

2021年10月7日

報道関係各位

CCCマーケティング株式会社

【スタートアップ・中小企業のマーケター向け】

CCCマーケティングの「生活者の声を伝えるパートナー」、カジュアル版コンサルティングを開始 ～「ソーシャルリスニング」サービスで、生活者の声を読み解く～

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：北村和彦）は、このたび、“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」（<https://www.cccmk.co.jp/sl>）をもとに生活者の本音を分析する5名の「生活者の声を伝えるパートナー」が、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カジュアル版コンサルティングを、2021年10月7日より開始いたしましたことを、お知らせいたします。

CCC
MARKETING

ソーシャルリスニングサービスで
“生活者の声” を届ける

マーケター必見のカジュアル版コンサルティング

ソーシャルリスニングで読み解いた
“生活者の声” を毎月無料配信

事業に活用したい方へ定額コンサルティングを提供

CCCマーケティングは、2020年に設立したCCCマーケティング総合研究所において、社会や生活様式の変化、生活者の行動や意識の変化、世代や地域の特性把握、産業動向レポートの発信など、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”としてさまざまな取り組みを行ってまいりました。2021年9月10日には、600万件を超える「飲料・日用品・食品クチコミデータ」や年間50億件を超える「購買トランザクションデータ」など、膨大なデータから生活者が求める潜在的な本音を把握する「ソーシャルリスニング」の販売を開始し、企業と生活者の本音を繋ぎ、生活者が求める本質的な価値の還元につなげてまいりました。

このたび、あらゆる社会変化や外的要因で人々の暮らしや価値観に変化が生まれ、先行きの見通せないこの社会への迅速な対応が求められる中、日々、ユニークデータを元に生活者の声に耳を傾け、社会の潮流を捉える「生活者の声を伝えるパートナー」によるカジュアル版コンサルティングを開始いたします。分析費用や調査時間の確保が困難なスタートアップや中小企業のみならずが抱えるマーケティング課題解決の一助となるべく、CCC マーケティングに在籍する 5 名のメンバーが、社会情勢を踏まえた市場動向の変化や生活者の声を無償でレポート配信するとともに、さらに事業へ活用したい企業のみならずに向けた勉強会、情報提供、体系的なデータ解釈について一ヵ月定額 5 万円でサポートいたします。

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らずの課題を解決するカンパニーを目指してまいります。

■カジュアル版コンサルティングの概要

- ① ユニークデータで読み解いた生活者の声や社会情勢、市場動向の変化などをレポート配信
価格：無償
方式：プレスリリースおよび公式 HP (https://www.cccmk.co.jp/white_papers/whitepaper7) にて掲載
頻度：毎月 2 回（一つのテーマ毎に前後編に分けて配信）
- ② 生活者の声に関する情報提供や勉強会の開催、体系的なデータ解釈と伴走など
価格：5 万円／月（最低 6 ヶ月契約）
方式：契約企業のみならずに向けたウェビナーを実施（月 1 回）

■「ソーシャルリスニング」の概要

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 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活用いただきながら、「生活者の声を伝えるパートナー」が体系的なデータ解釈をサポートいたします。

■「生活者の声を伝えるパートナー」のメンバーご紹介

「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ぎ「ソーシャルリスニング」(<https://www.cccmk.co.jp/sl>) 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らず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。

【「生活者の声を伝えるパートナー」を代表して、新橋実からのコメント】

CCC マーケティングは、さまざまな「ソーシャルリスニング・サービス」を通じて生活者の声を把握し、企業のみならずにお届けしてまいりました。「カジュアルな費用で生活者の声を企画に反映させたい」といった企業のみならずの声を踏まえ、もっとお気軽にみなさまの持つ課題解決や戦略支援ができるよう、このたび、カジュアル版コンサルティングを開始することとなりました。これからも企業と生活者を結び、社会の「ちょっといいな」の実現に寄与してまいりたいと考えております。



新橋 実 (Minoru Shimbashi)

CCC マーケティング総合研究所 所長

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。



深井 翔 (Sho Fukai)

流通企業やメーカーに対する商品開発など MD 領域のコンサルティングの個人事業に従事。現 CCC マーケティングに入社後は、ユニークデータを活用し、さまざまなジャンルの企業のマーケティング、マーケティング業務に生活者の声を反映させる DX 推進の提案を続けている。



若井 美穂 (Miho Wakai)

国内 WEB インテグレーション企業において、WEB プロデューサーとして従事。

2009 年より現 CCC マーケティングにジョインし、メーカー向けマーケティングを担当。

直近では購買データに基づく「カッテミル」での商品クチコミの分析や、共創マーケティングプラットフォーム「Blabo!」など CCC マーケティングが持つソーシャルリスニングサービスを推進している。



斎藤 香月 (Kazuki Saito)

国内調査会社において、市場調査の企画・実査・分析業務に従事。

2004 年にカルチュア・コンビニエンス・クラブ入社後は音楽・映像コンテンツに関わる分析や、サービス・消費財に関する定量調査・定性調査の企画・分析、購買データ分析業務等、幅広く分析業務を担当。現在は CCC マーケティング総研の研究者として日々生活者意識調査やインタビューを行い、得られた豊富な「生活者の思い」を発信している。



財津 涼子 (Ryoko Zaitzu)

市場調査会社にて消費財メーカー、通信事業会社などの調査企画、実査、分析業務などに携わる。2011 年にカルチュア・コンビニエンス・クラブに入社。T ポイント加盟企業やメーカーへ、購買履歴やリサーチデータを活用したソリューション提案に関わる。現在は、CCC マーケティング総研に所属し、産学共創を進めている。



※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。

※お客様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。お客様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。

※ 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

【営業に関するお問い合わせ】
CCCマーケティング株式会社
担当：深井、若井
MAIL：mks-info@ccc.co.jp