

2023年4月26日

報道関係各位

CCCMK ホールディングス株式会社
CCC マーケティング総合研究所

【全国主要駅に訪訪している「旅好き」の特徴が分かる！】

CCC マーケティング総研、「旅好きデータベース」を発表

～ Tカードの購買データをもとに旅行商品やまちづくりのマーケティングをサポート ～

CCCMK ホールディングス株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO：高橋誉則、以下「CCCMKHHD」）にて、『生活者の皆さまと共に歩み、共に考えるシンクタンク』として地域課題をさまざまな方と共に解決していくことを目指す CCC マーケティング総合研究所（所長：新橋実、以下「CCC マーケティング総研」）は、Tカードの購買データをもとに、5タイプの「旅好き」な人々について分析ができる「旅好きデータベース」を発表いたしました。



■Tカードの購買データから導き出した5タイプの「旅好きクラスター」

約3年にもおよぶ新型コロナウイルス感染症流行により大きな影響を受けた旅行業界は、全国旅行支援やインバウンド旅行客の増加もあり、徐々に回復している様子が見られます。CCC マーケティング総研では、再び動き出した「旅好き」な人々に注目し、TSUTAYA・蔦屋書店で旅行関連書籍・雑誌を購入している人を「旅好き」と定義し、2021年4月～2023年3月までの約140万人のTカードの購買デー

タや顧客 DNA^{※1}をもとに、その特徴を分析しました。その結果、SNS で発信をする 20 代の若者が多い「映え旅トラベラー」、時刻表を買い鉄道目的で旅行をする「鉄分高めトラベラー」、口コミやテレビを参考に子どもが好む旅行先を選ぶ「親子トラベラー」、高収入でグレードの高いホテルや温泉を選ぶ「アップグレードトラベラー」、仕事をリタイアし第二の人生を楽しむ「悠々自適トラベラー」という、5 つの「旅好きクラスター」に分かれることが見えてきました。

<例：「映え旅トラベラー」の特徴>

EX> 映え旅 トラベラー

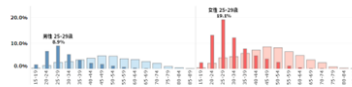
Copyright©CCC MK HOLDINGS Co., Ltd. All Rights Reserved.



属性情報

※データ元：Tカードのデータ、ライフスタイルに関するアンケート

女性7割。20-34歳が中心。



未婚者で、一人暮らしか実家暮らし。
個人年収は低く、貯蓄も少ないが、自身の可処分所得は多め。(5万円以上)
SNS/美容/ファッション/音楽などが趣味。
国内旅行だけでなく海外旅行にも興味。

志向性情報

※データ元：顧客DNA(全T会員に対してスコアリングした志向性データ)

食事：新商品好き、輸入食材好き
遊び：繁華街好き、余暇に浪費

情報：情報発信タイプ(特にSNS)
生活全体：夜型、美意識は高め

購買データ

※データ元：TSUTAYA/馬屋書店の購買データ

書籍：海外旅行、資格/就職、ビジネス(スキル/マインド/マネープラン)、女性タレント写真集

雑誌：海外旅行/温泉旅行、アニメ、映画、邦楽、女性誌(美容/トレンド/カジュアル…)

旅行関連の特徴的な雑誌：

るるぶ 沖縄ベスト (JTB/バブリッシング)

るるぶ 石垣 宮古 竹富島 西表島 (JTB/バブリッシング)

るるぶ 札幌 小樽 富良野 旭山動物園 (JTB/バブリッシング)

るるぶ ゆるキャンΔキャンプBOOK

(JTB/バブリッシング)

東京ディズニーリゾートトリビアガイドブック

(ディズニーファン編集部)

■拡大する旅行需要のマーケティングをサポートする分析ツール「旅好きデータベース」

このたび、「旅好きクラスター」5タイプを分析できる「旅好きデータベース」を発表しました。性年代別構成比、ライフスタイル、志向性、雑誌・書籍のタイトル別購入率をはじめ、どのタイプの旅好きが全国主要駅^{※3}へ来訪しているのかを可視化した「全国主要駅の来訪状況」をご覧ください。

「旅好き」の特徴を深く理解することで、ツアーやパッケージといった旅行商品の開発・プロモーションだけでなく、まちづくり計画にもお役に立ていただけます。さらに CCCMKHD が提供する広告メディアと組み合わせてご活用いただくことで、アプローチしたい「旅好き」タイプへのダイレクトプロモーションも可能です。今後ますます高まっていく旅行需要に対し、「旅好きデータベース」をマーケティング活動にご活用ください。

CCCMKHD は、「UNIQUE DATA, SMALL HAPPY.」をグループミッションに掲げ、「個人のライフスタイル」とそれを取り巻く「社会」をつないで、この世界のひとりひとりの、毎日の小さな幸せをつかっていくことを大きな使命としています。引き続きお客さまからお預かりした「ユニークデータ」^{※2}をもとに、生活者や企業の皆さまと共創しながら新たな社会価値を創造し、グループミッションである「UNIQUE DATA, SMALL HAPPY.」を目指します。

【「旅好きデータベース」概要資料】

こちらから概要資料をダウンロードいただけます。

<https://www.cccmk.co.jp/thinktanks/co-creation-06>

※1：顧客 DNA とは、T カードの利用履歴から機械学習で T 会員の志向性を分析したデータです。衣食住遊働などを中心に多数の項目をスコアリングしており、商品購入者の志向性の把握などに活用しています。

※2：ユニークデータとは、約 7000 万のシングル ID、年間 35 億件以上の購買トランザクション、約 15 万店舗のネットワークで扱われる 60 億種類の商品データ、数千項目からなる顧客 DNA のペルソナデータ、オフライン・オンライン上の移動・行動データやメディア接触データ、また CCCMK ホールディングスオリジナルのエンハンスデータなどを指します。

※3：全国主要駅とは、各都道府県主要駅やその他観光地、九州新幹線・西九州新幹線・北陸新幹線の停車駅を指します
