

2022年2月9日

三井住友カードのキャッシュレスデータ分析支援サービス「Custella」と マクロミルのネットリサーチシステムの連携を開始

三井住友カード株式会社
株式会社マクロミル

三井住友カード株式会社（本社：東京都江東区、社長：大西 幸彦 以下：三井住友カード）と株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表執行役社長 グローバル CEO：佐々木徹 以下：マクロミル）は、三井住友カードのキャッシュレスデータ分析支援サービス「Custella（カステラ）」と、マクロミルのネットリサーチシステムを連携し、顧客企業に提供する付加価値を、より高める取り組みをスタートします。

■今回の取り組み

三井住友カード会員様（以下：カード会員様）に向けたアンケート結果とカード会員様のキャッシュレスデータを組み合わせ、「Custella」の分析力を向上させることで、企業のマーケティング活動の支援強化を目指します。

<本取り組みのイメージ>



SMBC 三井住友カード

- ✓ 統計化された膨大な顧客属性、購買実績データ
- ✓ 様々な業種に対応するキャッシュレスデータの活用事例とノウハウ
- ✓ 金融・決済データ領域での深い経験を持つアナリスト、データサイエンティスト



MACROMILL

- ✓ 高品質な回答が取得できる独自開発アンケートシステム
- ✓ 年間3万件超のマーケティングリサーチの実績とノウハウ
- ✓ 幅広い業界にわたり多様で豊富な経験を持つアナリスト、データサイエンティスト

具体的には、マクロミルが独自開発したネットリサーチシステムを通じて、カード会員様に対しインターネット上でアンケートを配信することで、カード会員様一人ひとりから得られたアンケート結果（意識データ）とクレジットカード購買履歴（行動データ）を併せた分析を行います。アンケートでは、クレジットカードでの決済の背景・理由、価値観・嗜好性、さらにはカード決済を伴わない行動など幅広く聴取し、カード会員様の意識と行動を Custella サービスとして一気通貫で分析・検証が可能になります。その分析結果をもとに、1,300 万人を超えるカード会員様のうちターゲットに即した広告配信プランニングや、その効果検証といったプロモーション施策提供の実現を目指します。なお、本サービスにおけるアンケートご回答データは、個人が特定できないよう統計化し、事前にご了承頂いた範囲でのみ活用致します。

なお、本取り組みのファーストユーザーとして、住友生命保険相互会社様と「健康に関する意識と購買行動の調査」の実施が決定しており、アンケートと決済データの分析結果に基づくプロモーションターゲティング等を、今後の同社のデジタル・マーケティング戦略に活用する予定です。

本取り組みは、三井住友カードとマクロミルが 2020 年 9 月に締結した、企業の戦略的なデータ利活用の促進を目指した業務提携の一環として進められています。今後も三井住友カード及びマクロミルは、両社のアセットを相互に活用することで、三井住友カードの「Custella」の付加価値向上と、マクロミルのデータコンサルティング領域における知見を広げ、企業の戦略的なデータ利活用の促進に、より深く貢献することを目指します。

※2020 年 9 月 4 日発表内容 : <https://www.smbc-card.com/company/news/news0001545.jsp>

■ マクロミルのネットリサーチシステムについて

マクロミルが独自開発したネットリサーチシステム（AIRs）は、アンケートの一連の工程を、WEB 上で自動に行うシステムです。調査票作成から条件設定、リサーチ実施、リサーチ結果のリアルタイム集計やデータ加工、アンケート回答も短時間で回収可能です。創業から 20 年以上にわたり開発を重ね、現在では年間 30,000 件を超える調査プロジェクトを安定的に支援しています。

■ 三井住友カードのカステラについて

Custella は三井住友カードが保有するキャッシュレスデータを、個人・加盟店が特定できないよう統計化し、顧客属性データ（新規、リピーター、インバウンド等）や、顧客行動ごとに集計した購買実績データ（平日、休日、時間帯、エリア等）を、様々な切り口で集計・見える化し、企業様のマーケティングを支援する分析サービスです。

※Custella サービス紹介はこちら : <https://www.smbc-card.com/camp/custella/index.html>

※2021 年 9 月 28 日発表内容 : <https://www.smbc-card.com/company/news/news0001617.jsp>

以 上