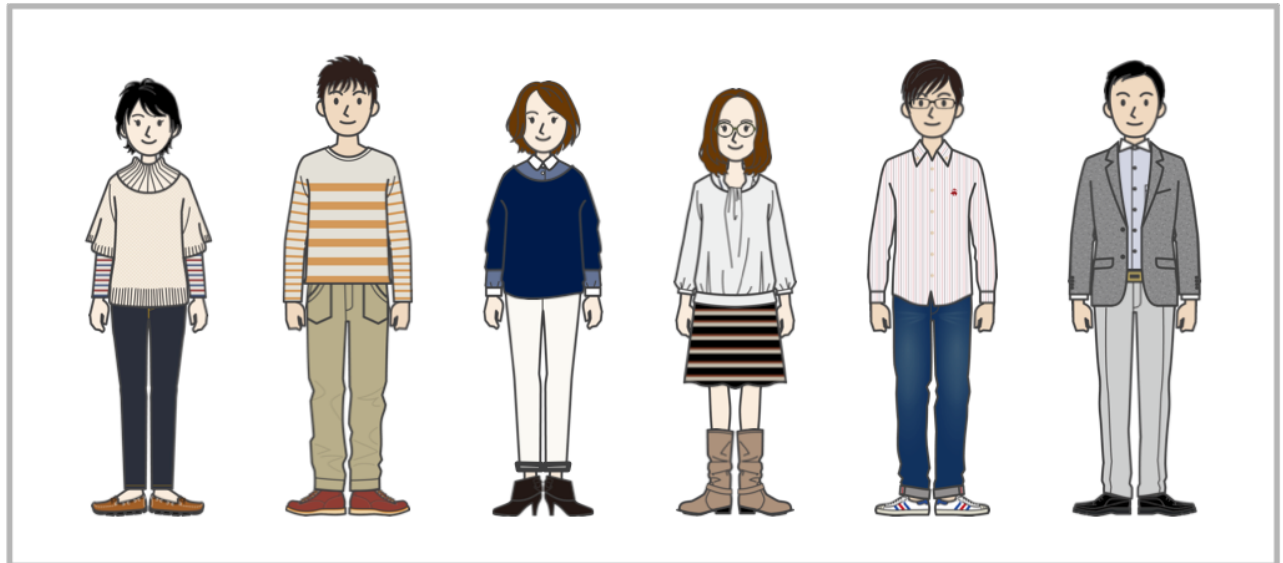


精度の高いターゲティングでマーケティング活動をサポートする オリジナル・ライフスタイルクラスターを構築

商品企画開発からプロモーション活動まで、企業の顧客創造をアシストする株式会社コプロシステム（本社：東京都品川区、代表取締役：金田浩邦、以下コプロシステム）とNTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：塚本良江、以下NTTコム オンライン）は、NTTコム オンラインが運営するインターネットアンケートサービス「NTTコム リサーチ」会員モニターのうち、全国約10,000人に対して実施したアンケート調査のデータに基づき、様々なライフスタイル特徴で消費者を分類したオリジナル・ライフスタイルクラスター^(*)を2016年2月24日に発表します。

^(*)クラスターとは「房」「集団」を意味し、多変量解析の一つであるクラスター分析によって生成されるもので、様々なアンケート回答者データを似たような回答傾向毎にまとめ、消費者をタイプ分類した結果のグループを指します。



【ライフスタイルクラスター構築の背景】

日本の社会は成熟の度合いを増し、消費者の求めるものはますます多様化してきています。そのような状況で、これまでのように性別や年代、居住地といったデモグラフィック属性に基づくターゲティングを行っても、有効なアプローチをすることが難しくなっているのが現状です。そこで、より精度の高いターゲティングでマーケティング活動を行うためのツールとして、生活行動や価値観、嗜好などのライフスタイル傾向で消費者を分類するオリジナルのライフスタイルクラスターを構築致しました。

【各クラスターの概略】

全国約10,000人にインターネット調査を実施し、「情報収集」や「購買・消費」「日々の過ごし方」など計24のライフスタイルに関する項目を分析し、以下の6つのクラスターを構築致しました。

- ① 堅実に暮らしていきたい主婦的価値観層
- ② 情報に振り回されないマイペース派
- ③ 他人の目を気にするトレンドウォッチャー
- ④ 消費で自己表現する都市型生活者
- ⑤ 何事も自分で決めたいリスク回避派
- ⑥ ステータスを重視するフォロワー層

【各クラスターの特徴】

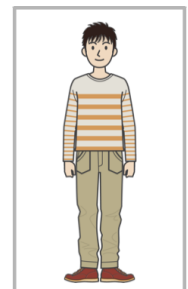
① 堅実に暮らしていきたい主婦的価値観層

女性比率が最も高く、かつ専業主婦比率も最も高いクラスターです。堅実な買い物の仕方を好み、テレビや口コミなどで情報を入手することが多くなっています。また人的ネットワークを活用するのが上手い一方で、周囲の大半が動き始めてから、それに追従する傾向があります。



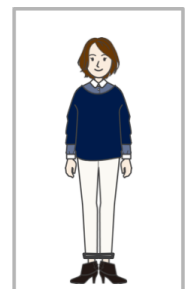
② 情報に振り回されないマイペース派

平均年齢が最も高く、構成比が最も小さいクラスターです。情報入手に対して消極的で情報感度はあまり高くなく、モノやコトの「新しさ」を重視していません。また他人や物事への興味や関与が低く、自分なりのペースで過ごす「持たざる生活」を好む傾向があります。



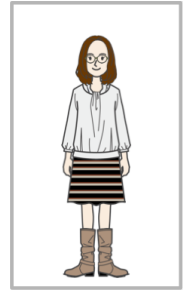
③ 他人の目を気にするトレンドウォッチャー

平均世帯年収が最も高く、既婚率も最も高いクラスターです。情報感度が非常に高く、流行にも敏感でアクティブに行動しています。また上昇志向も強く、ステータスを重視しています。一方で、他人から「センスの良さ」を認めて欲しいと思っており、自分に対する他人の評価を気にする傾向があります。



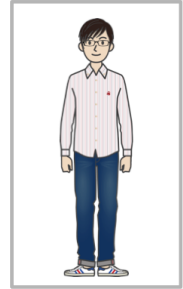
④ 消費で自己表現する都市型生活者

経済的に余裕があり、買い物することに喜びを感じるクラスターです。情報感度が高く購買意欲も旺盛ですが、自分らしさを大事にしているため「新しさ」よりも「自分にとっての価値」を重視しています。また衝動買いをしやすい傾向があり、アクティブに行動しますが上昇志向はあまり強くありません。



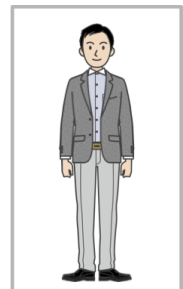
⑤ 何事も自分で決めたいリスク回避派

未婚率が最も高く、一人暮らし率も高いクラスターです。デジタルリテラシーが高く情報収集能力も高いですが、何事にもチャレンジするよりは慎重に行動するタイプであるため、買い物行動や趣味などでも具体的に行動する様子は見られません。また他人とのコミュニケーションについては淡白で、一人で行動することを好む傾向があります。



⑥ ステータスを重視するフォロワー層

男性比率が最も高く、かつ構成比も最も高いクラスターで全体の1/4を占めています。自分から積極的に行動することはなく、周りの状況によって自分の行動を決めるフォロワー的な行動傾向があります。また自分の基準で物事の判断をすることが少なく、社会的に評価の高いものやステータス性のあるものを頼って選択する傾向があります。



【調査概要】

- ・ 調査期間：2015年6月～7月
- ・ 調査方法：インターネットによるアンケート調査
- ・ 有効回答数：10,957人
- ・ 調査パネル：NTTコム リサーチ

コプロシステムは、これまで多くの企業様に商品企画開発のコンサルティングから、商品のプロモーション活動、商品流通後の消費者調査までのマーケティング活動をトータルに支援してまいりました。今後も、顧客接点の最前線にいる強みを活かし、生活者の声を反映したサービスを提供してまいります。



【株式会社コプロシステムについて】

- 社 名 株式会社コプロシステム
- 住 所 〒141-0022 東京都品川区東五反田1-6-3 いちご東五反田ビル4F
- 電 話 03-5424-4050(代表)
- U R L <http://www.coprosystem.co.jp>
- 設 立 1998年10月
- 資 本 金 4345万円
- 代 表 者 金田 浩邦(かねだ ひろくに)
- 売 上 高 6億9500万円 第16期(2015年6月末時点)
- 事業内容 マーケティング総合プロデュース事業

【NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社について】

- 社 名 NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社
- 住 所 〒141-0032 東京都品川区大崎1丁目5番1号 大崎センタービル4F
- U R L <http://www.nttcoms.com/>
- 設 立 2012年10月
- 代 表 者 塚本 良江(つかもと よしえ)

【本リリースに関するお問い合わせ】

株式会社コプロシステム

広報担当 塚野、都染(つぞめ)、内藤 03-5424-4050 / press@coprosystem.co.jp

NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社

お客様から本サービスに関する問い合わせ

リサーチ & CRM 本部 03-4330-8402 / research-info@nttcoms.com

報道関係者の方からの問い合わせ先

広報担当 pr-om@nttcoms.com