

# V会員のデータを活用したセグメント一覧！業界別活用例もご紹介

ユニークデータを解決力に。**CCC** MK HOLDINGS

本資料「**V会員のデータを活用したセグメント一覧！業界別活用例もご紹介**」をダウンロードいただきまして、誠にありがとうございます。

今回は…

- ☑ 約1.3億人（有効ID数）のV会員のデータを活用してできるセグメント
- ☑ 業界別セグメント活用イメージ

をご紹介します。

# 1. CCCMKホールディングスが保有するデータ

## 2. 基本セグメント一覧

## 3. 各業界向けセグメント

- ・ 食品・飲料
- ・ 通販
- ・ 日用品
- ・ 金融・保険
- ・ 不動産
- ・ 自動車
- ・ 教育



## 約1.3億人（有効ID数）のV会員の購買・行動データを自由に組み合わせてセグメント設計が可能です

### データの規模

年間  
アクティブ会員数

約**1.3**億人  
(有効ID数)

提携店舗数

約**15**万店舗  
(23年2月時点)

年間  
トランザクション数

**26**億件超え  
(23年12月時点)

### データの多様さ



#### 購買データ

レシート単位で保有



#### 属性データ

- ・性別／年齢／生年月日／居住地
- ・アンケート回答情報 など



#### その他

- ・WEB行動
- ・TV視聴データ など

シングルIDでつながる

※CCCMKホールディングスでは、セキュリティ上厳重に管理された環境のもと特定の個人を識別できない状態でマーケティング分析を行っております。

## 1. CCCMKホールディングスが保有するデータ

## 2. 基本セグメント一覧

## 3. 各業界向けセグメント

- ・ 食品・飲料
- ・ 通販
- ・ 日用品
- ・ 金融・保険
- ・ 不動産
- ・ 自動車
- ・ 教育

以降のページでは、

## 約1.3億人のV会員のデータを活用してできる基本的なセグメント

(有効ID数)

をご紹介します。



こんな時にご活用ください！

- V会員のデータを使ってできるセグメント一覧をみたい
- 施策のターゲットは決まっているので、使えるセグメントがあるかみてみたい



## 属性

- ・ 性別
- ・ 16歳～99歳（1歳単位）
- ・ 学齢指定
- ・ 生年月日



## お金

- ・ 個人年収
- ・ 世帯年収
- ・ 1ヶ月で自由に使えるお金（お小遣い）
- ・ 現在の貯金額



## 居住地

- ・ 都道府県
- ・ 市区町村指定
- ・ 郵便番号
- ・ 商圈指定  
対象地点からの円商圈○km、電車＋徒歩商圈○分 など



## 不動産

- ・ 居住形態  
持ち家一戸建て/賃貸一戸建て/分譲マンション/  
賃貸マンション/アパートなど
- ・ 不動産保有  
土地/戸建て住宅/集合住宅/  
持っていないが自宅に空き部屋がある など



## 家族構成

- ・ 配偶者の有無
- ・ 同居している子どもの人数
- ・ 同居している子どもの年齢
- ・ 同居家族  
一人暮らし/配偶者・パートナー/子ども/父親/母親/  
兄弟姉妹/祖父母 など



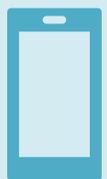
## 自動車

- ・ 運転免許有無
- ・ 自動車有無
- ・ 保有自動車のメーカー
- ・ 保有自動車のタイプ



## 生活習慣

- ・喫煙有無
- ・飲酒頻度
- ・視力矯正  
コンタクトレンズ/めがね/視力矯正していない など



## メディア・ 端末

- ・使用している携帯会社
- ・使用している端末タイプ
- ・利用しているメディア



## 志向性

Vポイントが貯まるカード  
の利用履歴から機械学習で  
衣食住遊働などを中心に多数の項目を  
スコアリングしたデータ

- ・衣\_ネット購入派
- ・食\_トクホ好き
- ・住\_タワマン好き
- ・遊\_インドア派
- ・情報\_SNS発信タイプ など



## 趣味・ 興味関心

V会員のみなさまに、サイト上で任意  
で回答いただくアンケートの結果

- ・スポーツ  
スポーツ観戦/ジョギング・ウォーキング/ゴルフ
- ・旅行、出かける  
車・ドライブ/国内旅行/海外旅行
- ・コンテンツ  
音楽鑑賞/映画・DVD鑑賞/読書/写真・映像/  
美術・アート/ゲーム/マンガ
- ・グルメ、料理  
料理/グルメ・食べ歩き/お酒
- ・作る、育てる  
園芸・ガーデニング/編み物・手芸
- ・ライフスタイル  
ファッション/ショッピング/美容/健康/ペット
- ・学ぶ  
語学・資格取得/財テク



## Web行動

### Yahoo! JAPANさまと連携した インターネット上の行動カテゴリー

- ・ 興味関心  
ショッピング/旅行/金融/美容 など
- ・ 購買意向  
アウトドア/教育/不動産/コスメ など



## TV視聴

### 地デジ・BSともに 1秒単位のLIVE・録画視聴データ



## マンション

- ・ 建築構造
- ・ 築年数
- ・ 売買価格
- ・ 賃貸価格 など



## 購買データ

コンビニ、スーパーマーケット、ドラッグストア、ホームセンターなどでのレシート単位の購買データをカテゴリやSKU単位で活用

### ・ カテゴリ例

パン・シリアル類/菓子/アイスクリーム/果汁飲料/アルコール飲料/乳幼児食品/健康食品/育児用品/衣料用洗剤/基礎化粧品/インバスヘアケア/浴室・トイレ用品/ゲーム/知育・音楽玩具/自動車 など



## データ連携

貴社からお預かりした既存顧客データを、約1.3億人（有効ID数）のV会員のデータと連携して分析や施策へ活用

## 1. CCCMKホールディングスが保有するデータ

## 2. 基本セグメント一覧

## 3. 各業界向けセグメント

- ・ 食品・飲料
- ・ 通販
- ・ 日用品
- ・ 金融・保険
- ・ 不動産
- ・ 自動車
- ・ 教育

以降のページでは、

## 業界ごとのセグメント活用イメージ

をご紹介します。

食品・飲料

通販

日用品

金融・保険

不動産

教育

自動車

こんな時にご活用ください！

- 自分の業界ではどんなセグメントが活用できるか知りたい
- 実際の施策の際のセグメントイメージをみたい



## ■実際のセグメント例

競合商品購買者	・ 購買データ：直近1年の競合商品購買者
ビールヘビー購買者	・ 属性：20歳以上 ・ 購買データ：ビール年間50本購買者
自社TVCM視聴者	・ TV視聴データ：自社商品のCM視聴者

## ■基本セグメント活用イメージ

 属性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ アルコール飲料の販促施策 → 20歳以上に限定</li> <li>・ カテゴリ購買者の人気商品ランキング → 1歳ごとに可視化</li> </ul>
 お金	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ プレミアムビールなどの高単価商材の販促施策 → 世帯年収1,000万円以上に限定</li> </ul>
 志向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自社商品購買者の志向把握 → 新しいもの好き/オーガニック好き/美容食品好き など</li> </ul>

 趣味・興味関心	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 競合商品購買者の興味関心把握 → 料理/グルメ・食べ歩き/お酒・美容/健康など</li> </ul>
 TV視聴データ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ TVCMの効果検証 → 自社商品のCM視聴者が 実際に自社商品を購入したのかを検証</li> </ul>
 購買データ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 同カテゴリの商品購買者分析</li> <li>・ 指定の競合商品購買者の人となり可視化</li> <li>・ バasket/期間併買商品の分析</li> <li>→ SKU単位での購買データを活用 (コンビニ、スーパーマーケット、ドラッグストアなど)</li> </ul>



## ■実際のセグメント例

潜在優良顧客	・データ連携：貴社顧客データと連携して分析した、ヘビー層に近い「潜在優良顧客」
美容・健康関心層	・購買データ：美容・健康関連の書籍購買者
誕生日の方	・属性：お誕生日に合わせたキャンペーン訴求

## ■よく使用する基本セグメント

 属性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・通販コスメの初回トライアル施策 →20歳以上女性</li> <li>・シニア向け健康食品の販促施策 →60歳以上男性・女性</li> <li>・特別キャンペーン施策 →お誕生日の方に限定</li> </ul>
 居住地	<ul style="list-style-type: none"> <li>・配送不可エリアを除く →郵便番号で指定</li> </ul>
 志向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新規顧客獲得施策 →衣_ネット購入派、情報_ネット口コミ重視派 など</li> </ul>

 趣味・興味関心	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自社商品購買者の興味関心把握 →ファッション/美容/健康/ペット など</li> </ul>
 Web行動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・興味関心層へ向けた新規顧客獲得 →美容/健康 など</li> </ul>
 データ連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・優良顧客類似者へのアプローチ →貴社の既存顧客データを教師データに、V会員のデータと連携して類似者をセグメント</li> </ul>



## ■実際のセグメント例

美容関心層	<ul style="list-style-type: none"> <li>・興味関心：美容</li> <li>・購買データ：美容関連書籍/商品購買者</li> </ul>
店舗集客	<ul style="list-style-type: none"> <li>・居住地：全国の取り扱い店舗から電車で1時間以内居住</li> </ul>
パパママ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家族構成：お子さんの人数、年齢セグメント</li> <li>・購買データ：乳幼児、育児用品購買者</li> </ul>

## ■よく使用する基本セグメント

 家族構成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子ども向け商品施策 →同居している子どもの人数/年齢</li> </ul>
 居住地	<ul style="list-style-type: none"> <li>・店舗限定キャンペーン施策 →キャンペーン実施店舗から電車で1時間以内居住者</li> </ul>
 趣味・興味関心	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新規顧客獲得施策 →スポーツ観戦/ジョギング・ウォーキング/ゴルフ /美容/健康/ペット など</li> </ul>

 Web行動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・興味関心層へ向けた新規顧客獲得 →美容/健康 →ペット用品、育児製品、スポーツ など</li> </ul>
 購買データ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・同カテゴリーの商品購買者分析</li> <li>・指定の競合商品購買者の人となり可視化</li> <li>・バスケット/期間併買商品の分析 →SKU単位での購買データを活用 (コンビニ、スーパーマーケット、ドラッグストアなど)</li> </ul>



## ■実際のセグメント例

カードローン 関心層	<ul style="list-style-type: none"> <li>・興味関心：ローン</li> <li>・Web行動：ローン/教育/引っ越し</li> </ul>
自動車保険 関心層	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自動車：自動車保有</li> <li>・興味関心：保険</li> <li>・Web行動：自動車保険</li> </ul>
生命保険 関心層	<ul style="list-style-type: none"> <li>・購買データ：結婚関連書籍購買者</li> <li>・家族構成：0~3歳のお子さまがいる方</li> </ul>

## ■よく使用する基本セグメント

 属性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・保険資料請求の獲得施策 →35歳以上</li> </ul>
 家族構成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・死亡保険、医療保険資料請求の獲得施策 →配偶者の有無</li> <li>・学資保険資料請求の獲得施策 →同居している子供の人数/年齢</li> </ul>
 お金	<ul style="list-style-type: none"> <li>・カードローン申し込み獲得施策 →年収500万円以上/貯蓄額が少ない など</li> </ul>

 自動車	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自動車保険申込の獲得施策 →自動車有無/保有自動車のメーカー/保有自動車のタイプ</li> </ul>
 趣味・興味関心	<ul style="list-style-type: none"> <li>・カードローン申し込みの獲得施策 →車・ドライブ/国内旅行/海外旅行/ギャンブル</li> <li>・投資商品説明会の獲得施策 →財テク など</li> </ul>
 Web行動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・興味関心層へ向けた新規顧客獲得 →金融/保険 (学資保険、生命保険など) /教育/引っ越し</li> </ul>



## ■実際のセグメント例

不動産売却 関心層	<ul style="list-style-type: none"> <li>不動産：マンション、一軒家など不動産保有</li> </ul>
高所得者	<ul style="list-style-type: none"> <li>お金：年収700万円以上</li> <li>購買データ：ハイオクのガソリン購買者</li> </ul>
不動産購買 関心層	<ul style="list-style-type: none"> <li>Web行動：不動産購買関連行動</li> </ul>

## ■よく使用する基本セグメント

 <p>居住地</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不動産購買希望者の獲得施策 → 市区町村ごとなどにエリア指定</li> </ul>	 <p>お金</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高所得者向け不動産訴求 → 年収1,000万円以上 など</li> </ul>
 <p>家族構成</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ファミリー向け不動産訴求 → 同居している子どもの人数/年齢</li> </ul>	 <p>Web行動</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>展示場への集客施策 → 不動産/マンション/引っ越し</li> </ul>
 <p>不動産</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不動産売却希望者の獲得施策 → 土地/戸建て住宅/集合住宅/ 持っていないが自宅に空き部屋がある</li> </ul>	 <p>マンション</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不動産売却者獲得施策 → 売買価格2,000万円以上のマンション居住者</li> </ul>



## ■実際のセグメント例

自動車保有	・自動車：自動車あり、免許ありなど
ファミリー	・家族構成：お子さまあり
展示イベント集客	・趣味、興味関心：車、ドライブ好き ・居住地：販売店から車で30分以内居住者

## ■よく使用する基本セグメント

 居住地	<ul style="list-style-type: none"> <li>・試乗イベント集客施策 →販売店（ディーラー）から車で30分以内居住者</li> </ul>	 自動車	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自動車乗り換えキャンペーン訴求 →自動車有無/保有自動車のメーカー 保有自動車のタイプ など</li> </ul>
 家族構成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ファミリー向け自動車訴求 →同居している子どもの人数/年齢</li> </ul>	 趣味・興味関心	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売店（ディーラー）来店者の興味関把握 →旅行/車・ドライブ など</li> </ul>
 お金	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売店（ディーラー）送客施策 →年収600万円以上</li> </ul>	 Web行動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売店（ディーラー）送客施策 →自動車/バイク など</li> </ul>



## ■実際のセグメント例

幼児教室申込	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家族構成：小さいお子さまがいらっしゃる方</li> <li>・居住地：教室から車で30分以内居住者</li> </ul>
受験生（とその親）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・属性：中学2年生、高校2年生など学齢セグメント</li> <li>・購買データ：「高校受験」「大学受験」などをタイトルに含む書籍購買者</li> </ul>
知育商品 興味関心層	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家族構成：対象の年齢のお子さまがいらっしゃる方</li> <li>・購買データ：「知育」「モンテッソーリ教育」などをタイトルに含む書籍購買者</li> </ul>

## ■よく使用する基本セグメント

<p>属性</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・夏季・冬季講習の集客施策 →学齢指定で本人に届ける（中3、高1、高2）など</li> </ul>
<p>居住地</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・体験授業の申し込み施策 →塾などの各教室から電車で30分以内居住者</li> </ul>
<p>家族構成</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・体験授業の申し込み施策 →同居している子どもの人数/年齢</li> </ul>

<p>Web行動</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・受験前特訓の申込者獲得施策 →高校受験、大学受験 など</li> </ul>
<p>購買データ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・体験授業の申し込み施策 →「小学3年生の〇〇」、「大学受験の〇〇」などの書籍購買者</li> </ul>
<p>データ連携</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既存顧客のページや推計によるセグメント設計 →貴社の既存顧客データを教師データに、V会員のデータと連携して類似者データを活用</li> </ul>

# CCC MK HOLDINGS では、 セグメントに関する**無料ご相談**も受付中

お気軽にご相談ください！

お打ち合わせ予約

お問い合わせフォーム

<https://www.cccbiz.jp/contact>

メールでのお問い合わせ

[mks-info@ccc.co.jp](mailto:mks-info@ccc.co.jp)

**CCC**  
**MK HOLDINGS**

<https://www.cccbiz.jp/>