続的に集めて、ユーザーやチャネルの違い、ブランドスイッチといった購買行動の変化を把握するSCI Payment、③AI企業との協業案件、④クレジットカードの購買データ、加盟店情報とインテージの購買情報を組み合わせて新たな指標を開発する取り組みといった実例を挙げ、データ活用に関する詳細についてご解説頂いた。

講義後には質疑応答の時間が設けられた。フロアからは多くの質問があり、5時限目が終了した後も個別に質問に来た学生さんたちがいた。

情報技術が進むにつれ、マーケティングの現場でさまざまなデータが生成される中、その有効活用のためのプロセスおよび仕組み作りは経営・マーケティング活動の効率と効果を高める上で欠かせない、現代的課題である。その点で、今回の講義は商学を専攻する学生にとって貴重な学びになったに違いないと考えられる。

