

# ビッグデータ時代の マーケティング 発想法とは

スマートフォンの急速な普及やソーシャルメディアの台頭、各種センサーの浸透を背景に、人の行動や感覚、モノの動きや使用環境など、ITで収集された膨大な知の集合体「ビッグデータ」が関心を集めている。

マーケティング領域では顧客の購買行動など個別かつ大量の情報をコンピュータ解析で高度化させていくことで最適な販売の仕組みとして用いられ始めている。そのポイントはどこにあるのでしょうか。

そこで本号では、特集を「ビッグデータ時代のマーケティング発想法とは」とし、「ビッグデータ時代のマーケティング発想法」、「ビッグデータでマーケティング手法は変化するのか」、「あなたの目の前にあるビッグデータ」の3本の論文を取り上げた。

## ビッグデータ時代の マーケティング発想法

井上 哲浩

01

## ビッグデータで マーケティング手法は 変化するのか

山本 晶

02

## あなたの目の前にある ビッグデータ

柿原 正郎

03