

2022年10月3日

報道関係各位

カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社  
CCCMKホールディングス株式会社

**全国約1,000店舗の「蔦屋書店」・「TSUTAYA」とマーケティングが連動した  
トータルコミュニケーションパッケージの提供を開始**

～ リアル拠点での商品・ブランド体験で共感を生み、購買につなげる「顧客体験メディアプラン」～

カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長兼 CEO：増田宗昭、以下「CCC」）と CCCMKホールディングス株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：高橋誉則、以下「CCCMKHD」）は、全国約1,000店舗の「蔦屋書店」・「TSUTAYA」でのリアルな顧客体験と、CCCMKHDが有する約7,000万人のT会員のユニークデータ※1をもとにしたマーケティングとを連動させたトータルコミュニケーションパッケージ「顧客体験メディアプラン」の提供を2022年10月3日（月）より開始いたしました。

リアル拠点での商品・ブランド体験で共感を生み 購買につなげる

**顧客体験メディアプラン**



近年、生活者が商品やブランドに出会う接点は多様化し、企業は自社の商品・サービスについて、オンライン・オフラインの両方を駆使したアプローチや顧客体験の提供が求められています。

こうした背景を受け CCC と CCCMKHD は、「蔦屋書店」「TSUTAYA」および、「蔦屋書店」を中核とした生活提案型商業施設「T-SITE」を、企業の商品・ブランドプロモーションにご活用いただけるコミュニケーションパッケージの提供を開始いたしました。

各「蔦屋書店」が掲げるコンセプトや、北海道から沖縄まで幅広いエリアで展開する「TSUTAYA」の立地をもとに、商品やブランドにマッチした店舗をお選びいただくことも可能です。全国約 1,000 店舗のリアルな顧客接点を通して、商品の店頭展示や販売・イベント開催・サンプリング等、お客さまとのさまざまなコミュニケーションにお役立ていただけます。

さらに、CCCMKHD が提供する広告メディアやマーケティングソリューションと組み合わせてご活用いただくことで、約 7,000 万人の T 会員に向けた情報発信（デジタル広告等）、店頭への来店促進、プロモーションの効果測定やご利用者のライフスタイル分析まで一気通貫で行うことができます。「蔦屋書店」「TSUTAYA」へご来店いただくお客さまや T 会員の皆さまには、文化やライフスタイルを堪能できる空間で、商品・ブランドとの偶発的な出合いの“場”をご提供いたします。

CCC と CCCMKHD は、本パッケージを通じて、生活者の皆さまがリアルな拠点でブランドコンセプトやストーリーに触れていただくことで、商品・ブランドに対する認知・共感が高まる機会を創出いたします。

今後も生活者の皆さまからお預かりした多種多様なデータや、「蔦屋書店」や「TSUTAYA」をはじめとした CCC グループのアセットを掛け合わせ、お客さまと商品・ブランドのトータルコミュニケーションをご支援いたします。店頭をはじめとしたリアル拠点のプラットフォームとデータベースを掛け合わせ、さまざまな企業の皆さまの課題解決に取り組んでまいります。

## ■企業のプロモーション担当者の皆さまにお勧めする「4つのプロモーションパッケージ」

※下記は一例であり、ニーズに応じてご提案をいたします。



### 1. 「自動車展示&試乗プラン」(モビリティメーカー/カーディーラーさま向け)

- ・「蔦屋書店」「TSUTAYA」「T-SITE」での車両展示（商品・ブランド認知促進）
- ・店頭でのテストドライブ発着スペースのご提供（商品・ブランド体験）
- ・Tポイントを活用した来場ポイントの進呈や分析
- ・店頭および販社への来店促進（DM等でのダイレクトプロモーション/接触者分析）



### 2. 「POPUP ショールーム展開プラン」(ハウスメーカー/住宅建材メーカーさま向け)

- ・「蔦屋書店」「TSUTAYA」「T-SITE」でのミニショールーム展開（商品・ブランド体験）
- ・Tポイントを活用した来場ポイントの進呈や分析
- ・店頭および住宅展示場への来店促進（DM等でのダイレクトプロモーション/接触者分析）



### 3. 「健康食品体験プラン」(健康食品メーカー/コスメメーカーさま向け)

- ・「蔦屋書店」「TSUTAYA」「T-SITE」でのダイレクトサンプリング(商品・ブランド体験)  
※ターゲット顧客層に限定して配布することもできます
- ・サンプリング対象者分析(デモグラフィック、ライフスタイル、志向性等)
- ・店頭への来店促進(DM等でのダイレクトプロモーション/接触者分析)



### 4. 「飲料・アルコール体験&販売プラン」(日用消費材メーカーさま向け)

- ・「蔦屋書店」「TSUTAYA」「T-SITE」での商品陳列および販売(商品・ブランド体験)
- ・店頭への来店促進(デジタル広告等でのプロモーション/接触者分析)
- ・インフルエンサーによるプロモーション活性化(SNS投稿等)

## ■「顧客体験メディアプラン」概要資料

こちらから資料をダウンロードいただけます。

[https://www.cccmk.co.jp/download\\_files#service4](https://www.cccmk.co.jp/download_files#service4)

※1: ユニークデータとは、約7000万のシングルID、年間35億件以上の購買トランザクション、15万店舗のネットワークで扱われる60億種類の商品データ、数千項目からなる顧客DNAのペルソナデータ、オフライン・オンライン上の移動・行動データやメディア接触データ、またCCCマーケティンググループオリジナルのエンハンスデータなどを指します。