

各 位

2024年4月12日

株式会社アスマーク

(証券コード：4197 東証スタンダード)

**企業保有データから行動データと意識データ統合・分析する新ソリューション
「データクリアパス」をリリース**

株式会社アスマーク（東京都渋谷区東、代表取締役：町田正一）は、2024年4月12日（金）に、リサーチでわかる「意識」データと顧客が保有する「行動」データを統合・分析できる顧客データ分析サービス「データクリアパス」をリリースいたしました。



■背景

当社は創業以来22年間、マーケティングリサーチに取り組み、将来の市場動向や顧客の行動を予測することで、企業が実施する未来に向けたマーケティング施策を手助けするサービスを提供してまいりました。また、この経験を通じて私たちは顧客の将来的なニーズを理解し、クライアントの事業の成功につなげる方法を実証してまいりました。

近年、企業においては、自社が保有する顧客データ内に存在する「行動」（購入、利用、アクセスなど）を分析し、その顧客群の行動パターンを詳細に紐解くことも重要なマーケティングプロセスとなっております。

しかしながら、膨大な行動データをどう扱ったら良いかわからない。またデータ分析をしたいがその体制が整っていないという声や、そもそもデータ分析の目的から検討したいという声が多く、当社にその相談やお問い合わせをいただくことが増えております。

当社はこの課題に対応し、データ分析体制の提供のみならず、自社のマーケティングリサーチ事業で培った知見をもとに、行動と意識のデータを統合することで新たな顧客価値を生み出し、より実行力のある分析かつ施策提案までを提供可能とした新サービス「データクリアパス」を開発いたしました。

企業が直面する”ユーザー行動が複雑化”している環境において、リサーチサービスでは提供し得ない、より確かな意思決定をサポートすることを目指します。

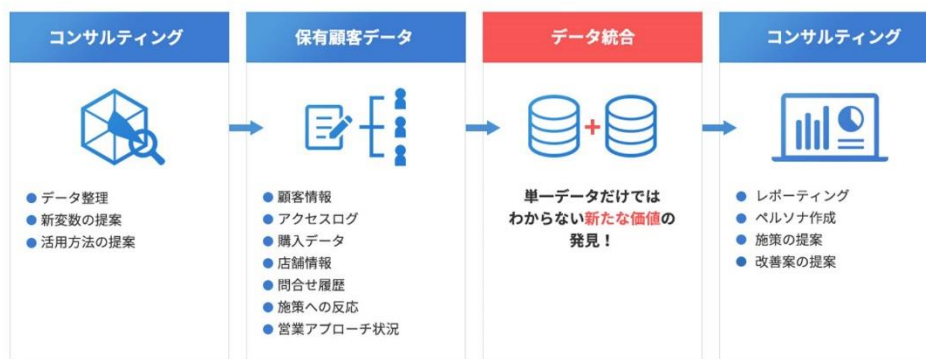
■ 特長

調査会社として年間 6,600 件以上のデータ分析に関わっており、その顧客理解のノウハウを基に、データ分析前の段階からクライアントに伴走します。アンケート調査やインタビュー調査などと掛け合わせたペルソナ理解もできるのが特長です。

- 調査経験を基にした企業が保有するデータ分析体制の提供
- データの掛け合わせで より深い顧客理解が可能
- データ統合・分析前後の企画、仮説設定、実行まで一気通貫で伴走
- 分析結果とリサーチを組み合わせることでクライアントのより確実な売上拡大に寄与

■ 顧客データ分析でわかる顧客理解

データの紐づけが難しい複数データを統合して顧客セグメントを構築、顧客の傾向やニーズを可視化！ 単一データだけではわからない思わぬ視点の発見にも。より深い顧客理解から企業戦略の見直しに活かすことができます。



さらに、データ分析で可視化された顧客セグメントを基に、企業保有の顧客リストに対して追加でアンケート調査やインタビュー調査の実施、一般消費者全体に対するリサーチ全般を提供することで顧客理解の解像度を上げることが可能です。

■ こんな悩みを解決

データ形式がバラバラで統合処理した顧客理解ができていない

- BI ツールを活用して顧客データの可視化をしたい
- 顧客データが活用しきれていない
- 顧客分析に時間と工数がかかっている
- 顧客データの統合分析を行える人材がいない
- 分析結果の精度を高める手法が見つからない

A graphic summarizing the pain points of fragmented customer data analysis:

- ✓ データ形式がバラバラで顧客理解ができていない
- ✓ BIツールを活用して顧客データの可視化をしたい
- ✓ 顧客データが活用しきれていない
- ✓ 顧客分析に時間と工数がかかっている
- ✓ 顧客データの統合分析を行える人材がいない

The graphic also features an illustration of a person standing next to a large blue filing cabinet, symbolizing the challenge of managing and analyzing large volumes of data.

■活用シーン

- ・客単位に落とし込んだマーケティング施策を実行したい

顧客の行動傾向やニーズが具体化できた



課題

顧客データが複数のシステムに分散されており、データ分析における専門知識を有する人材が不足している。データを統合し、意味のあるで解析したい。

実施概要

- クライアントの現状のデータ管理状況の確認、目標の明確化
- データ統合とクレンジングプロセスを通じて、一元化されたデータベースの構築
- 分析ツールを用いたデータ解析、顧客の行動パターンやニーズの特定
- 得られた洞察を基にしたマーケティング戦略の策定

- ・キャンペーン施策の際に発生する分析業務の効率化

キャンペーン参加者の行動傾向や特性、効果的なエンゲージメント手法が把握できた



課題

手作業でデータ分析をしているため非効率。また、各キャンペーン媒体のデータが統合されていないため全体像をできない。自動化とダッシュボード化を実現したい。

実施概要

- 現在の分析プロセスとニーズを調査
- 複数のキャンペーンデータを一元化し、自動分析が可能なカスタマイズされたダッシュボードを構築
- 効果的なキャンペーン戦略の策定を支援するための顧客インサイトの考察

- ・材ごとの顧客のペルソナとカスタマージャーニーの構築

データ分析後のインタビュー調査で、明確なカスタマージャーニーが描けた



課題

商材ごとに顧客ターゲットが異なるため、顧客像（ペルソナ）とカスタマージャーニーが描きにくい。社内の共通認識としてペルソナとカスタマージャーニーを構築したい。

実施概要

- クライアントが保有するデータ各種の確認
- 複数データを統合し、顧客セグメントと行動データを構築
- 構築した顧客セグメントと行動データも基に、ペルソナ構築のためのインタビュー調査を実施
- インタビュー調査の結果を基に、ペルソナとカスタマージャーニーを構築

22年間顧客理解に努めたことで開発された「データクリアパス」をお届けすることで、当社はマーケティングを必要としている全ての企業へ新しい価値を提供してまいります。

【株式会社アスマーク】

代表取締役：町田 正一

所在地：〒150-0011 東京都渋谷区東 1-32-12 渋谷プロパティータワー4F

電話番号：03-5468-5101

FAX 番号：03-5468-5102

設立：2001年12月21日

資本金：139百万円（2023年12月31日現在）

加盟団体：一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会

取得認証：プライバシーマーク（登録番号：12390094）
マーケットリサーチ製品認証規格（ISO 20252）

URL：<https://www.asmarq.co.jp/>

【本件に関する報道関係者からのお問合せ先】

株式会社アスマーク マーケティング担当：竹中

電話：03-5468-5101 メールアドレス：info@asmarq.co.jp FAX：03-5468-5102