



(株) 感動いちば (札幌市大通)

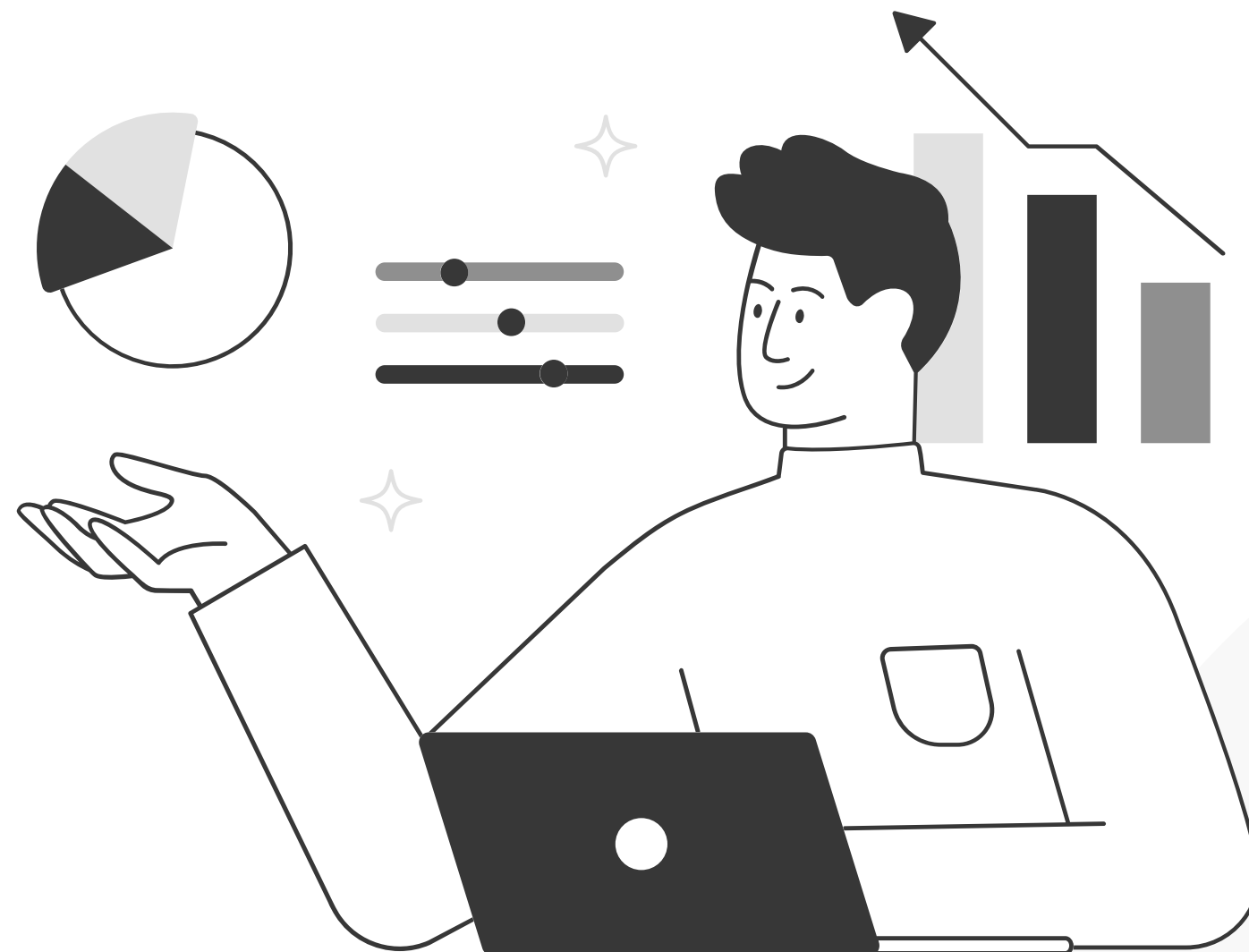
地下鉄東西線バスセンター前5番出口直結

PR資料

【北海道大学】共同型インターンシップ

# マーケティングを 科学する！

年間20万件の  
顧客購入データから  
お客様の姿をあぶり出せ！



北海道の「食の作り手」を応援し、北海道の「豊かな食」を未来につないでいきたい



# 企業の概要や特色

## 2006年創業、 北海道物産の通販企業です。

「北海道を元気にする」をスローガンに

「誰もやっていない領域」で販路を切り開いてきました。

### ・事業ドメイン

- 誰に…ネットでモノを買いづらい「シニア層」に
- 何を…我々が目利きした「良質な北海道の食」を
- どのように…全国の新聞販売店（2000店舗）と連携して「新聞折込チラシ」で通販。

売上の上昇が止まってきている

**これが課題！**



## 本取組みで実現したいこと

# 北海道感動いちばの「ファン」を全国に10万人つくりたい！

年間20万件以上の全国の購入者からの生の声や、  
1万通近く届く「お客様アンケートハガキ」から全国のお客様が

- ・どんな生活環境で
- ・どんな感情を抱き
- ・何を求めているか？



### ファンとは？

北海道が好きで感動いちばの商品が好きで、感動いちばの考え方に共感し、感動いちばの案内を見るとわくわくしてしまい、“ついつい色々買っちゃうのよね〜”というお客様。



といったリアルな顧客像を鮮明に浮き彫りにし、そのデータや情報をもとに、産地とエンドユーザーをつなぐ様々なコミュニケーション施策を実施し、ファンを増やしていく。

# 課題として感じていること

# お客様の姿を浮き彫りにしたい！

年間20万件の  
購入データ

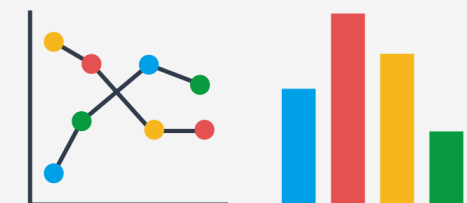
1万通近くの  
アンケートはがき



これらが、埃をかぶって  
埋もれています。  
これってちゃんと磨けば

✨「宝の山」！✨

「定量的分析」



「定性的分析」



の両面から、感動いちばの顧客像  
を浮き彫りにすることで、  
より戦略的なマーケティング  
施策を実行していきたい。



参加学生の皆様へ

感動いちばは「**定期的派遣型**」(1週間に1~2日程度の定期的出社による問題解決)にてインターンシップを募集します。

マーケティングは科学です。

**感動いちばのインターンを通じて、  
第二の森岡毅さんを目指しませんか？**



↑

森岡毅さんを“もっと知りたい”  
という方はこのQRコードから！

**森岡毅さんとは？**

数学的アプローチを駆使した戦略でUSJ（ユニバーサルスタジオジャパン）の経営をV字回復させた、日本を代表するマーケター。

**皆様のご参加  
楽しみに待っています！**

**会社の場所もいいですよ！**

地下鉄東西線バスセンター前5番出口直結



**参加特典**

インターンに参加いただいた方に森岡さんの著書

『確率思考の戦略論 USJでも実証された数学マーケティングのカ』を**プレゼント**！