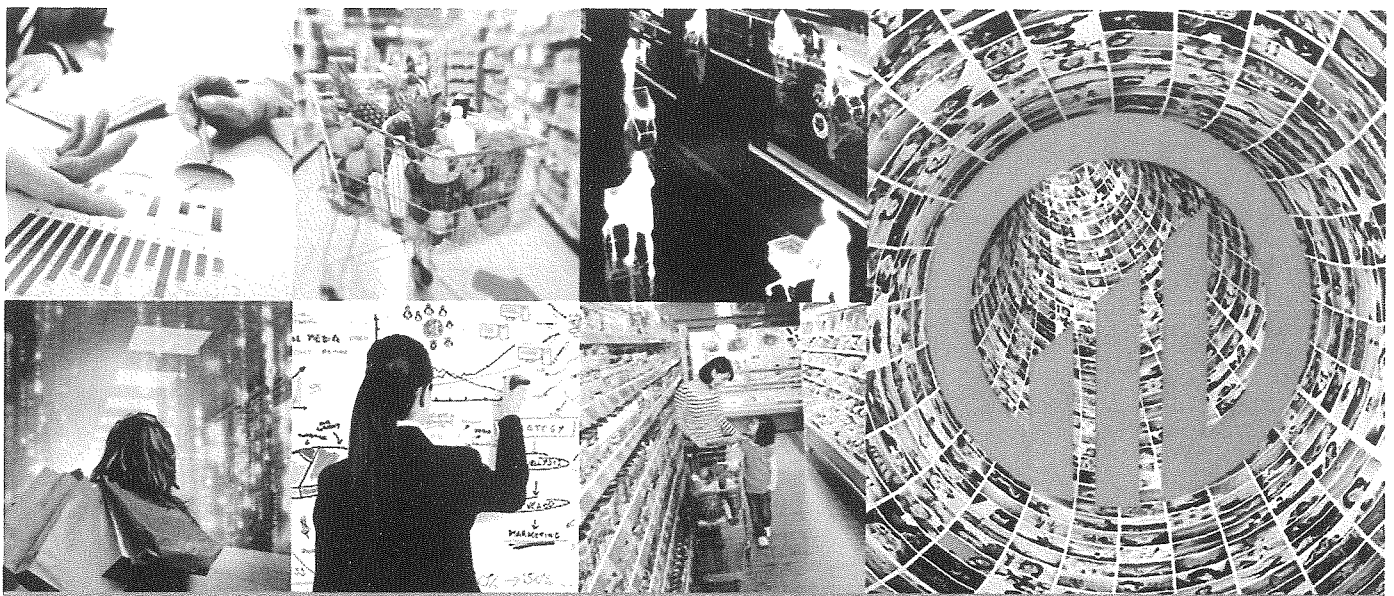




大いなる多摩学会 ービッグデータプロジェクトの取り組みー

2016年7月16日
カスタマー・コミュニケーションズ株式会社
代表取締役社長 米倉 裕之



会社概要



会社名	カスタマー・コミュニケーションズ株式会社（略称：CCL）																													
設立	2000年10月10日																													
主要株主	■株式会社産業革新機構 ■株式会社プラネット ■第一生命保険株式会社 ■三菱商事株式会社 ■株式会社デジタルガレージ ■株式会社博報堂 ■株式会社博報堂プロダクツ ■株式会社ドコモ・インサイトマーケティング 他																													
役員	<table><tr><td>■代表取締役社長</td><td>米倉 裕之</td><td></td></tr><tr><td>■取締役</td><td>石井 賢治</td><td></td></tr><tr><td>■取締役（社外）</td><td>中津 武</td><td>株式会社産業革新機構 マネージングディレクター</td></tr><tr><td>■取締役（社外）</td><td>内田 慎次郎</td><td>株式会社産業革新機構 ディレクター</td></tr><tr><td>■取締役（社外）</td><td>松本 俊男</td><td>株式会社プラネット 常務取締役</td></tr><tr><td>■取締役（社外）</td><td>結城 義晴</td><td>株式会社商人舎 代表取締役社長</td></tr><tr><td>■取締役（社外）</td><td>田窪 伸郎</td><td>株式会社コーポレートディレクション パートナー</td></tr><tr><td>■常勤監査役</td><td>川崎 清</td><td>元株式会社資生堂 取締役執行役員常務</td></tr><tr><td>■相談役</td><td>玉生 弘昌</td><td>株式会社プラネット 代表取締役会長</td></tr></table>			■代表取締役社長	米倉 裕之		■取締役	石井 賢治		■取締役（社外）	中津 武	株式会社産業革新機構 マネージングディレクター	■取締役（社外）	内田 慎次郎	株式会社産業革新機構 ディレクター	■取締役（社外）	松本 俊男	株式会社プラネット 常務取締役	■取締役（社外）	結城 義晴	株式会社商人舎 代表取締役社長	■取締役（社外）	田窪 伸郎	株式会社コーポレートディレクション パートナー	■常勤監査役	川崎 清	元株式会社資生堂 取締役執行役員常務	■相談役	玉生 弘昌	株式会社プラネット 代表取締役会長
■代表取締役社長	米倉 裕之																													
■取締役	石井 賢治																													
■取締役（社外）	中津 武	株式会社産業革新機構 マネージングディレクター																												
■取締役（社外）	内田 慎次郎	株式会社産業革新機構 ディレクター																												
■取締役（社外）	松本 俊男	株式会社プラネット 常務取締役																												
■取締役（社外）	結城 義晴	株式会社商人舎 代表取締役社長																												
■取締役（社外）	田窪 伸郎	株式会社コーポレートディレクション パートナー																												
■常勤監査役	川崎 清	元株式会社資生堂 取締役執行役員常務																												
■相談役	玉生 弘昌	株式会社プラネット 代表取締役会長																												
事業目的	小売業様の販売データ（顧客ID・POSデータ）を基にしたCRM・マーケティング事業																													
事業内容	1. スーパーマーケット / ドラッグストア / コンビニチェーン等の小売業様に対するID-POSシステム、販促・CRM支援 ・教育支援等のデータ活用、コンサルティングサービスの提供 2. マーケティングパネルデータ（購買行動全国パネル）としてメーカーに情報提供																													
取引実績	ドラッグストア、食品スーパー、コンビニエンス、消費財メーカー企業200社以上との取引実績																													

マーケティング企画 Marketing Planning

プロモーション企画 Promotion Planning

- ① **P**roduct (商品)
- ② **P**rice (価格)
- ③ **P**lace (消費される市場)

- ④ **P**romotion (販売促進)



メーカーだけでなく
流通にも地域にも**CMO**が必要

マーケティングデータとして活用が広がる ID-POS

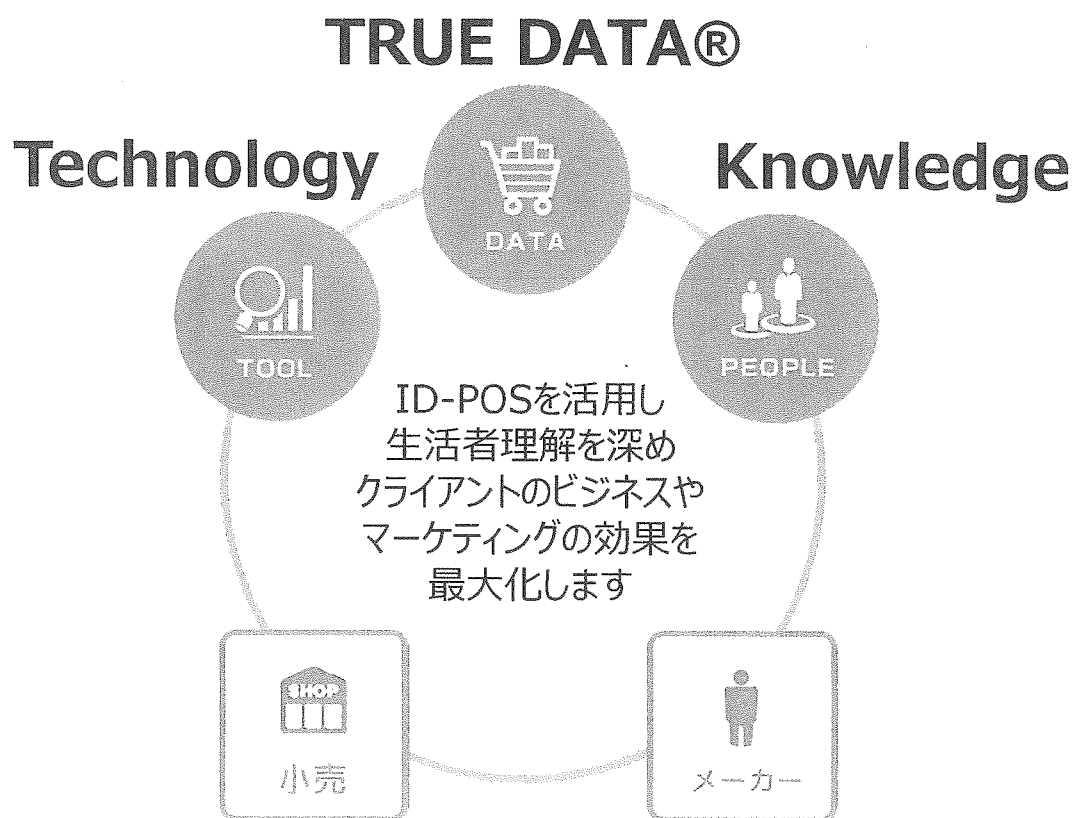
「ID-POSデータ」とは、会員証やポイントカード、電子マネー等のユーザーが保有する「IDコード」に、商品・サービスの購買履歴（POS）を紐づけたデータのこと。

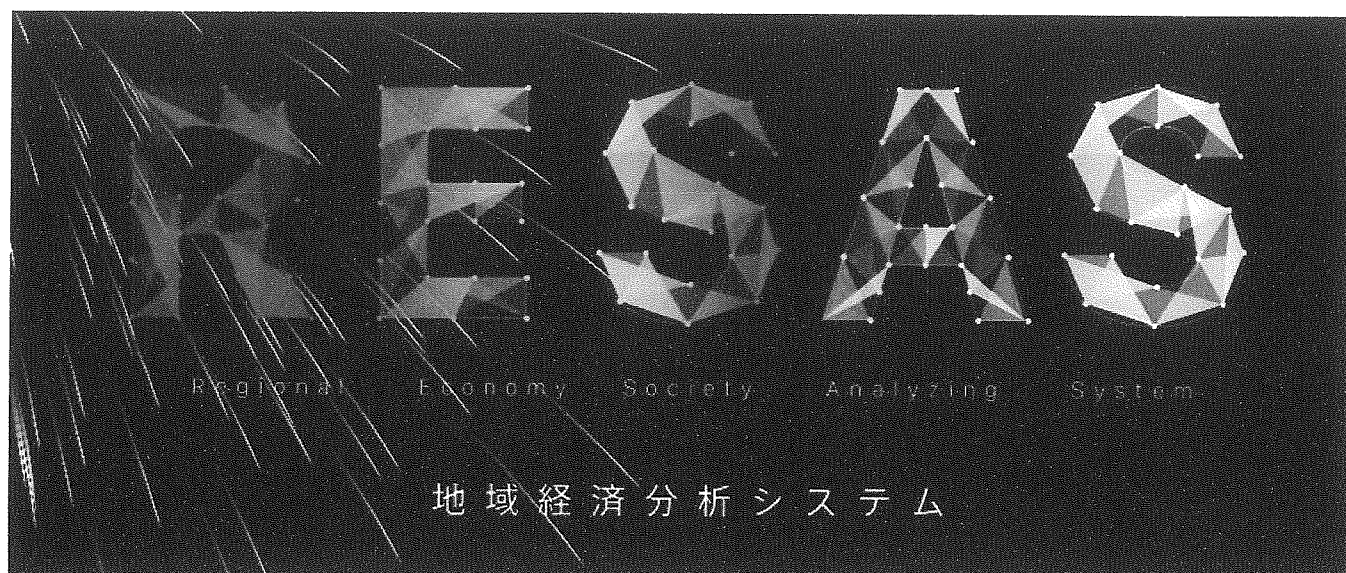


生活者の買い物行動情報（日本最大級のID-POSデータ）でマーケティング



(※) のべ会員数





内閣官房 まち・ひと・しごと創生本部事務局
内閣府 地方創生推進室

2016年3月 TRUE DATAより消費マップ向けにデータ提供開始

© 2016 Customer Communications, Ltd.

6

ビッグデータプロジェクトの研究目標について



大いなる多摩学会 設立趣旨より

- 多摩グローカリティー（ローカリティー×グローバルティー）を追求
- 地域に暮らす生活者のニーズ（課題・困りごと）から出発
- 最終的な解決策（事業・政策）を創造し、実践



1

「多摩」の地域課題をケーススタディとし
ビッグデータを用いて可視化/解決策を研究・提言

2

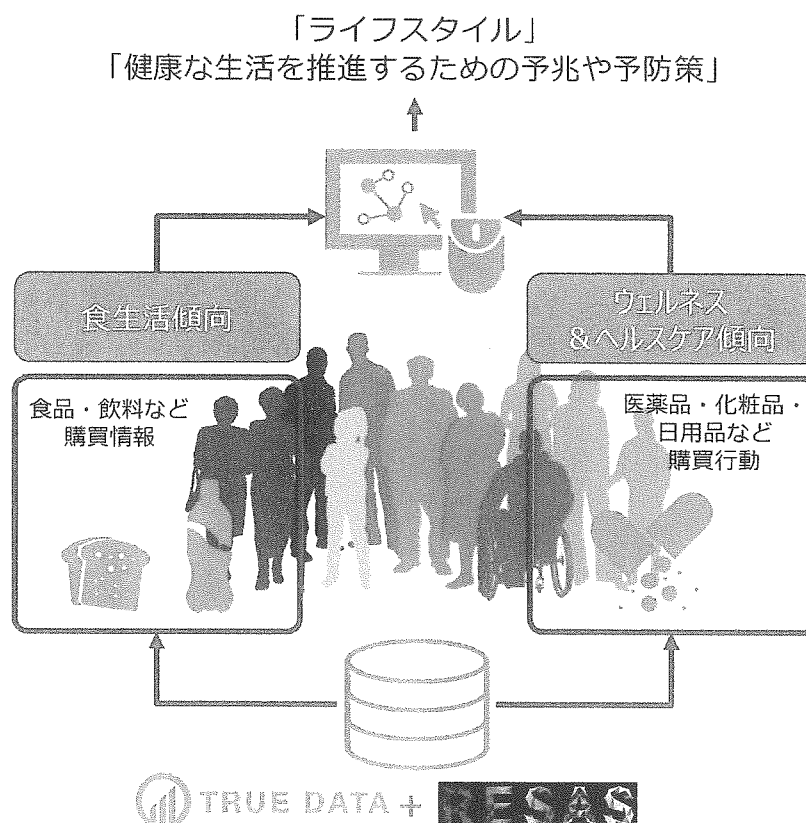
上記成果を普遍化し
「多摩」から次世代の日本のあり方を発信

ビッグデータで多摩エリア生活者ひとりひとりの暮らしを豊かにする



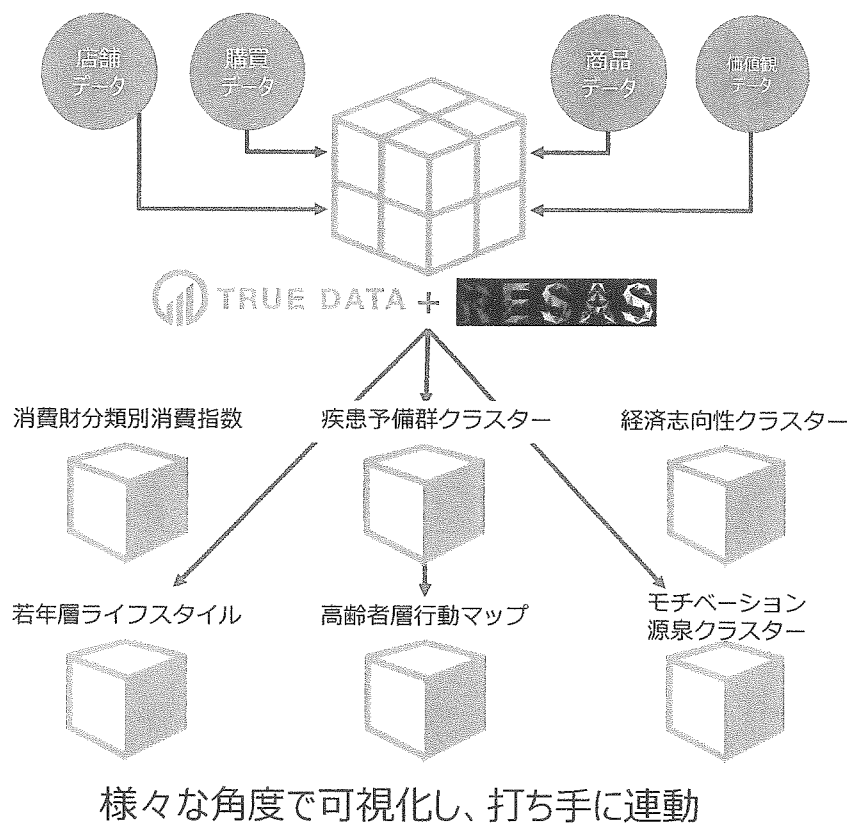
Value : ビッグデータプロジェクトの価値

生活者のニーズや困りごとは、消費・買い物行動にあらわれる。行動から真実を理解。



Vision : 多摩エリアの生活者を見る化

ライフスタイルを見る化し、多摩エリアの『opportunity』発見へ



Action : ビッグデータプロジェクト 今年度の取組（予定）

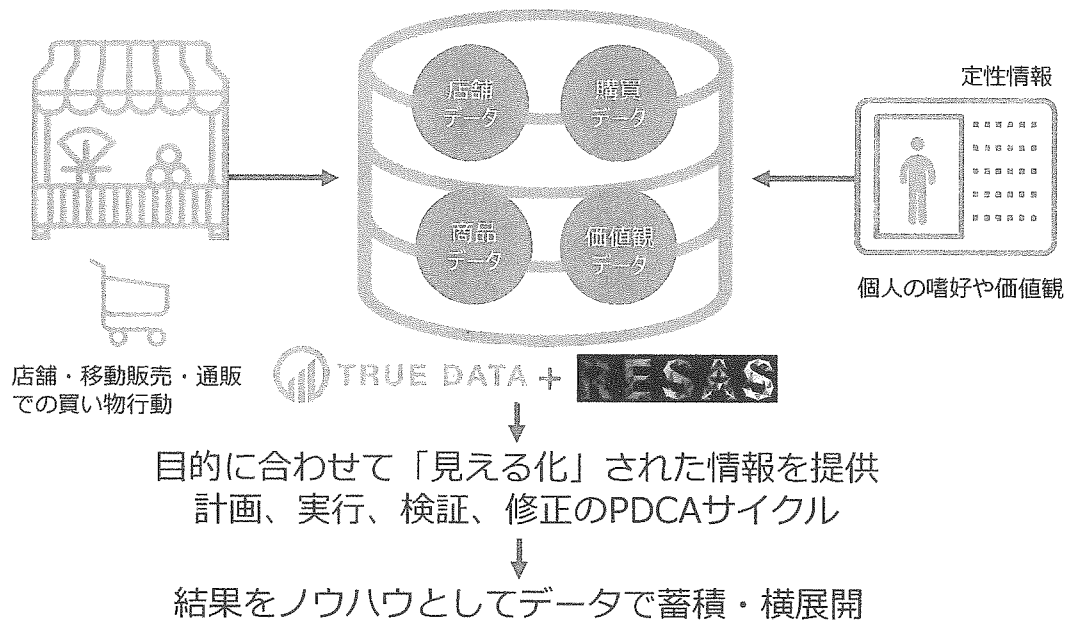
TRUE DATAから多摩エリアの生活者のライフスタイルを可視化

- ・ 多摩エリアと東京23区の違い
- ・ 多摩エリアの現在と5年前の変化

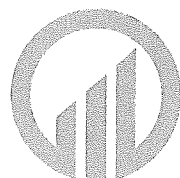


翌年度以降に進めていきたい事項

- 各種ビッグデータとのマッシュアップ
- ウェルネス&ヘルスケアスタイル データベース構築の検討 (IoT)
- 他プロジェクトとの連動
- 多摩地域における具体的な施策事例の創出



End of file



TRUE DATA
CUSTOMER COMMUNICATIONS, LTD.

本件に関するお問合せはこちらへ
カスタマー・コミュニケーションズ株式会社
アナリティクス・ソリューション部 越尾
電話：03-6430-0721
メール：y.koshio@truedata.co.jp