

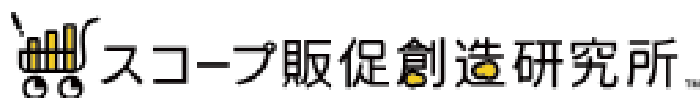
2024 年 11 月 5 日

スコープ、販促活動を専門とする「スコープ販促創造研究所」を開所 「買いたい」から「買い続けたい」を創る独自のシンクタンクが誕生 業界連携を強化しプロアクティブな調査・研究活動を実施

株式会社スコープ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：横山 繁）は 2024 年 11 月 5 日、販促活動を専門とするシンクタンク「スコープ販促創造研究所」を開所しました。同サイトでは、日本を代表する販促活動のエキスパート集団として、これからも消費者心理や販促の即時的で精度の高い情報の発信に努めてまいります。

当社は設立以来、35 年間に渡り消費者の店頭での購買活動における 52 週販促を基にした店頭コミュニケーションを中心に実績を残してまいりました。スコープ販促創造研究所は、これまで蓄積してきた販促技術や知見を有効活用しながら「買い物の未来」を見通し、「未来の販促」を創る独自のシンクタンクです。

今後は消費者や大学との連携を強化しながら、独自の視点による調査・研究結果の積極的な情報発信を行っていく予定です。



■スコープ販促創造研究所とは

スコープ販促創造研究所は「サイエンス」「インサイト」「トピック」の3カテゴリで構成し、販促現場の課題解決に向けてアプローチします。

- ① サイエンス：リアルな購買行動を研究分析し、未来の買い物のあり方などを追求する取り組みです。リアルな売り場を使ったプロモーション施策の実証実験や、キャンペーン・イベントの施策結果分析の蓄積、Web3などの最新技術を活用した効果検証を実施します。
- ② インサイト：マーケティング調査を基にした消費者のマインド分析を実施。特に、購買の現場ですぐに活用できる消費者インサイトの掘り下げと、その発信に注力していく予定です。

- ③ トピック：小売の現場で販促担当者が早急に活用できる知見を発信。販促プロモーションの施策結果からみる効果的な方法や、数ヵ月先のトレンド予測、効果的な売り場作りにつながるノウハウを提供しつつ、当社が長年積み上げてきたセオリーを棚卸し・言語化して公開予定です。

また、この3つの取り組みを各分野の専門家や他企業、消費者の方々と連携して実施することで、様々な販促現場の課題解決に向き合い、スコープ販促創造研究所として公開する情報の精度を高めてまいります。

■株式会社スコープ スコープ販促創造研究所 所長／

データドリブンプロモーション事業本部 チーフマーケティングプランナー 多田みゆきよりご挨拶



人口減少や少子高齢化が進む中、社会構造が大きく変化しています。それにともない、企業の販促活動の目的も「今、この瞬間に購買意欲を高めること」から、「生涯にわたって買い続けたいというモチベーションを創ること」へと大きく変化しました。つまり LTV（Life Time Value）を重視する傾向が年々高まっているのです。他方で、テクノロジーの進化によって買い物という行動自体も大きく、目まぐるしく変化しています。こうした変化に応じるためにはトレンドを追うだけではなく、新しい手法の創造にも挑んでいくことが必要だと考えています。

スコープ販促創造研究所では、①サイエンス②インサイト③トピックの3つのカテゴリから消費者心理を追求しながら、販促現場の担当者の方が参考にできる情報をタイムリーに発信していくことが目標です。また、今までリーチできなかった企業のご担当者や、個店の販促をご担当されている方々とつながる場となることも目指しています。全国の販促ご担当者の皆様とネットワークを組むことで、企業の下支えだけでなく、日本の販促全体を支えて動かすシンクタンクを目指して行きます。

【株式会社スコープ】

代表取締役社長：横山 繁

設立：1989年4月1日

所在地：東京都千代田区富士見 2-10-2 飯田橋グラン・ブルーム 28 階

事業内容：総合企画会社

企業サイト：<https://www.scope-inc.co.jp/>

問合せ先：koho@scope-inc.co.jp