

2022 年 8 月 4 日

報道関係各位

CCC マーケティング株式会社

ライフスタイル分析サービス「Market Watch Target Profiler」 ターゲット顧客層起点のメディアプランニングにつながるメニューを追加

～ 購買にいたる興味関心・購買意向を拡充 ～

約 7,000 万人のユニークデータ※¹ をもとにマーケティング・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：田代誠）は、全国の広告主・広告会社・TV 局向けに提供しているライフスタイル分析ツール「Market Watch Target Profiler」に、ターゲット顧客層起点のメディアプランニングにつながる 3 つのメニューを追加いたしました。

- 追加メニュー： ① ページ閲覧など WEB 上の行動データをもとにした**関心・購買意向率**
② 食品・日用品のカテゴリやブランドの**一人あたり購買金額・点数・頻度**
③ 雑誌のジャンル別購買率（例:ビジネス・旅行・料理等）

The graphic features the MKW Market Watch logo on the left. In the center, a blue speech bubble contains the text 「ライフスタイル分析サービス」 Market Watch Target Profiler. To the right, a laptop screen displays a scatter plot with red and blue data points. Below the speech bubble, three blue rounded rectangular buttons list the new features: 「ページ閲覧などWEB上の行動データをもとにした「関心・購買意向率」分析メニュー」, 「食品・日用品のカテゴリ・ブランドの一人あたり購買金額・点数・頻度」分析メニュー」, and 「雑誌のジャンル別購買率」分析メニュー」. A yellow starburst with the word 'NEW' is positioned to the left of the first button.

CCC マーケティングは、2014 年よりメディアと購買データを駆使して、メディアの効果検証やプランニングを提供し、2021 年からはメディアバイイングも含めて、循環型のマーケティングサポートを提供してまいりました。

そのサービスの一つである「Market Watch Target Profiler」は、約 7,000 万人のライフスタイルデータをもとに、特定番組の視聴層や特定商品の購買層などさまざまなターゲットセグメントのマーケティング情報をご覧いただけるサービスです。今回は、本サービスご利用の企業さまから、基本的なデモグラフィックとマーケティングの答えである購買の間を埋める“中間変数”として、興味関心や購買意向などを追加して欲しいという声を頂き、メニュー追加にいたしました。これにより、今まで以上に各企業のマーケティング事情に即して、メディアプランやプロモーションプランに幅広くご利用いただけるサービスとなりました。

追加メニューの詳細は、以下をご参照ください。

■ 3つの追加メニューについて

【①ページ閲覧などWEB上の行動データをもとにした「関心・購買意向率」分析メニュー】

想定顧客層が、ウェブページ等の閲覧を通じ、どのようなことに関心があり、購買意向が強いのかを約 400 種類の指標で発見することができます。

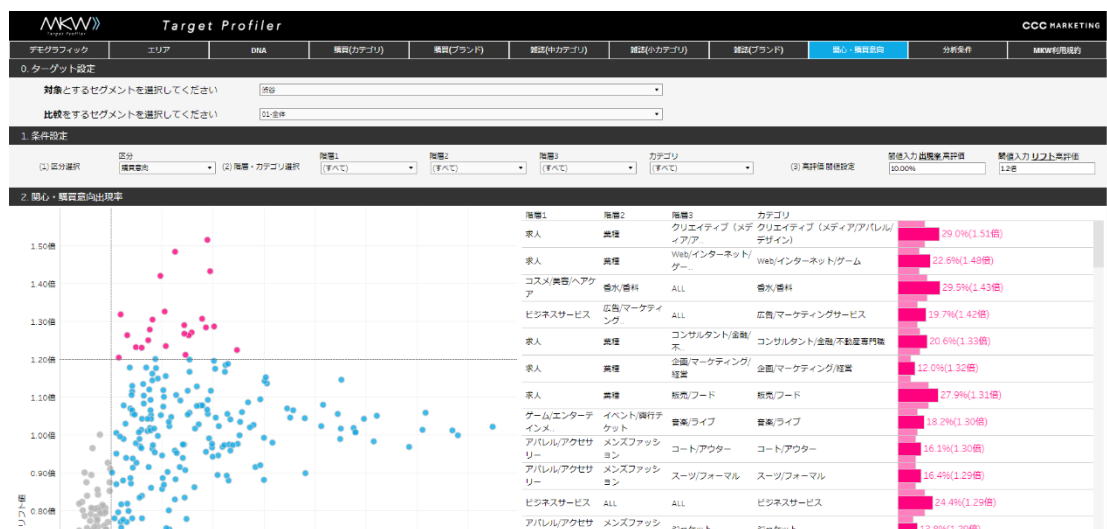
例)・ファッション・アパレル (「メンズ」「レディース」「アクセサリ」「高級ブランド」等)

・スポーツ (「フィットネス」「サッカー」「格闘技」等)

・ビジネス (「クラウドサービス、デジタル広告、セキュリティ・オフィス・会計ソフトウェア」等)

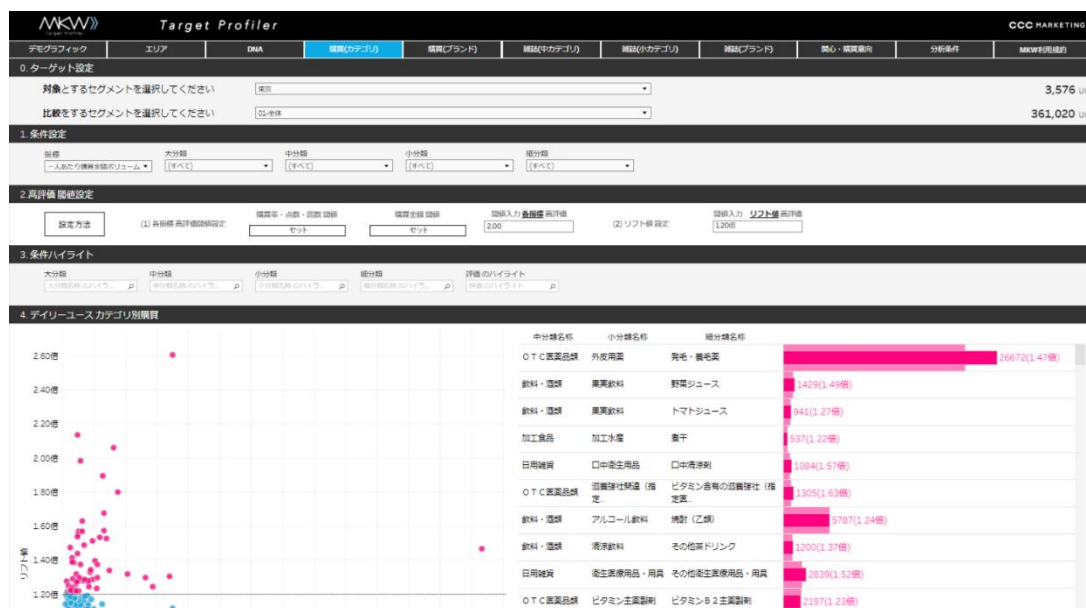
・メディア・エンタメ (「映画」「ドラマ」「音楽」等)

・旅行 (「海外・国内エリア別旅行先」等) ……等 約 400 種類



【②「食品・日用品のカテゴリ・ブランドの一人あたり購買金額・点数・頻度」分析メニュー】

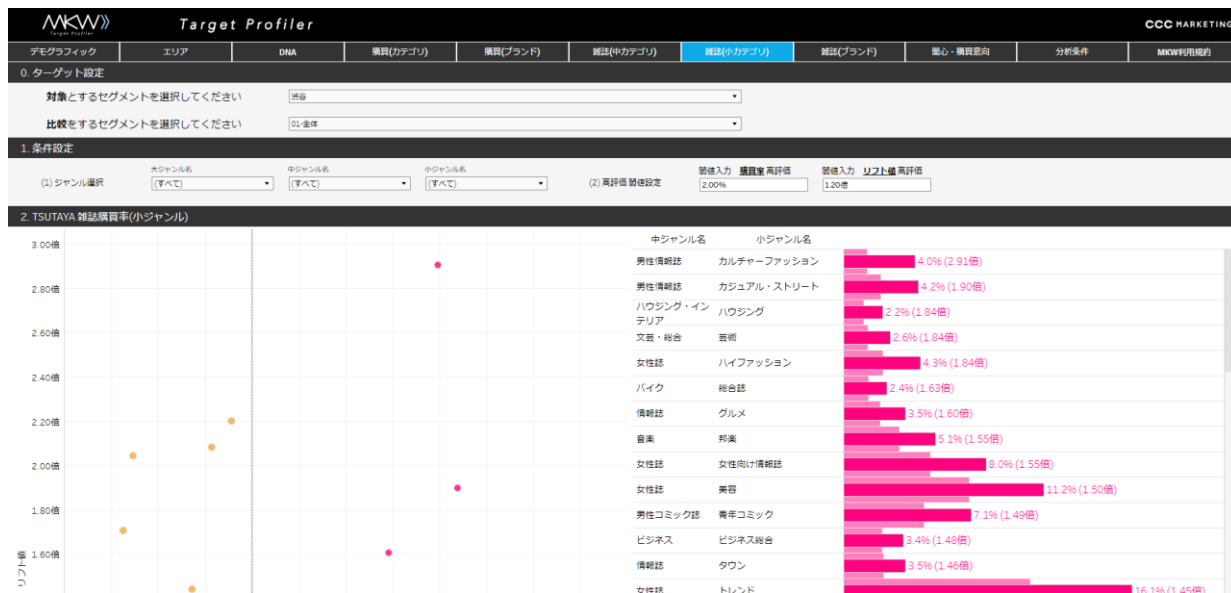
想定顧客層の食品・日用品購買の一人あたり金額・点数・頻度を見ることで、ロイヤリティの高低やターゲット重要度を測ることができます。



【③「雑誌のジャンル別購買率」分析メニュー】

想定顧客層が、雑誌購買を通じ、どのようなことに関心が高いかを約 40 カテゴリから発見することができます。

例)アウトドア、ビジネス、車、ゲーム、ハウジング・インテリア、健康、語学・・・等 約 40 カテゴリ



■「Market Watch Target Profiler」の概要

以下の軸で想定顧客層のライフスタイル分析をし、メディアプランやプロモーションプランに使えるペルソナ分析が可能です。

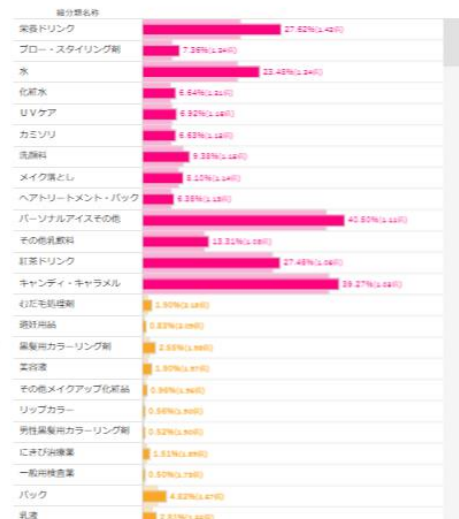
- | | |
|------------------------|---|
| 1) デモグラフィックデータ | 性年代・家族構成・職業・年収・習慣・保有車メーカー/車種 等 |
| 2) 居住エリア | 居住地(市区町村単位まで) |
| 3) 志向性 | 衣・食・住・遊・働・情報等の志向性 |
| 4) 食品・日用品購買 | カテゴリ・ブランド別の 購買率/リフト値、一人当たり購買金額/リフト値 【追加】
一人当たり購買点数/リフト値 【追加】
一人当たり購買頻度/リフト値 【追加】 |
| 5) 雑誌購買 | タイトル別の購買率/リフト値
ジャンル別の購買率/リフト値 【追加】 |
| 6) 関心・購買意向 【追加】 | ファッション・アパレル、スポーツ、ビジネス、メディア・エンタメ、旅行等
約 400 の指標で分析 |

■「Market Watch Target Profiler」の活用例

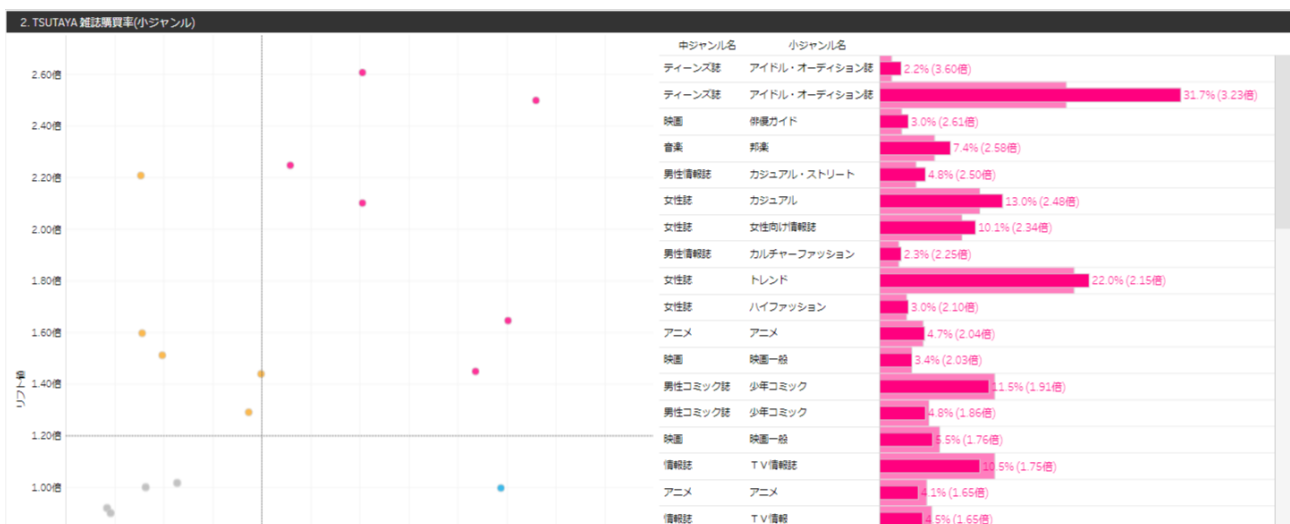
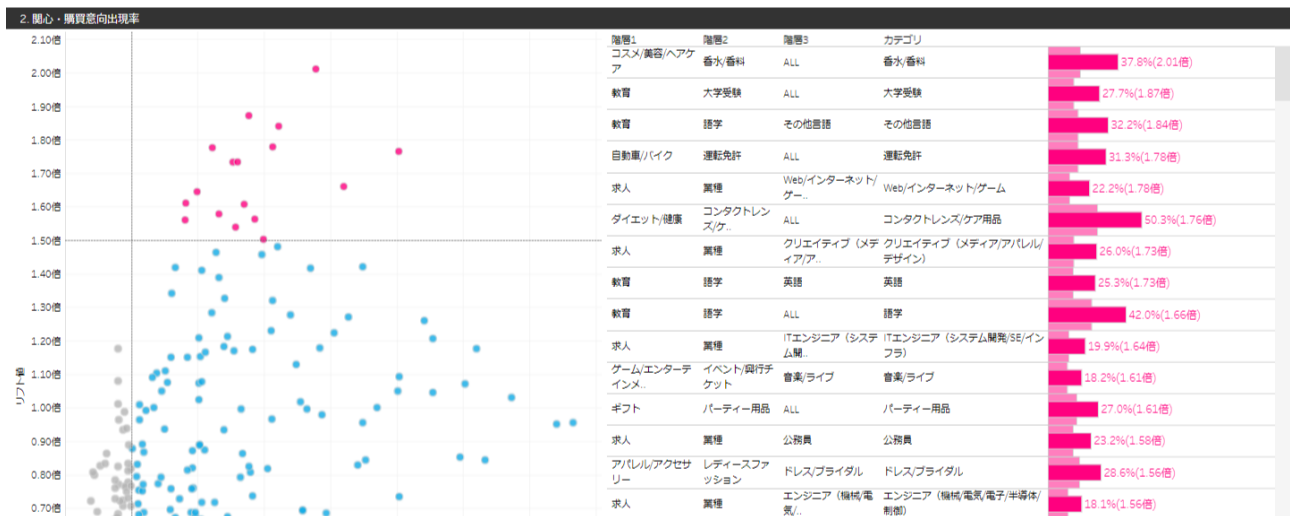
具体例：Z世代(15～25歳男女)の場合

1. デモグラフィック情報と購買傾向

未婚・家族と同居・学生。新聞は購読しておらず、趣味は SNS・ゲーム・カラオケ・マンガ・音楽鑑賞など。
栄養ドリンク、ブロー・スタイリング剤、化粧水等をよく購入する。



香水の購買意向が高い。また、大学受験・運転免許等・求人への関心が高い。求人は特に web・インターネット・ゲームやクリエイティブ、ITエンジニア業種への関心を示している。語学の情報も積極的に取得。アイドル・オーディションといった芸能関係の情報も収集している。また、男女ともにファッションへの関心が高い。



※その他、例えば「衣料用洗剤購買層」、「世帯年収が高い層」、「自社・競合ブランド購買層」、「TV 番組視聴者」等、想定される顧客層の詳細なペルソナを分析することができます。

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。

※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。

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 広報担当：畠中 TEL：03-6800-4464

【「Market Watch」に関するお問い合わせ】

CCC マーケティング株式会社 メディアソリューション Div. アカウントマネジメント第 1 ユニット 担当：江本、長島

MAIL：cccmktvdataplan@ccc.co.jp