

2021年9月9日

報道関係各位

CCCマーケティング株式会社

企業と生活者の本音をつなぐ「ソーシャルリスニング」サービスを開始 ～“ユニークデータ×ヒト”で、中小企業およびスタートアップ企業のマーケティング課題を解決～

マーケティング・ソリューション事業を展開する CCC マーケティング株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：北村和彦）は、2021年8月24日より、全国の中小企業およびスタートアップ企業のマーケティング課題の解決をサポートするため、“ユニークデータ×ヒト”で企業と生活者の本音をつなぐ「ソーシャルリスニング」(<https://www.cccmk.co.jp/sl>) のサービスを開始いたしましたことを、お知らせいたします。

“ユニークデータ×ヒト”で企業と生活者の本音をつなぐ「ソーシャルリスニング」



CCC マーケティングはこれまで、7,000 万人を超える T 会員や全国の企業のみならずユニークデータ^{※1}を育み、共創しながら価値ある情報に磨きあげ、ひとりひとりの生活をマーケティングしながら未来に繋げてまいりました。2020 年には CCC マーケティング総合研究所を設立し、社会や生活様式の変化、生活者の行動や意識の変化、世代や地域の特性把握、産業動向レポートの発信など、大学や研究機関とも連携を図りながら、“生活者に一番近い存在のシンクタンク”としてさまざまな取り組みを行っています。

このたびの「ソーシャルリスニング」は、サービスや商品が売れる理由を企業が作っていた時代から、買う理由を生活者自身が決める時代へ変化を遂げる中、生活者の本音を企業に届けることで、生活者が求める本質的な価値の還元につながるサービスです。具体的には、600 万件を超える「飲料・日用品・食品クチコミデータ」や年間 50 億件を超える「購買トランザクションデータ」、膨大なデータから生活者のニーズの変化を業態・カテゴリ・SKU（商品）単位で把握できる BI（ビジネス・インテリジェンス）ツールや、生活者のインサイトを掘り起こすコミュニケーションプラットフォームなどを活用することで、生活者の潜在的な本音を把握することが可能です。

今後については、ユニークデータから捉えた生活者の抱える課題や変化、社会の潮流を、企業のみなさまに定期的にお届けする「生活者の声を伝えるパートナー」というサービスの提供も予定しております。企業のみなさまの体系的なデータ解釈についてサポートすることで、生活者のみなさまからお預かりした大切に多種多様なデータを価値ある情報に磨きあげ、社会に還元していきたいと考えています。

CCC マーケティングは、「ユニークデータを解決力に。」をキーメッセージに掲げ、生活者からお預かりした大切に多種多様なデータをもとに、テクノロジーと対話力と提案力で、さまざまな企業のみなさまの課題を解決するカンパニーを目指してまいります。

■「ソーシャルリスニング」のご紹介

ソーシャルリスニング (<https://www.cccmk.co.jp/sl>) とは、企業と生活者の本音をつなぎ共創をサポートするサービスです。膨大なデータから生活者のニーズの変化を業態・カテゴリ・SKU（商品）単位で捉える各種 BI ツールやコミュニケーションプラットフォームをご活用いただけます。

【Blabo!】 ～共創プラットフォームで生活者のインサイトを導き出す～

生活者の声からインサイトを導き出すコミュニケーションプラットフォームです。企業のみなさまが知りたい内容を、生活者が回答しやすい「お題」として掲載し、WEB サイトやアプリを通じて生活者の声を集めることができます。オンラインで行う企画会議のように、自由にオープンな意見交換を通じて、生活者のインサイトを抽出し、世の中に必要とされる商品・アイデアコンセプトメイクを伴走いたします。

【カッテミル】 ～購買者のクチコミを商品単位で分析する～

T 会員がお買い物した商品の評価・クチコミを投稿するサービスです。食品や飲料、日用品など、総クチコミ件数は 700 万件を超え、幅広いクチコミが集まっています。膨大なクチコミデータを、商品単位で投稿者の属性や購買情報を軸に分析し、マーケティングにご活用いただけます。

【T リサーチ】 ～商品の実購買者へ直接ヒアリングする～

年間 50 億件を超える購買トランザクションデータを、性別や年齢、居住市区町村などの属性データで抽出し、該当者へ直接メールでアンケートをオファーします。アンケート設問の設計や回収情報の分析までフルサポートいたします。

【Market Watch】 ～外食グルメサイトのクチコミ情報を分析する～

外食クチコミサイトに投稿された 300 万件以上のクチコミを解析。投稿内容を単語レベルで分解し、「どんな食ワードの出現が増えているのか」を把握することが可能です。一つのクチコミで同時に使われている傾向が強い“共起ワード”分析や、年代別、時系列分析などバリエーションも多彩です。

【ID-POS 分析】 ～購買行動を多様な切り口で分析する～

CCC マーケティングは、生活者の購買行動を理解することもソーシャルリスニングと考えます。膨大な購買データを、商品カテゴリなどのモノ軸、家族構成や行動エリアといったヒト軸など、細かなセグメントでデータを抽出しても分析に耐えることが利点です。マクロなデータで市場変化の兆しを掴むことが可能です。

上記の各種 BI ツールやコミュニケーションプラットフォームの中から、企業のみなさまに合ったソーシャルリスニングサービスを 1 分でご診断いただけます。（<https://www.cccmk.co.jp/sl/question>）



※1 ユニークデータとは、7000 万以上のシングル ID、年間 50 億件以上の購買トランザクション、20 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、数千項目におよぶ顧客 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 CCCMK 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。

※お客さまのプライバシーに配慮をしたうえで取り組みを行っております。お客さま情報のお取り扱いに関する詳細はこちら（https://www.ccc.co.jp/customer_management/）をご覧ください。

※各メディアとのデータ連携に際しては上記利用規約等に加え、各メディアのポリシーにも準拠した上で加工を行い、広告配信に必要な範囲においてのみデータ連携を行います。

本件に関するお問い合わせ：

【報道関係者からのお問い合わせ】
CCCマーケティング株式会社 広報：中川
TEL：03-6800-4464