



第6期 マーケターのための データ分析・活用の技術講座

【提供ツール】

本講座では、下記ツールをご提供いたします。



エクセルさえあれば、その日から
マーケティングが変わる！



No	提供ツール
1	便利マクロ入り「オリジナル・エクセルテクニック集」
2	商品の個別効能満足度と次回購入重視度から今後の重点を決める、不足度算出のための「BSA分析計算シート」
3	時代背景やヒット商品から導いたキーワードを使ってアイデアを引き出す「アイデア・ジェネレーター」
4	複数のコンセプトの評価を効果的に支援する「アイデア記述フォームと評価シート」
5	テキスト分析ツール(標準類義語・不要語ファイル、形態素抽出・解析・グラフ化)

- ※ 一部フリーソフトを利用した分析方法をご紹介します。貴社のシステム環境に応じてご利用をご検討ください。
- ※ 使用PCにつきましては、会場に備え付けのPCがありますので、ご持参の必要はありません。
- ※ 会場で使用するパソコンのOSはWindows8、エクセルはExcel2013を使用します。

【会場案内】

京華スクエア 中央区立ハイテクセンター
・住所: 東京都中央区八丁堀三丁目17番9号
・電話: 03-3551-3200

<最寄駅>
・地下鉄日比谷線・JR「八丁堀駅」A3出口徒歩1分
・地下鉄浅草線「宝町駅」A1・A2出口徒歩5分

<会場までの行き方>
「八丁堀駅」ご利用の場合:
A3出口を出て鍛冶橋通りを左方向に進みます。
すずらん通りと鍛冶橋通りの角になります。
「宝町駅」ご利用の場合:
A2出口を出た反対側の交差点を左折し、鍛冶橋通りを
東に首都高の高架がある方向へと進みます。
桜橋交差点を渡って1ブロック先に入口があります。

講師プロフィール

笠原 耕三 氏

マーケティング共創協会
専務理事・主幹講師
商品企画・調査コンサルタント

1970年 東京大学工学部卒業
1975年 東京大学工学系大学院修了
(設計論専攻)
1976年 (株)トンボ鉛筆入社

商品企画者として「ZOOM薄型シャープ」、「卵形水性ボールペン」、
「IROJITEN」、「消えいろビット」、エコ鉛筆「木物語」、
「MONO」修正テープ、「テープのり」等の企画開発にかかわる。
2005年同社退社。

マーケティングコンサルタントとして「設計論」をベースに独自に
開発した「価値構成表理論」による商品企画・調査、「チャンス発
見学」を応用したテキスト分析・コンセプト開発などで、業界を問
わずに有力企業の商品企画・調査をサポートしている。
近年は「オノマトペ」を使った新しい企画・調査法を提案。
著書: 『ふわとろ: おいしい言葉の使い方』共著/BMTFことばラボ



本講座のお申込みは、下記ホームページへ

<http://www.marketing.or.jp/>

お問い合わせ先



一般社団法人マーケティング共創協会

〒104-0041 東京都中央区新富1-8-2, 4F
TEL:03-3297-3141 FAX:03-3297-3810
E-mail / mcca@marketing.or.jp

データはあっても宝の持ち腐れになっていませんか？
分析するおもしろさを知り、マーケティングに活かしませんか？

あなたの周りには次のようなデータが埋もれていませんか。

- ・アンケート葉書などで自社で収集したもののうまく利用できない定量データ・言葉などの定性データ
- ・市場調査などで得た生データや十分に活用されていない集計表などの2次データ
- ・毎年、集めている時系列の調査データ、エリア別データ、POSデータなど

データを自分で分析するとマーケティングや商品企画の手法が変わります。



この講座の特徴

- ・マーケティングにおけるデータの活用の意義、収集&分析の方法などを解説・実習します。
- ・調査データ分析からコンセプト評価、活用まで、即役立つ、企画ツールをマスターします。
- ・お客様の「生の声」(VOC)をベースに未発見、あるいは潜在ニーズを発見し、コンセプトに結び付ける方法を解説・演習します。

このような方に
受講を
お勧めします

- ・マーケティング部門で企画業務をしている、またはその予定のある方
- ・商品開発・商品企画担当者
- ・エクセルの基礎的な使用方法に慣れている方

講座概要

【日程】 全3日間のプログラム

- 第1日目: 2017年 2月21日(火) 13:30~17:30
- 第2日目: 2017年 2月28日(火) 13:30~17:30
- 第3日目: 2017年 3月 7日(火) 13:30~17:30

【講師】

笠原 耕三 氏

マーケティング共創協会専務理事・主幹講師、
商品企画・調査コンサルタント

【会場】

京華スクエア 中央区立ハイテクセンター (詳細裏面)

【定員】 20名

※最少催行人数に達しない場合、講座が開催されない場合がございます。

【受講料】

受講料(消費税込)	1名様	2名様
CMSメンバー	77,760円	139,968円
一般	92,880円	167,184円

※技術ノウハウを効果的に移植するためには、同一部署2名以上
での参加をお薦めしております。

これまでのご参加者の感想

- 「難しいと思っていたエクセルがショートカットキーの利用でスムーズに使えるようになり、データ分析が楽になった。」
- 「パレート図など、分かりやすいグラフが作成でき、効果的なプレゼンができるようになった。」
- 「コレボンによるポジショニングマップが自分で作れるようになり、マーケティング分析・戦略立案に役立っている。」
- 「自由回答の分析に困っていたが、分析できるようになり、今まで気づかなかった顧客インサイトが見えた。」
- 「使えずに持て余していた自由回答データが使えるようになり、企画が充実した。」
- 「価値構成表を自社の商品に適用し、新しいニーズの発見(認識)ができた。」「計画的な商品開発の道が開けた。」
- 「プレゼンで決め手に欠いていたところ、アンケートハガキの自由記述データを合理的に使用することができた。」
- 「定性調査の結果から、未充足ニーズを抽出し分類整理する手法は、改良や次世代品開発に非常に役立った。」

第6期 マーケターのためのデータ分析・活用の技術講座プログラム

第1日目：企画を支えるデータ分析とエクセルテクニック

<2月21日(火) 13:30~17:30>

エクセルをベースにした関数の効果的な使い方や裏技、データ分析と効果的なグラフ表現など、データ解析のフリーソフトとサービスの活用方法を説明します。

項目	内容
(1) 企画とデータ分析	<ul style="list-style-type: none"> 企画になぜデータと分析が必要か・・・企画に必要な情報 分析のためのデータ加工
(2) ステージ毎に必要なデータ分析	<ul style="list-style-type: none"> ステージ別、目的別のデータ分析とリサーチ (現状分析・探索・コンセプト開発・仮説検証など) データ(定性と定量)の種類、収集、加工と分析手法
(3) データ分析に効果的なエクセル使いこなし術	<ul style="list-style-type: none"> データ整理を素早く行うテクニック (マクロ入りブックとショートカットなど便利な技を紹介)
(4) エクセルを使ったデータ解析の実習	<ul style="list-style-type: none"> マーケティングでよく使う関数をマスターする ヒストグラムやパレート図、ラベル付き散布図を簡単に作る、など コンセプトテストのための有意差検定、誤差範囲、χ^2検定など
(5) 企画や調査で必要になるデータ解析の紹介	<ul style="list-style-type: none"> 顧客を分類するためのクラスター分析など、多変量解析 ブランドなどポジショニングをするコレスポネンス分析
(6) 使える統計ソフトや無料ネットサービスの紹介	<ul style="list-style-type: none"> 世界的に使われているフリーソフト「R」紹介 エクセル・アドインソフト、廉価で便利な本格統計ソフトの紹介



第2日目：企画を進める4つの重要ツールのマスター

<2月28日(火) 13:30~17:30>

エクセルとマクロなどを使って、クロス表を読みこなすコレスポネンス分析、顧客ニーズに順序を付けるBSA分析、アイデア創造支援、コンセプト評価ランク付が出来るようにします。

項目	内容
(1) クロス表のポジショニング分析・コレポネツツール	<ul style="list-style-type: none"> 属性クロスなど企画に必須なマトリックス型データの分析法 クロスの実データ(自社データでもOK)による分析演習
(2) BSA分析※ツール	<ul style="list-style-type: none"> ターゲットとなるニーズを確定するための分析方法の考え方と読み方 計数処理の方法
(3) アイデア創造支援ツール	<ul style="list-style-type: none"> コンセプト開発のための創造支援ツール(ランダムKW提示式アイデア・ジェネレーター)の説明と演習
(4) アイデア・コンセプト評価ツール	<ul style="list-style-type: none"> アイデア評価のポイントと加重平均とランキング作成ファイルの説明と演習
(5) コンセプトデータバンクと活用ツール	<ul style="list-style-type: none"> t F A B形式(対象者・新特徴・もたらす価値や満足)を使ったコンセプト記述フォームの説明とコンセプトバンクの考え方と活用法



第3日目：定性データの言葉頻度分析・関係性分析と商品企画への利用法、商品価値構成表の説明

<3月7日(火) 13:30~17:30>

フリーアンサーや観察記録などの属性付のテキストデータの有効利用のため日本語形態素解析・関係性分析ソフトを実際に使ってキーグラフなどを作って分析します。さらに、既知価値、期待価値など含んだ総合的なニーズ表の作り方を説明します。

項目	内容
(1) 未発見ニーズ、潜在ニーズ、インサイト発見のための考え方、調査法と分析法	<ul style="list-style-type: none"> 手順や方法の概説 コンシューマー・インサイト探索(日本語オノマトペによる深層調査など)
(2) テキスト解析・キーグラフ作成ソフトの紹介と実習	<ul style="list-style-type: none"> テキスト解析と関係性をグラフ化するフリーソフト「Poraris」の紹介と使い方実習 分析の実際(インストールとデータ解析と結果の読み方、活用)
(3) 個別参加者データによる実習	<ul style="list-style-type: none"> 属性コード(年齢・性別など)が付いた自由記述文データがあればお持ちください。お持ちのデータを解析する時間を設けます。データをお持ち頂かない場合は、こちらで準備いたしますテストデータでの実習となります。
(4) 価値構成表の説明	<ul style="list-style-type: none"> フリーアンサーの解析から得られた言葉をシナリオ的に捉え、未充足既存ニーズ、期待・無意識的ニーズや価値として多面的に網羅的にまとめた表を作成し、商品企画に継続的に活用する方法の説明。

上司の方へ 講師からのメッセージ

部下がデータ分析に時間がかかり過ぎたり、分析結果に不安を覚えることはありませんか。大切なデータを有効活用できる人材を育てることにより、マーケティングが一歩進みます。

