

2022年3月15日

報道関係各位

CCCマーケティング株式会社

【「マス×デジタル」の処方箋となるマーケティングデータ活用事例が詰まった書籍】 『顧客起点のマーケティング DX』3/31（木）に発売、出版記念セミナーも開催！

「ユニークデータを解決力に。*1」をキーメッセージにさまざまな企業の課題解決に取り組む 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、以下、CCC マーケティング）は、横山隆治事務所（有限会社シックス・サイト、本社：東京都港区）の代表かつ CCC マーケティングの「エグゼクティブ・アドバイザー*2」を務める横山隆治氏との共同著書『顧客起点のマーケティング DX データでつくるブランドと生活者のユニークな関係（発行：宣伝会議）』を、2022年3月31日（木）より全国の書店およびオンラインで発売いたします。3月7日（月）より予約受付（URL：<https://shop.tsutaya.co.jp/book/product/9784883355457/>）を開始しております。

また、このたびの出版を記念し、広告宣伝担当者やマーケティング担当者みなさまに向け、横山隆治氏とともに、制作に至った経緯や本書で語りきれなかったこととお話するオンラインセミナーを3月25日（金）に開催いたします。

（URL：https://soreyuke.tv/events/webinar_20220325/）

The image shows a promotional banner for the book 'Customer-Centric Marketing DX'. On the left is the book cover, which features the title in large blue letters and a subtitle 'データでつくるブランドと生活者のユニークな関係'. The authors' names, 横山隆治, 橋本直久, and 長島幸司, are listed. Below the cover is a blue box with white text that reads '第一人者が直言「消費者主導」時代のユニークデータが示す次の一手「マス×デジタル」の処方箋' and '宣伝部のDX具体策を紹介 宣伝会議'. To the right of the book cover is a large blue area with white and yellow text. It repeats the title and subtitle, and states '3/31(木)に発売！出版記念セミナーも開催！'. Below this are three portrait photos of the authors. Under each photo is their name and affiliation: 横山隆治氏 (横山隆治事務所(シックスサイト) CCCマーケティング エグゼクティブ・アドバイザー), 橋本直久 (CCCマーケティング 新規事業Division ゼネラルマネージャー), and 長島幸司 (CCCマーケティング テレビマーケティングUnit ユニット長). At the bottom of the banner, it says '「消費者主導」時代のマーケティングデータの使い方 出版記念セミナー 3月25日(金)17:00-開催' and the CCC MARKETING logo.

アフタークッキー時代の到来やファーストパーティデータの活用などマーケティング環境が日々変化する昨今、オンオフ含めてデータが溢れ出し、マーケティング担当者みなさまにおいては、その変化に付いていだけでも大変な時代になってまいりました。そのような中 CCC マーケティングでは、7,000万人を超える T 会員の購買データと 4,000万人を超えるネット ID 連携データ、46万人を超える TV 視聴データが繋がるマーケティングデータ（※3）を組み合わせ、プランニング・出稿・検証が一気通貫で叶う「CCC マーケティングオリジナルの循環型マーケティング」を提供し、広告宣伝担当者やマーケティング担当者が抱える課題を解決してまいりました。

このたびの書籍化においては、デジタルマーケティングを黎明期から支えて来られた横山氏の有する知見に、CCC マーケティングが日々培ってきたマーケティング・ソリューションのノウハウを掛け合わせ、「マス×デジタルの処方箋」となるべく、生活者を起点とするマーケティング方法や活用事例、これからのマーケティングのあり方を、マーケティング担当者のみならず、これからマーケティングデータを活用するみなさまの一助となる書籍として発売いたします。

■本書の概要

マーケティング DX の本質は、「顧客体験（CX）をデジタルで最適化すること」にある――。

デジタルトランスフォーメーション（DX）の重要性が叫ばれている昨今ですが、これは企業の資材調達・製造・物流・販売・マーケティングなどのバリューチェーンを串刺しにして、デジタル化で従来できなかった新しい価値を創出することに真の目的があります。そのなかでもマーケティングのDXとはデジタルで「顧客体験の最適化」を実現することです。そして、テレビCMなどのマス広告を活用する宣伝部のDXこそが「要」となりうるのです。

本書は、「デジタルマーケティング」ではなく「マーケティングのデジタル化（DX化）」を目指す広告宣伝・マーケティング担当者のための指南書です。テレビCMの到達効率や、自社と顧客との間だけにある関係を表す「ユニークデータ」の発掘、SNSで変わる消費者行動などの視点を提供しながら、顧客視点を持ちながらデジタル思考ができる人材育成、組織づくりの考え方を提供します。

■本書の構成

- Chapter1 DXに成功する企業、失敗する企業
- Chapter2 宣伝部のDX～求められるデジタル思考とマーケティング環境の変化～
- Chapter3 ユニークデータの活用でマーケティングをアップデートする
- Chapter4 ユニークデータを使ってデモグラだけのターゲティングを卒業する
- Chapter5 テレビ広告の到達実態を認識する
- Chapter6 広告メディアアロケーションの本質
- Chapter7 SNSの浸透で変わる購買行動
- Chapter8 日本の広告・メディア業界のデジタル化は進んでいるのか？

■書誌情報

著者：横山隆治氏・橋本直久・長島幸司

発売日：2022年3月31日（木）

書名：顧客起点のマーケティングDX データでつくるブランドと生活者のユニークな関係

定価：1,980円（本体1,800円＋税） 判型：四六判 頁数：232ページ

発行：株式会社宣伝会議 ISBN：9784883355457

予約&販売 URL：<https://shop.tsutaya.co.jp/book/product/9784883355457/>

■ 出版記念 オンラインセミナーの概要

開催日時：2022年3月25日（金）17:00～18:00

登壇者：横山隆治氏・橋本直久・長島幸司

CCC
MARKETING



『顧客起点のマーケティングDX』 出版記念

「消費者主導」時代のマーケティングデータの使い方

2022年3月25日（金） オンライン配信にて開催

内容：昨今、様々なデータが使えるようになり、マーケティングにおけるデータ活用は避けて通れない時代になってきました。CCCマーケティングではマス×デジタルの活用の第一人者で、エグゼクティブ・アドバイザーでもある横山隆治氏と、約 7,000 万人のデータを使ってきたノウハウをもとに昨今のデータ環境だからこそできるようになった、マーケティングデータの活用課題や事例を書籍にまとめました。今回は、書籍出版に至った背景（業界課題）や、今だからこそ取り組める顧客起点のマーケティング DX の重要性をお伝えして、明日から使えるマーケティングデータの活用に役立てていただければと思います。（お申し込み URL：https://soreyuke.tv/events/webinar_20220325/）

■ 著者紹介

・横山隆治氏



（有）シックス・サイト（横山隆治事務所）代表取締役、株式会社ベストインクラスプロデューサーズ 取締役、CCC マーケティング株式会社 エグゼクティブ・アドバイザー

1982 年、青山学院大学文学部英文学科卒。同年、旭通信社入社。1996 年、インターネット広告のメディアレップ、デジタル・アドバイジング・コンソーシアムを起案設立。同社代表取締役社長に就任。2001 年、同社を上場。インターネットの黎明期からネット広告の普及、理論家、体系化に取り組む。2008 年、ADK インタラクティブを設立。同社代表取締役社長に就任。2010 年 9 月、デジタルコンサルティングパートナーズを主宰。企業のマーケティングメディアを POE に再整理するトリプルメディアの考え方を日本に紹介。主な著書に『CM を科学する』（宣伝会議、2016 年）、『新世代デジタルマーケティング』（インプレス、2015 年）など。

（横山氏へのお問い合わせはこちら：yokoyama@sixsights.co.jp）

・橋本直久



CCC マーケティング株式会社 新規事業 Div. ジェネラルマネージャー

2001 年 PR 会社プラップジャパン入社、その後 NTT グループにて広告や事業開発に従事し、2014 年から CCC グループに入社。現在、7,000 万人を超える T 会員が生み出す購買データと、それに直接つながる全国約 46 万人の TV データや 4,000 万人のネットデータを活用して、新しいマーケティング・ソリューションを開発 & 提供中。



長島幸司

CCC マーケティング株式会社 新規事業 Div. TV マーケティング Unit Unit 長

広告業界で幅広い業種の統合キャンペーン、SP や MD 企画、各種イベント・コンベンション企画、リサーチ・分析などのマーケティング支援に携わったのち、2018 年 CCC グループ入社。大手広告主を中心に、テレビ局、広告代理店に対して、TV データ×購買分析、テレビ×デジタル広告などの分析による企画・コンサルティングを手がける。

CCC マーケティングは今後も「エグゼクティブ・アドバイザー」とともに、変動性、不確実性、複雑性、そして曖昧性を見せる社会と向き合いながら、膨大なデータで変化を確実に捉え、新たな価値に変換し、多くの企業のみなさまの経営戦略支援とマーケティングの課題解決、生活者や社会に向けた本質的な価値創出に向けて取り組んでまいります。

■有限会社シックス・サイト 概要

会社名：有限会社シックス・サイト（横山隆治事務所）

設立：2004 年 12 月 20 日

代表者：代表取締役社長 横山隆治

本社所在地：東京都港区

主な事業内容：マーケティングコンサルティング、DX 支援、ブランドコミュニケーションコンサル、アロケーションコンサル、レンタル CDO

URL：www.sixsights.co.jp

■CCC マーケティング株式会社 概要

会社名：CCC マーケティング株式会社

設立：2020 年 4 月 1 日

代表者：代表取締役社長 北村和彦

本社所在地：東京都渋谷区南平台町 16-17 渋谷ガーデンタワー

主な事業内容：マーケティング・ソリューション事業

URL：<https://mk.ccc.co.jp/cccmk/>

※1 ユニークデータとは、7,000 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、300 項目からなる顧客 DNA のパーソナデータ、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。

※2 エグゼクティブ・アドバイザーとは、さまざまな企業のみなさまの DX（デジタル・トランスフォーメーション）に寄与し、マーケティング課題解決から経営戦略の策定までご支援する役割の総称です。

※3 個人を識別できないように統計加工処理を行った 2021 年 12 月末現在の数字です。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。

※本ニュースリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

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：中川 TEL：03-6800-4464