

日本販売士協会 御中

CCCのデータベースからみる 顧客理解

CCCマーケティング株式会社



CCCマーケティングはさまざまな課題解決につながるソリューションを提供していくマーケティングカンパニーです。

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

strictly confidential

【閲覧制限A】提出企業様のみ

投影
のみ



Culture Convenience Club Co., Ltd.

カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社

蔦屋書店
カンパニー

TSUTAYA事業

マーケティング
カンパニー

データベース
マーケティング事業

コーポレート本部

7,000万人を超える会員データベースと
年間 50億件超の履歴をかけ合わせ
One to One Marketing を実施



CCC MARKETING GROUP

CCCグループアセット

ユニークデータを解決力に。
CCC MARKETING

■ Platform

暮らし・食・旅行・アート・リビング・子育てを通じたライフスタイル提案の場としてのTSUTAYA・蔦屋書店・T-SITEなどの企画、運営と業態開発

TSUTAYA

TSUTAYA BOOKSTORE

蔦屋書店
TSUTAYA BOOKS

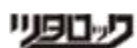
Electrics
蔦屋家電
TSUTAYA ELECTRICS

T-SITE



■ Lifestyle

雑誌、書籍、音楽、映画といったライフスタイルコンテンツの企画・制作・出版



復刊ドットコム

美術手帖

徳間書店



HONEY

SCUDERIA

Newsweek

FIGARO

pen

RollingStone

VINTAGE LIFE

S Cawaii!

GISELe

Blue.

Animage

食楽

■ Public Facility

自治体と連携し、指定管理者として公共施設等を通じ、地域の方々へ新しいライフスタイルを提案

武雄市図書館
TAKEO CITY LIBRARY

高梁市図書館
TAKAHASHI CITY LIBRARY

多賀城市立図書館
TAGAJI CITY LIBRARY

周南市立徳山駅前図書館
SHUNAN CITY LIBRARY

和歌山市民図書館
WAKAYAMA CIVIC LIBRARY

海老名市立中央図書館
EBINA CITY CENTRAL LIBRARY



encross



MARUTASU

■ Marketing

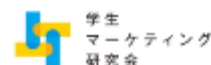
人と社会をつなぐ「T」として、毎日の暮らしにSmall Happyを生み出すサービスや企画を実行。また、年間利用会員7,000万人、提携企業6,000社強で構築されたデータベースを用いたマーケティング事業

T-POINT / T-CARD

CCC MARKETING

CCC
MARKETING

総研



カオテミル



■ Financial

電子マネーの「Tマネー」、「Tポイント投資」「クレジット機能付きTカード」、「T NEOBANK」などの「T」でひろげる新たなフィンテックサービス

T-MONEY

NEOBANK

ネオモバ

creal x T-POINT



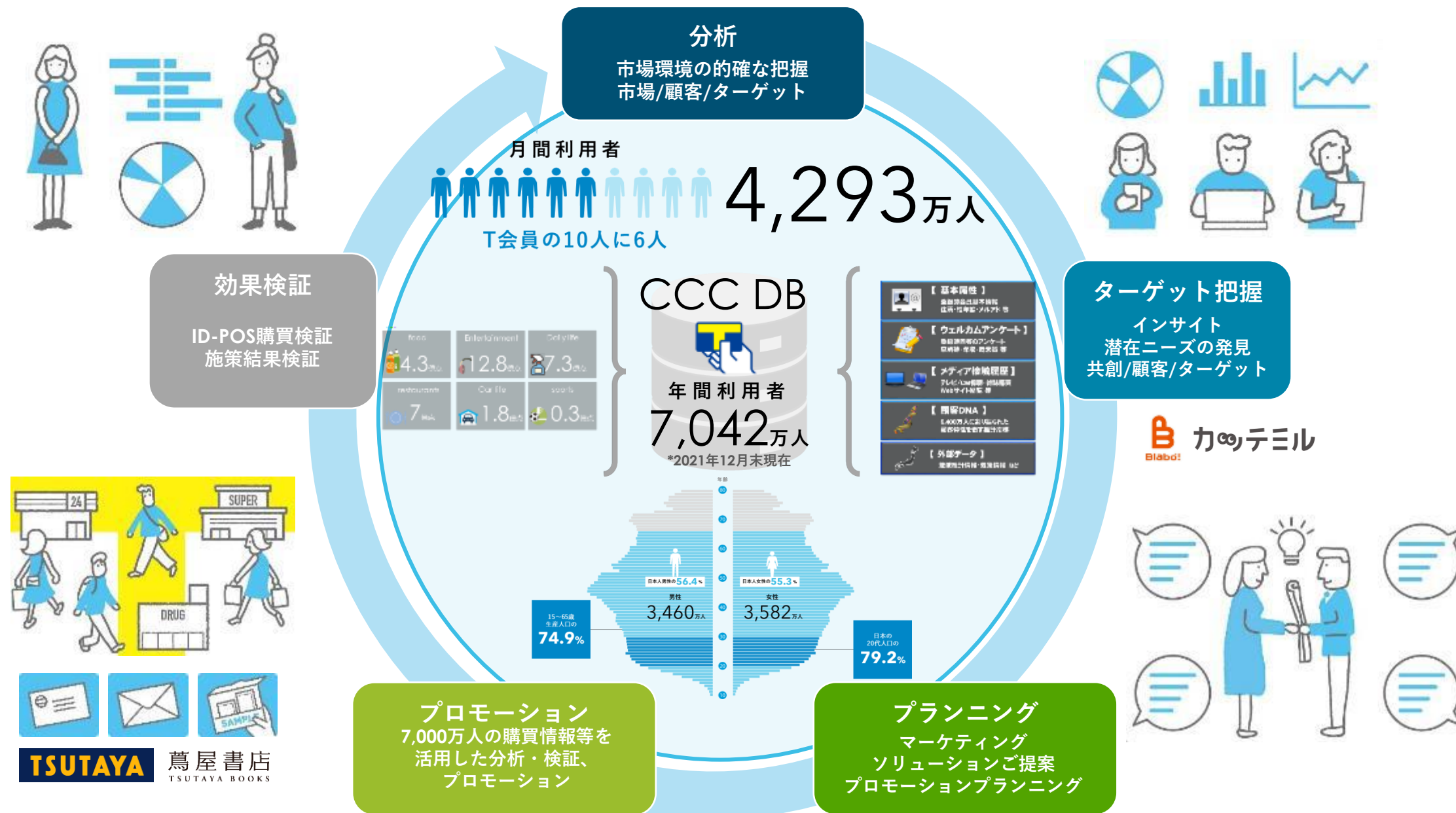
■ Group

Culture Entertainment

GREEN FUNDING
by T-SITE



ほか



UNIQUE DATAをもとに、生活者の声を発信するCCCマーケティング総研を立ち上げました。
産学共同の取り組みや共同研究なども積極的に推進しております。



ホーム / 総研

みんなの
「好き」を知る

DATA
SCIENCE

CCC
MARKETING

総 研

CCCMK総研は、消費データ、皆さま方のご意見や心持ちの変化、さらには社会環境や経済情勢等を踏まえ、生活者の皆さま方の「ちょっといいな」を実現するためお役に立てそうな情報発信をして参ります。CCCMK総研は約7,000万人の生活者の皆さま方の思いを紡ぐ研究所です。

生活者の皆さまのお気持ちを世の中に発信し、皆さま方おひとりおひとりの「SMALL HAPPY」の実現に貢献したい。
—それが我々の思いです。



CCCMARKETING 総研 所長
Minoru Shinbashi 新橋 実

分析
市場環境の的確な把握
市場/顧客/ターゲット

企業様の課題解決に必要な“生活者の声”を分析するためのサポート



ターゲット把握
インサイト
潜在ニーズの発見
共創/顧客/ターゲット

B カのテミル
Blabd!

生活者の変化を知る調査・分析支援

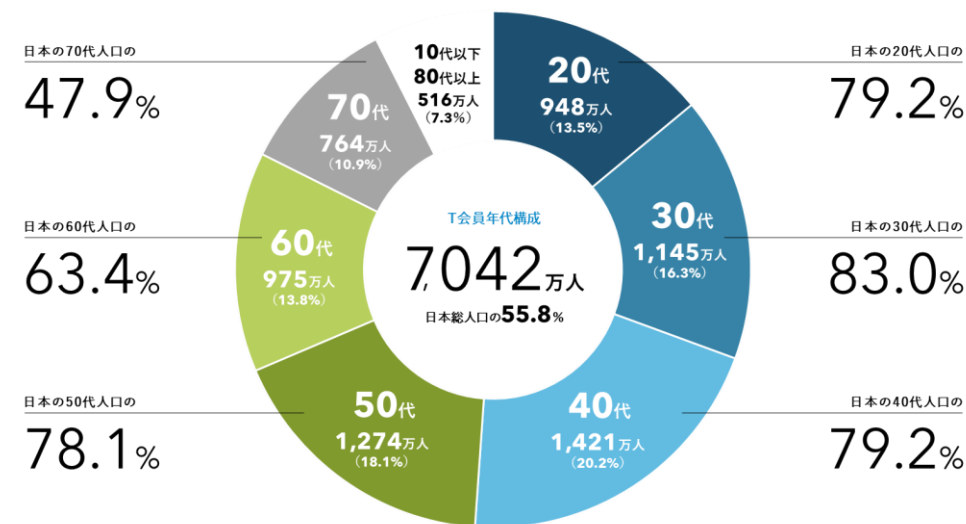
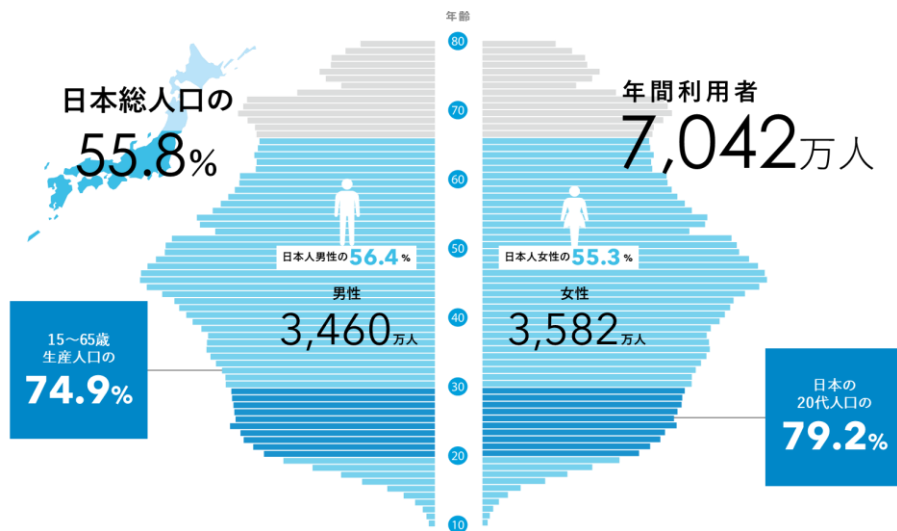
CCCマーケティングの会員基盤

ユニークデータを解決力に。
CCC MARKETING

※T会員数（Tカード保有・名寄せ） 2021年12月末時点

規模

年間利用者数 7,000万人超 1人につき1ID（重複なし）で管理



頻度

約6割が月に1回以上利用

週間利用者
T会員の10人に4人

T会員全体の 35.8%
2,523万人

月間利用者
T会員の10人に6人

T会員全体の 61.0%
4,293万人

種類

5,497社でTポイントが貯まる・使える



2021年11月末時点
国内外の実店舗
（自治体含む） 7

UNIQUE DATAをもとに、生活者の声を発信するCCCマーケティング総研を立ち上げました。
産学共同の取り組みや共同研究なども積極的に推進しております。



ホーム / 総研

みんなの
「好き」を知る

DATA
SCIENCE

CCC
MARKETING
総研

CCCMK総研は、消費データ、皆さま方のご意見や心持ちの変化、さらには社会環境や経済情勢等を踏まえ、生活者の皆さま方の「ちょっといいな」を実現するためお役に立てそうな情報発信をして参ります。CCCMK総研は約7,000万人の生活者の皆さま方の思いを紡ぐ研究所です。

生活者の皆さまのお気持ちを世の中に発信し、皆さま方おひとりおひとりの「SMALL HAPPY」の実現に貢献したい。
—それが我々の思いです。



企業さま向け Excelデータ分析入門講座なども不定期開催しています。
情報についてはこちらで発信していますのでフォローお願いします



メルマガ配信ご希望の方は、twitterからDMいただくか、下記まで
cccmk-souken@ccc.co.jp



【生活者意識調査】誰もが初めて迎えた“ニューノーマルの年末年始” その行動はどう変わったのか

感染拡大が年末年始の恒例行事に与えた影響は？
オンライン...



【生活者意識調査】2020年の社会や世の中は“何色”だった？（後編）＜withコロナの2020年からみる2030年の社会や世の中は？＞

「色」に込められた想いや価値観、そしてポストコロナ社会...



【生活者意識調査】私たちの生活に浸透してきた「サブスク」 生活者はどう評価している？

気がつけば、あれも「サブスク」、これも「サブスク」...



受付終了【オープンイノベーションプラットフォーム】学生マーケティング研究会プレゼンテーション開催

2021年1月23日（土）_プレゼンテーション開催のご案内



【生活者意識調査】2020年の社会や世の中は“何色”だった？（前編）

「色」に込められた想いや価値観、また来年への希望とは



【生活者意識調査】家事の喜び、再発見

～この1年での家事の変化～ 大変、でもメリットも

その他CCCマーケティング総合研究所で実施している調査・研究はこちらをご参照ください。

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



本件に関する問合せ先
CCCマーケティング総合研究所

Shohei.Oyama@ccc.co.jp