

2021年10月28日

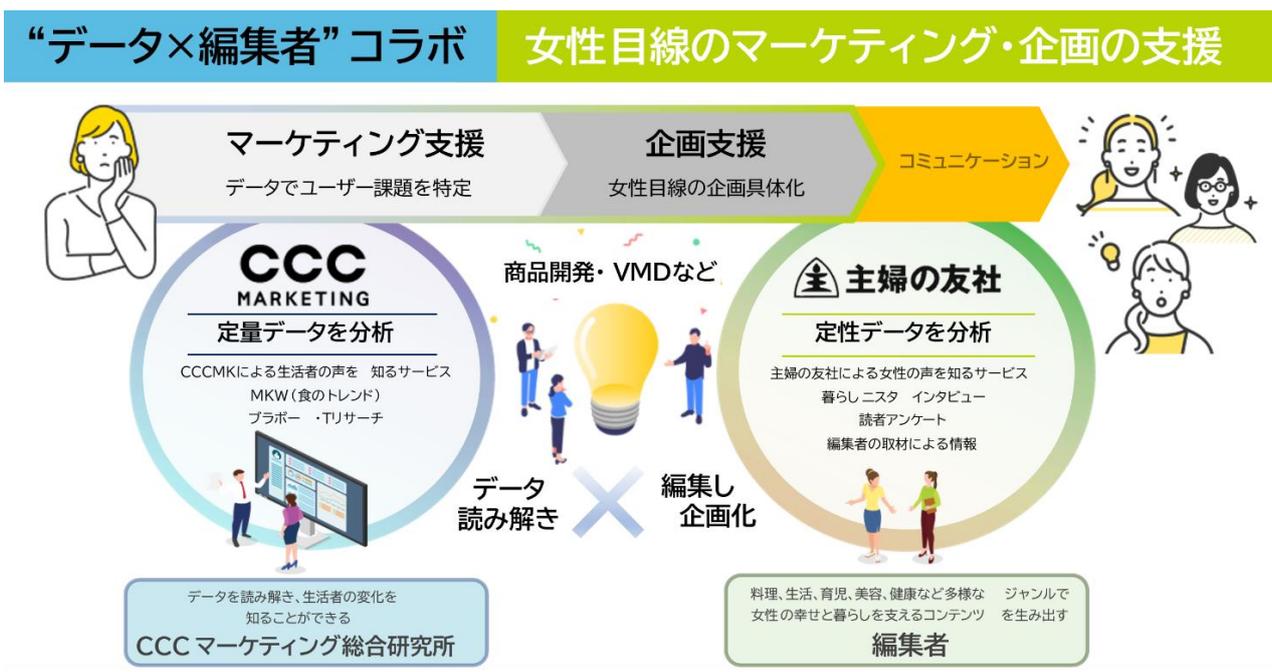
報道関係各位

CCCマーケティング株式会社
CCCマーケティング総合研究所
株式会社 主婦の友社

**CCC マーケティング総研と主婦の友社、女性のインサイトを読み解くマーケティングサービスを開始
～女性向けサービスを展開する企業の課題を解決！データ×編集者、“変化する女性の困りゴト”を可視化～**

カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社（CCC）のグループで、7,000万人を超えるユニークデータ^{*1}で定量的に生活者の本音の読み解きを得意とする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）のCCCマーケティング総合研究所（以下「CCCマーケティング総研」）と、女性の暮らしを100年以上定性的に取材・分析・研究し、支える企画コンテンツ編集を得意とする株式会社主婦の友社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：平野健一、以下「主婦の友社」）は、このたび、女性向け商品やサービスを展開する食品や日用品メーカーなどの企業の皆さまへ、女性のインサイトを分析するマーケティングサービスを開始いたします。

本サービスでは、両社の保有する定量データと定性データ、編集者によるディレクションを掛け合わせ、女性の暮らしにおける困りゴトからインサイトを読み解くセッションを開催することで、「変化する女性のニーズを把握したい」「サービスや企画、デザインに女性目線を導入したい」といった企業の課題解決の一助となることを目指してまいります。本サービスの事例として、「在宅ワークなどコロナ禍で新たに発生したママたちの困りゴト」について調査し、CCCマーケティングのホームページ（<https://www.cccmk.co.jp/thinktanks/column-29>）にて公開いたしました。



CCC マーケティング総研は、社会や生活様式、生活者の行動や意識の変化、世代や地域の特性把握など、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”として取り組みを行ってまいりました。2021 年 9 月には膨大なデータから生活者の本音を把握する「ソーシャルリスニング^{※2}」の販売を開始し、10 月には CCC マーケティングに在籍する 5 名の「生活者の声を伝えるパートナー^{※3}」が企業と生活者の本音を繋ぐコンサルティングサービスを開始するなど、生活者が求める本質的な価値の還元に繋げてまいりました。

主婦の友社は、創業から 100 年以上、雑誌や書籍、WEB 媒体にいたるまで、料理、生活、育児、美容、健康などさまざまなジャンルと、子どもからシニア層までさまざまな年齢層に対し、女性の幸せと暮らしを支えるコンテンツを生み出し、多くの皆さまに長らくご支持いただいております。雑誌や書籍の編集者は、読者の皆さまを直接取材し、寄せられる声をもとに企画を立て、年間 400 点近い新刊書籍を刊行しています。また WEB 編集者は一人あたり年間 600 件以上の取材をし、今の時代の声を日々聞いて情報をアップデートしています。これらの取材や編集作業を積み重ねて、女性ひとりひとりの暮らしに寄り添い、毎日の暮らしをもっと楽しくするコンテンツや、あらゆる悩みや課題をあぶりだし解決するコンテンツについて、研究を続けるプロの編集者が多数在籍しております。

昨今、新しい生活様式の広まりで人々の価値観が著しく変化し、女性が抱える暮らしの悩みやトレンドもこれまで以上に多様化しています。CCC マーケティングと主婦の友社は、こうした環境に対応した商品やサービスを展開していくにあたり、データの分析に加え、人々のライフスタイルや価値観が変化した背景も把握することが重要と考えております。このたびのサービスは、両社の保有する定量データと定性データ、編集者によるディレクションを掛け合わせることで、女性のインサイトを分析することが可能です。

両社はこれまで、双方の強みを掛け合わせ、食に関わる小売・流通や外食企業の皆さまに対し、女性に向けた商品開発や VMD（ビジュアル・マーチャンダイジング）などの企画をサポートしてまいりましたが、このたびのサービスでは、食はもちろん、日用品メーカーや小売など日本全国の企業の皆さまに特化し、本セッションから紐解いた女性のインサイトを軸に、商品開発やサービス企画、コミュニケーションの策定などマーケティング戦略も幅広く伴走いたします。

本サービスで提供するマーケティング事例として、料理、食事、家事、趣味、習慣ケアといった毎日の暮らしのシーンにおいて、コロナ禍で新たに発生した女性の困りゴトについてのセッションを行いましたので、ご紹介いたします。

●「在宅ワークなどコロナ禍で新たに発生したママたちの困りゴトは？」セッション事例のご紹介

調査概要：CCC マーケティング総研の「生活者意識調査」や食のトレンド分析といった定量分析から、コロナ禍に変化したママたちの暮らしのシーンを特定します。データで明らかになった変化に対して、主婦の友社の編集者が知るママたちの新たな困りゴトをアウトプットすることで、困りゴトを通じたママたちのインサイトを分析しました。

URL：<https://www.cccmk.co.jp/thinktanks/column-29> ※セッションの概要をご覧ください。

在宅ワークなどコロナ禍で新たに発生したママたちの困りゴトは？

困りゴトは？





要因は？



「データ」と「暮らしのプロの目線」で解き明かします

CCC マーケティングと主婦の友社は、生活者からお預かりした大切なデータや日々の取材を通し、新しい生活様式の中で生まれる女性の困りごとやニーズに寄り添い、さまざまな企業のみなさまに届けることで、新たな社会価値の創出を目指してまいります。

■「CCC マーケティング総合研究所」の概要

名称：CCC マーケティング総合研究所（CCC マーケティング総研）

URL：<https://www.cccmk.co.jp/thinktanks>

設立：2020年7月21日

所長：新橋実

<プロフィール>

国内外のコンサルティング会社、シンクタンクに所属。デベロッパー・テーマパーク・ラグジュアリーブランド、百貨店、ホテル、レストラン、カフェ、ショッピングモール、電鉄、エネルギー、食品メーカーなど、川上から川下まで多様な領域のコンサルティングを担当。

■「株式会社 主婦の友社」の概要

名称：株式会社 主婦の友社

URL：<https://shufunotomo.co.jp/about/>

創業：1916年9月18日

所在地：〒141-0021 東京都品川区上大崎3丁目1番1号 目黒セントラルスクエア

代表：代表取締役社長 平野 健一

事業内容：雑誌・書籍・ムックの発行、コンテンツ販売と関連事業展開など



※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。

※2 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。

※3 「生活者の声を伝えるパートナー」とは、“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」をもとに生活者の本音を分析し、全国のスタートアップや中小企業のみなさまのマーケティング課題の解決をサポートしていく、CCC マーケティングオリジナルのパートナーの総称です。

※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。

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
株式会社主婦の友社 広報：長友（株式会社C-パブリッシングサービス内） TEL：03-5403-4320

【CCCマーケティング総合研究所に関するお問い合わせ】

CCCマーケティング総合研究所 担当：杉浦／深井

cccmk-souken@ccc.co.jp