

Press Release
【報道関係各位】

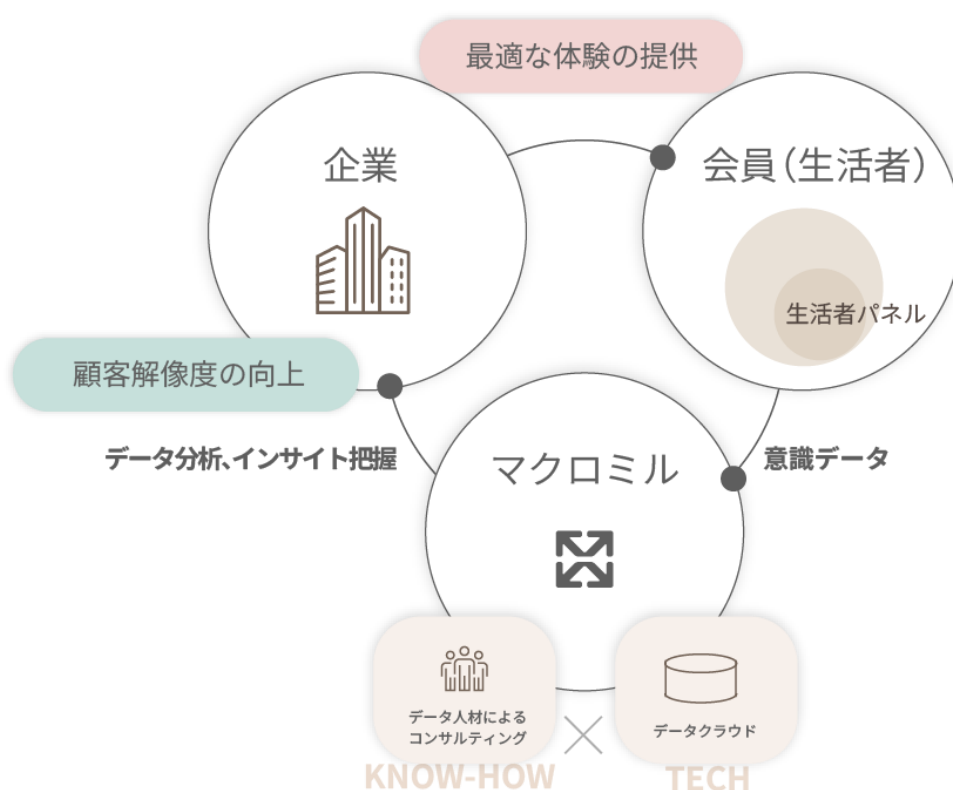
マクロミル、CRM／CX 支援ソリューションの提供を開始

企業のファーストパーティデータをアンケートなどの意識データで補完し、顧客体験やコミュニケーションを最適化

2025 年 7 月 7 日
株式会社マクロミル

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO：佐々木徹 以下、当社）は、創業以来 25 年にわたり蓄積してきた意識データやデータ分析、データガバナンスの知見を活用し、企業の顧客関係管理（Customer Relationship Management 以下、CRM）と顧客体験（Customer Experience 以下、CX）における課題解決に向けた CRM／CX 支援ソリューションの提供を開始します。

当社は、企業が保有するファーストパーティデータ（会員の属性情報や Web 閲覧履歴、購入履歴など）に、生活者パネル（調査対象者）から同意を得て取得した意識データ（企業が実施するアンケート結果や、当社の独自調査結果など）を、企業との共通識別子を通じて突合し、分析を可能にする CRM／CX 支援ソリューションを開発しました。企業はこの仕組みを活用することで、自社のサービスを利用する一人ひとりの行動の背後にあるインサイト（興味関心、価値観やライフスタイル、サービスへの心理ロイヤリティなど）を把握できるようになります。これにより顧客解像度が向上し、提供する顧客体験やコミュニケーションをより最適化することが可能になります。



【図表 1】本ソリューションが目指す姿

1. 今、CRM/CX に「意識データ」が求められている背景

企業が CRM/CX 活動を行う上で、自社会員に関する情報は不可欠です。しかし、属性データと行動データで構成されるファーストパーティデータは、行動を起こしたロイヤルティ層のものが中心で、非ロイヤルティ層（ライト層や休眠層）のデータは限定的です。そのため、顧客解像度を高めるための情報が不足し、非ロイヤルティ層を含む全会員一人ひとりに最適化された CRM/CX 活動を行うことが難しい状況です。

さらに、2010 年代にサードパーティ Cookie を利用した DMP（Data Management Platform）が隆盛しましたが、個人データの不正利用事件などを契機にサードパーティによるトラッキングの規制が強化され、企業におけるサードパーティデータの利用は困難になりました。

ファーストパーティデータが不足し、サードパーティデータも入手困難な中、企業は生活者と直接コミュニケーションを取り、同意を得た上でファーストパーティデータを収集・活用することが重要課題となっています。一部企業ではアンケートやインタビューで意識データを収集し、会員の解像度を高める取り組みが行われてきました。しかし、サンプルサイズ（対象者数）が限られ、統計化されたデータしか扱えないことから、意識データとファーストパーティデータを、共通の識別子を用いて突合し、活用するといった試みは進んでいません。

2. 本ソリューションの強み、実現できること

意識データは生活者の内面に関する情報を高精度で把握できます。しかし、突合後の共通識別子のボリュームが少ないため、データドリブン・マーケティングの PDCA サイクルへの十分な活用ができませんでした。

当社は、企業の会員や当社の生活者パネル（調査対象者）から同意を得た上で意識データを収集し、そのデータを企業のすべての会員層にひもづけ、付与する仕組みを実現しました。これにより、すべての会員に対する顧客体験やコミュニケーションの最適化への活用が可能となりました。

＜実現できること＞

- ① 企業の顧客解像度の向上：ファーストパーティデータだけでは把握ができなかった会員のインサイトを把握することが可能
- ② 全会員層への最適な顧客体験の提供：行動データの不足によりアプローチが難しかったライト顧客や休眠顧客も含め、すべての会員に対し、提供する顧客体験やコミュニケーションを最適化することが可能

3. 本ソリューションの詳細

<https://www.macromill.com/service/crm-cx/>

マクロミルは、顧客企業のリサーチ課題に留まらず、より上流からマーケティング課題全体の解決を支援するため、「総合マーケティング支援企業」へと事業モデルの変革を進めています。今後も、当社が保有する消費者パネルから得られるさまざまなデータを活用した革新的なサービスを提供し、マーケティングビジネス領域全体にイノベーションを拡げることを目指します。

以上

■ 株式会社マクロミルについて

マクロミルは、国内オンラインリサーチ業界のリーディングカンパニーです。市場シェア No.1[※]の豊富なリサーチ実績とノウハウ、90 以上の国と地域で 1.3 億人へのリサーチが可能なグローバルネットワーク、独自に構築した消費者パネルから得られる多種多様なデータを活用し、お客様のマーケティング課題の解決に向けて最適なソリューションを提供します。創業時から育んできたデータネイティブな発想で、お客様のビジネスに成功をもたらす Data Culture 構築の原動力となることを目指します。

※オンラインリサーチ市場シェア＝当社単体及び（株）電通マクロミルサイト、（株）H.M.マーケティングリサーチ（現 QO（株））のオンラインリサーチに係る売上高（2024 年 6 月期）÷一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）によって推計された日本の MR 業界市場規模・アドホック調査のうちインターネット調査分（2023 年分）（出典：一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）2024 年 6 月 27 日付第 49 回経營業務実態調査）

【株式会社マクロミル 会社概要】

代表者 : 代表取締役社長 CEO 佐々木徹
本社 : 東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー 11F
設立 : 2000 年 1 月 31 日
事業内容 : マーケティングリサーチおよびデジタル・マーケティング・ソリューションの提供
売上高 : 43,861 百万円（2024 年 6 月期）
URL : <https://www.macromill.com>

－ 本件に関するお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル 広報・ブランドマネジメント部 ^{わたらい} 度會、有吉
TEL : 03-6716-0707 MAIL: press@macromill.com
URL: <https://www.macromill.com>