

2016年3月11日

報道関係各位

CCCマーケティング株式会社

**「購買データ」×「テレビ・SNSなどメディア接触データ」等による
新たなマーケティングサービスを開発・提供
～博報堂DYメディアパートナーズとのR&D連携で実現～**

カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社（以下「CCC」）のグループ会社でデータベース・マーケティング事業を手掛ける 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：増田宗昭、以下「CCC マーケティング」）は、株式会社博報堂DYメディアパートナーズ（以下「博報堂DYMP」）とR&D分野で連携し、CCCが有する5,700万人超の購買データと、テレビやSNSなどのメディア接触データ等の全く異なるソースから取得したデータを統計的に解析し、その推定結果をターゲティングに反映させる研究と実証実験を行ってまいりました。このたび、実証実験を通して、一定の結果の有効性と手法の妥当性が確認できたため、2016年4月より博報堂DYMPと本ターゲティングメソッドを活用した新たなマーケティングサービスを展開していくこととなりましたので、お知らせいたします。

マーケティングサービスの提供にあたって取り組んだ実証実験では、消費財の複数カテゴリ、複数キャンペーンにおいて、メディア接触状況と購買傾向の分析結果を反映したターゲティングを実施したところ、コントロール群（ノンターゲティング）と比較して、本メソッドを用いたコンバージョン・購買効果では最大6倍、CTRでは最大3倍といった高い効果をあげることに成功しました。また、その後に行ったキャンペーン効果測定調査では、事前の統計分析で推定したユーザーと実際のメディア接触行動に高い相関が認められ、本メソッドの有効性を確認することができました。

本サービスを通じて、掲載メディアとユーザーの親和性を統計的に推定して、Web広告やメール、ダイレクトメールでアプローチするなどのプランニングに活用することができ、広告主にとっては、マスプロモーションと連動させたターゲティングを実施するうえで、より効果の高い施策を実現することが可能となります。

CCCマーケティングは、今後も、データベース・マーケティングを通じて、人と世の中をより楽しく幸せにする環境＝カルチュア・インフラを提供してまいります。

本件に関するお問い合わせ：

CCCマーケティング株式会社

広報担当：安藤

TEL：03-6800-4464