

2021年8月11日

報道関係各位

CCCマーケティング株式会社  
国立大学法人 金沢大学

**CCCマーケティング総合研究所×金沢大学・藤生研究室 共同研究発表**  
**CCCマーケティングと金沢大学、新型コロナ拡大前後における購買特性の変化を把握**  
**～Tポイントのデータで地域課題の解決を目指す産学連携プロジェクト～**

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）で“生活者に一番近いシンクタンク”として地方課題をさまざまな方と共に解決していくことを目指すCCCマーケティング総合研究所（所長：新橋実）と、「地域と世界に開かれた教育重視の研究大学」を大学憲章に掲げる金沢大学の融合研究域融合科学系 藤生慎准教授の研究室（交通・防災まちづくり研究室）は、Tポイントのデータをもとに「地域のためのまちづくり」に活用していく産学連携の共同研究プロジェクトを2020年11月に開始し、このたび、その研究結果がまとまりました。

本プロジェクトを通じて、日本全国7,000万人を超える生活者が利用するTポイントの購買データ、移動データといった多面的なビッグデータを統計加工化し、大学や研究機関と共にオープンサイエンスとして研究データに活用することは、地域課題の解決につながる一助となることが示唆されました。この研究成果をもとに、CCCマーケティング総合研究所はさまざまな地域で産学連携の取り組みを推進してまいります。本研究結果は、2021年11月に開催される公益社団法人土木学会にて発表を行う予定です。

**■研究の要旨**

新型コロナウイルスの感染拡大によって我が国は、新たな生活様式への転換が求められるようになりましたが、感染拡大によって特に変化した生活行動として購買行動が挙げられます。これまでの店舗に直接赴き、買い物を行う購買形態からEC（Electronic commerce）での購入や食品配達、さらには、モバイルオーダーといったサービスが急速に進みました。

そのような背景から本研究では、変化した生活様式として特に購買行動に着目し、購買ビッグデータを活用して石川県の市町村を対象地域として分析を行いました。

結果から、市町村の規模により購買圏域に変化が見られたほか、購入金額、主要購入品目についても地域や年齢や市内購買、市外購買等に注目することで新型コロナウイルス感染拡大前後の変化に対する考察を得ることができました。

## ■研究成果のポイント

### ◇データ活用分野の新規性

これまでの企業のみが保有していたデータを企業の枠組みを超え、さまざまな分野において利用していく傾向が増加しています。この傾向は、本研究についても同様なことがいえ、CCC マーケティングとの産学連携による共同研究です。そして、これまでに土木工学の分野において、Tカードのデータのような購買データを活用した先行研究は存在していません。

### ◇消費起点での地域課題への接近

結果として、購買圏域からは、分析を行った石川県の3市では、新型コロナウイルスの感染拡大によっていずれの市でも購買圏域が縮小したということが示唆されました。また、購買圏域の縮小にも都市によって特徴があり、金沢市や能登半島の先端に位置する輪島市では、大きく縮小した一方で、羽咋市のような小規模な都市では縮小幅は小さいという結果になりました。

### ◇with コロナ時代における新たなまちづくり施策への示唆

市町村の規模により購買圏域に変化が見られたほか、購入金額、主要購入品目についても地域や年齢や市内購買、市外購買等に注目することで新型コロナウイルス感染拡大前後の変化に対する考察を得ることができました。自治体としても今後の with コロナ、after コロナへのライフスタイルの変化に対応した施策を考えていく上での一助となることが期待できます。

## ■金沢大学・藤生慎准教授からのコメント

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置など市民の行動に影響を及ぼす感染防止対策が取られた中で、市民生活に欠かすことのできない「購買」という行動に着目することは、with コロナ時代のまちづくり施策を考える上で大変重要なことだと考えています。今回、Tポイントのデータを用いてコロナ禍における市民の購買行動を分析したところ、圏域・金額・品目といった点で様々なパターンを見出すことができました。Tポイントデータは、市民の購買の姿を明らかにする上で大変貴重なデータで今後の活用が期待されます。

CCC マーケティングは、「UNIQUE DATA、 SMALL HAPPY。」をグループミッションに、多種多様なデータを、テクノロジーとアイデアで価値創造し、個人のライフスタイルとそれを取り巻く社会をつないで、一人ひとりの毎日の小さな幸せを作ることを使命とし、「UNIQUE DATA、 SMALL HAPPY。」が実現される社会を目指してまいります。