データ取引市場 ビジネスマッチングデータEXPO 2nd

消費者ライフスタイルセグメントデータ

”Experian Mosaic”によるターゲティング実践

2020年7月1日

experian™

エクスペリアン： グローバル展開するマーケットリーダー

Experian plc

資本　　：ロンドン証券取引所上場（株式記号EXPN）
　　FTSE100指数銘柄
代表者　　：Brian Cassin（ブライアン・カシン）, CEO
本社　　：英国で1980年創立、アイルランド ダブリン
支社　　：39カ国に営業拠点、90を超える国々でビジネス展開
事業内容　：信用情報、与信戦略、マーケティング情報に関する
　　データベースおよび分析サービス
　　19カ国でクレジットビューロ（個人信用情報機関）運営
売上高　　：44.6億ドル（利払前・税引前利益／2018年6月時点）
従業員数　：16,500人

エクスペリアンジャパン株式会社

1999年12月3日設立
資本金　　：Experian100%出資 資本金1億円
代表取締役：ジョン・コロム・ケネリー
所在地　　：東京都千代田区大手町1-1-1　大手町パークビル 7階
事業内容　：
金融機関向け与信戦略管理、不正防止対策ソリューションの提供、
海外企業調査レポートの提供、海外市場情報の提供、
およびそれに関連するコンサルティングサービスの提供・導入支援・業務分析

総収益 **44.6億ドル**
(利払前・税引前利益)

時価総額※ **約170億ポンド**
英国FTSE 100インデックス
※2018年6月27日時点

EBIT **12.9億ドル**
(利払前・税引前利益)

ソーシャルイノベーション製品により、
270万人以上 が生活に必要なサービスを
利用できるようにサポート

45,000名 の不正取引被害者をサポート

地域コミュニティへの
直接投資
800万ドル以上

負債がクレジットスコアに及ぼす影響についてお知らせするなど、
780万回にわたる電話サポート実施

<CSR>
二酸化炭素排出量を **6%** 削減

社員のボランティア活動
46,000時間

※2018年7月1日までの年度情報をもとに記載

© Experian

エクスペリアンはインフォメーションサービスの世界最先端企業です。

本日はマーケティングソリューションである
Experian Mosaic Japan をご紹介します。

© Experian

about “Mosaic”

© Experian

What is Mosaic?

- 近くに住む人たちは多くの場合似たような**属性**や**ステータス**をもち、同じような**ライフスタイル**、**行動**や**態度**を共有しています。
- 世界トップクラスの消費者セグメンテーションとして現在28か国で展開、**10億人以上の消費者**をカバーしています。
- **国勢調査**上の属性情報に加え、ライフスタイルを測る**マーケットリサーチ**や**年収データ**をベースにしています。
- 類似デモグラフィクス及び世帯特性の**クラスタリング分析**により人々を分類します。

© Experian

Experian Mosaic Japan　概要

Mosaicは強力なジオデモセグメンテーションツールです。日本全国の各町丁目を14グループ/52タイプ/220セグメントに分類しています。

<Mosaicグループ（14の大分類）>　ライフスタイルと特長の呼称

A	「大都市で活躍するエリート」
B	「高級住宅地のエグゼクティブ」
C	「都市周辺・地方都市の豊かな中高年」
D	「郊外住まいの若い家族」
E	「都市部の典型的な会社員」
F	「キャンパス周辺の大学生や大学関係者」
G	「地方都市中心部の若者世代」
H	「地方の賃貸住宅ファミリー」
I	「工業都市の勤労者」
J	「農林漁業を営む家族」
K	「地方都市の共働き世帯」
L	「過疎地の高齢者」
M	「高齢化地域の住民」
N	「都市部の公営住宅や賃貸アパート住民」

Mosaicセグメントごとにコンシューマーや世帯のデモグラフィクス、特徴、嗜好などの可視化を実現します。

© Experian

Experian Mosaic Japanのデータソースと開発について

データソース

①国勢調査

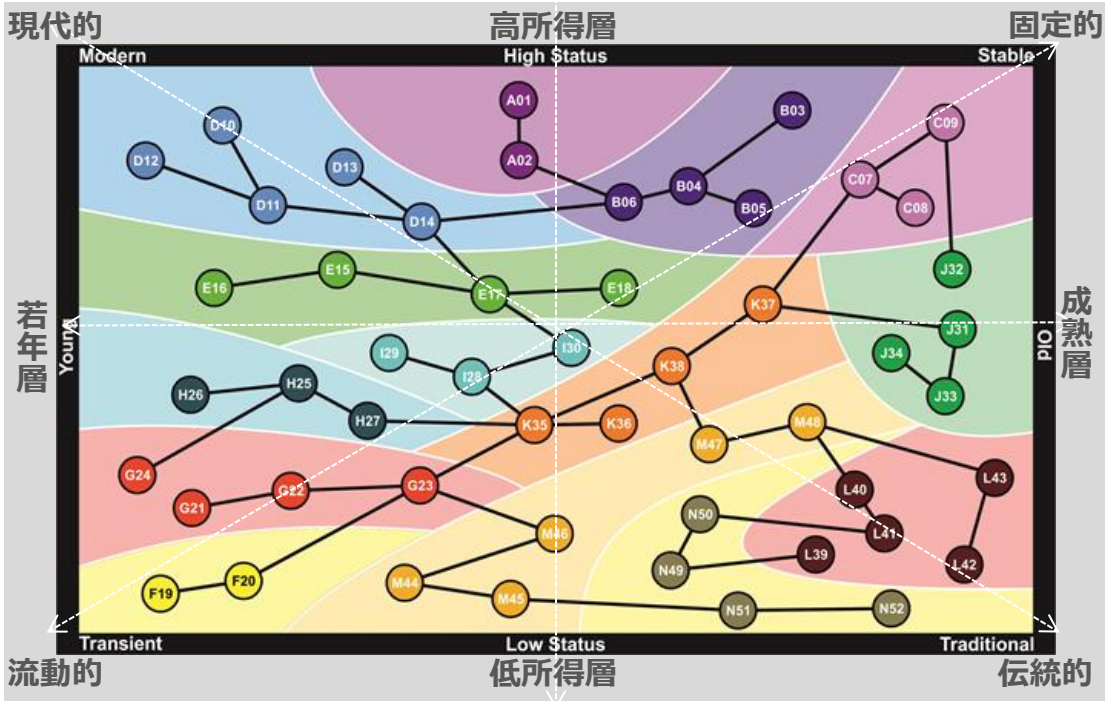
②年収データ

③ライフスタイル リサーチデータ

クラスタリング

Mosaicデータ

Experian（UK）の長年の技術・ノウハウをもとに、日本全国の1.3億人、5900万世帯を
ジオデモグラフィック（地理統計学的）クラスタリング



<日英の権威による開発監修>

ロンドン大学

リチャード・ウェーバー客員教授（ジオデモグラフィクスの先駆者）

立命館大学

矢野桂司教授（地理情報システム学会会長）

© Experian

提供データ・サービス

Directory ファイル（CSVデータ）

日本全国約22万件の町丁目（または郵便番号か町字コード）ごとに
Mosaicのコードが割り振られています。

〒	住所（町丁目）	Mosaic Group	Mosaic Type
1570076	東京都世田谷区岡本一丁目	A	A01
1570076	東京都世田谷区岡本二丁目	A	A02
1570076	東京都世田谷区岡本三丁目	B	B03

・・・Mosaic提供データの3つの種類

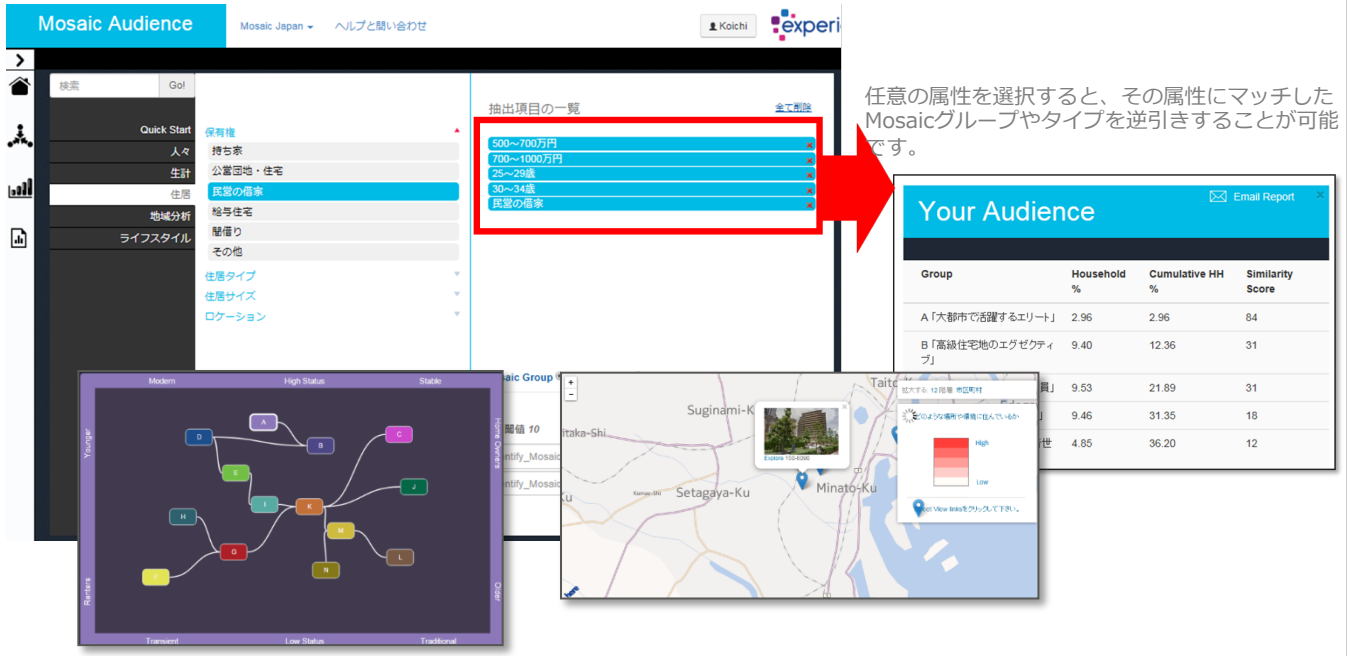
① **国勢調査地域版　…小地域の町丁字コード**
② **JGDC版　…国土地理協会の町字コード(11桁)**
③ **郵便番号版　…郵便番号コード**

Grand Index（Excelデータ）

Mosaicセグメント(Group/Type)においてライフスタイルなども含めた
全ての変数(約600)ごとの傾向値がまとめられています。

SegmentationPortal(Web) / E-handbook(PDF)

Grand Indexなどの数値データに基づき、全てのMosaicセグメントの
様々なビジュアルの可視化情報をWeb上とドキュメントで提供させて頂きます。



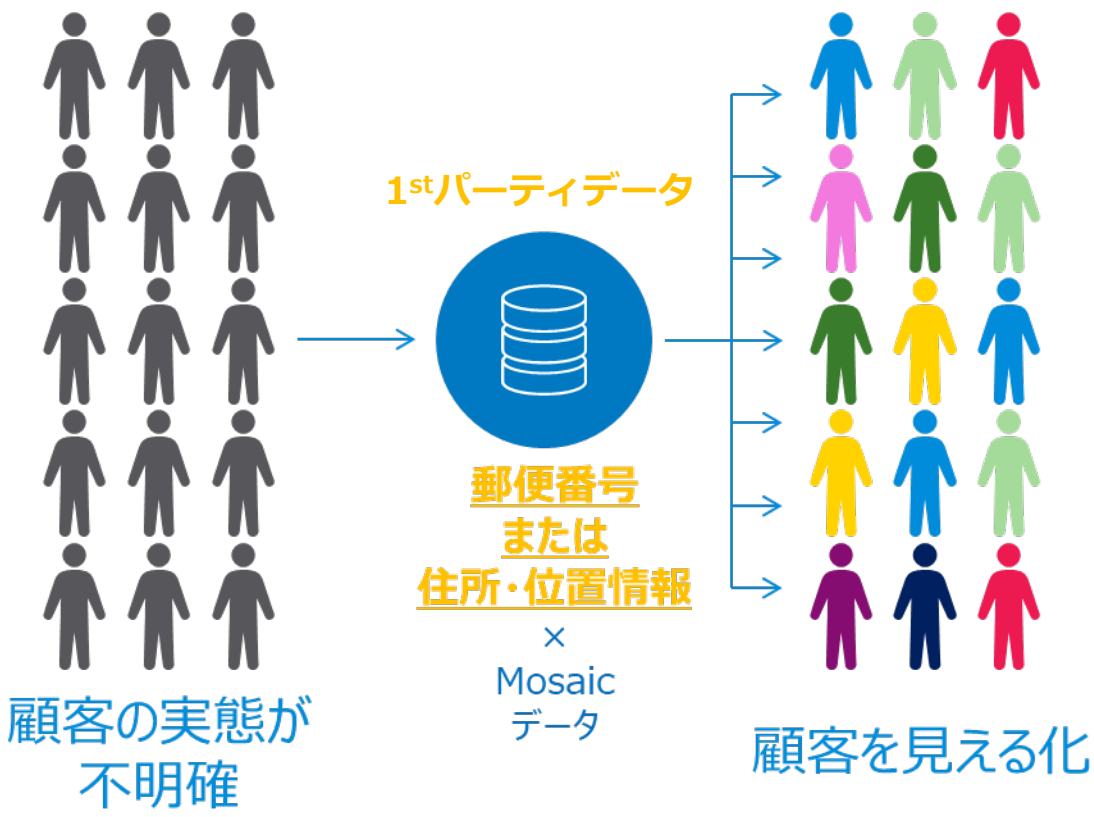
その他マーケティング導入支援サービスあり

・Mosaic Profile report
・Mosaicコード付与サービス

© Experian

Mosaicコードによるデータ連携イメージ

居住地情報（町丁目もしくは郵便番号）のみで、消費者のライフスタイルの可視化が可能です。



大分類（14グループ）

A	大都市で活躍するエリート
B	高級住宅地のエグゼクティブ
C	都市周辺・地方都市の豊かな中高年
D	郊外住まいの若い家族
E	都市部の典型的な会社員
F	キャンパス周辺の大学生や大学関係者
G	地方都市中心部の若者世代
H	地方の賃貸住宅ファミリー
I	工業都市の勤労者
J	農林漁業を営む家族
K	地方都市の共働き世帯
L	過疎地の高齢者
M	高齢化地域の住民
N	都市部の公営住宅や賃貸アパート住民

中分類（52タイプ）

A01	勝ち組の高学歴エリート
A02	流行・情報の発信者
B03	高級住宅地のエグゼクティブ
B04	閑静な住宅街のファミリー
B05	郊外に住む団塊の世代
B06	大都市近郊のホワイトカラーファミリー
C07	工業都市の熟練労働者世帯
C08	老後の余暇を楽しむ夫婦
C09	都市周辺部の兼業農家
D10	ヤングエグゼクティブファミリー
D11	ホワイトカラーの若い家族
D12	大都市圏の新興住宅地居住者
D13	郊外の戸建て住まい
D14	大都市圏の平均的なファミリー
E15	都会の典型的なホワイトカラー
E16	郊外の若い従業員
E17	堅実なヤングホワイトカラー
E18	下町に住む人々
F19	学生アパートに住む若者
F20	独身の大学関係者
G21	繁華街に暮らす若者
G22	地方都市の若手社員
G23	商業地のサービス業従事者
G24	寮生活労働者
H25	製造業の中堅社員
H26	地方のニューファミリー
H27	地方都市のサービス業従事者
I28	堅実なヤングファミリー
I29	製造業の熟練労働者
I30	町工場の労働者
J31	山間部集落の人々
J32	田舎の三世代家族
J33	典型的な第一次産業生産者
J34	田舎の農林漁業従事者
K35	田舎町のブルーカラーファミリー
K36	インナーシティに暮らす中高年
K37	ブルーカラーや農業の混合世帯
K38	地方で古くから暮らす高齢夫婦
L39	田舎の農漁村の高齢者
L40	リゾート地で働く人々
L41	伝統的な漁村や山村の高齢者
L42	限界集落の人々
L43	田舎の高齢者施設の人々
M44	海岸沿いの町に住む家族
M45	公営団地に住む小家族
M46	都市部の単身高齢者
M47	地方都市周辺の団塊の世代
M48	大都市圏の高齢者施設の人々
N49	大都市の公団居住者
N50	長屋住まいのブルーカラー
N51	古い公営団地に住む高齢者
N52	長屋住まいの高齢者

顧客を分類

大分類（14グループ）、中分類（52タイプ）、小分類（220セグメント）

© Experian

Mosaicによる顧客情報の可視化イメージ

Yoko

- 過去3回の訪問で計￥20,000分購入
- 住所:神奈川県横浜市都筑区
- プレミアメンバー
- Group D: 郊外住まいの若い家族
- Type D10: ヤングエグゼクティブファミリー
- 既婚、小さい子ども1～2人
- 年齢: 35-49
- 中高層マンション、3LDK
- 高学歴、高収入
- SNS利用
- 子育て、家族の楽しみ中心

Kenta

- ラグジュアリーブランド品を過去3ヵ月で計35万円分購入
- 住所：東京都目黒区
- プレミアゴールドメンバー
- Group A: 大都市で活躍するエリート
- Type A02: 流行・情報の発信者
- 単身世帯、小規模世帯
- 年齢: 20～30歳代
- 単身者向け共同住宅
- 高学歴、高収入
- オンラインショッピング
- 外食好き

Mosaicによる推定ジオデモ趣味嗜好データのリッチ化

© Experian

参考：東京都・神奈川県境　二子玉川周辺におけるライフスタイル（Mosaic）の違い

多摩川をはさんで、東京・神奈川の市区で大きく異なるライフスタイル（Mosaic分類）
同じ世田谷区内でも、エリア（町丁目）によって、異なるライフスタイルが存在

Group B
高級住宅地のエグゼクティブ

Group E
都市部の典型的な会社員

GIS（地理情報システム）を用いた二子玉川周辺のMosaicマップ

※MapInfo 製品で地図を作成しています　Powered by MapInfo®
※GISはMosaicライセンスには含まれません

Group A
大都市で活躍するエリート

© Experian

Use case

-大手食品メーカー

-大手通販会社

-金融業界向け(社内研究)

© Experian

大手食品メーカー
新規獲得のための折込チラシの最適化(1)

企業像：食品製造から家庭用家電製品の製造までを行う大手グローバル企業でこの市場のリーディングカンパニー

課題

- この家庭用家電製品市場は伸びているが、折込チラシでの新規獲得が頭打ち
- どのようなライフスタイルの人が購入しているか知りたい

打ち手　①顧客分析　→　戦略ターゲットのペルソナ把握

自社データで購入者が多いMosaicセグメントを戦略ターゲットと定義

分析に使ったデータ

- **自社の顧客データ**
- **自社の購買データ**
- **Mosaicデータ**

<Mosaic分析前の想定ターゲット>
郊外在住のファミリー層

<Mosaic分析後の戦略ターゲット>
都会在住の単身有職層

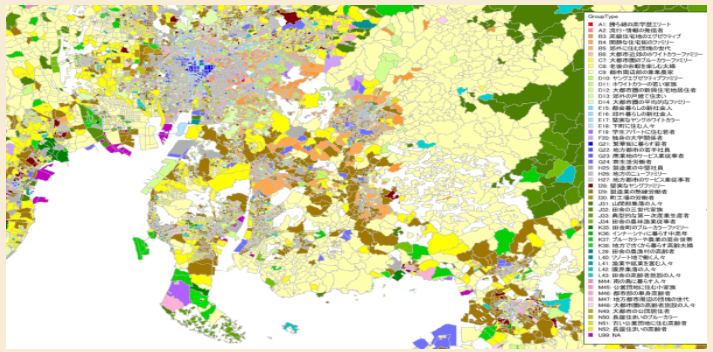
© Experian

大手食品メーカー
新規獲得のための折込チラシの最適化(2)

打ち手　②新規顧客獲得・広告　→　折込チラシ配布エリア選定とクリエイティブ改善

折込チラシ配布エリア選定

- 戦略ターゲットが多いエリアの中から世帯数が多いエリア順に配布エリアを抽出
- 折込会社様のGISを利用



クリエイティブ改善

- 戦略ターゲットのペルソナ像にあわせたクリエイティブ作成

<Mosaic分析前の想定ターゲット>
郊外在住のファミリー層

<Mosaic分析後の戦略ターゲット>
都会在住の単身有職層

結果

- 今まで想定していたお客様像と実態が異なっていたことを発見
- 従来の**2倍以上**の新規獲得、ROIも大きく改善

© Experian

大手通販会社
既存顧客に対するクロスセルアップ施策(1)

大手の通販会社で、他社製品だけでなく自社ブランドの化粧品や健康食品を扱う

課題

- 単品購入がほとんどで、クロスセルが伸び悩んでいる
- 通販という性格上、購入者の情報が「住所」と基本的なデモグラフィック属性以外取得できていないため、自社データだけだと誰にどの商品をすすめればよいか等がわからない

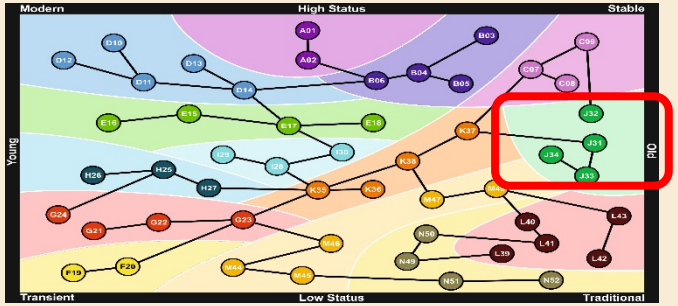
打ち手　①顧客分析　→　各商品毎の戦略ターゲット把握

自社データで購入者が多いMosaicセグメントを戦略ターゲットと定義

分析に使ったデータ

- **自社の顧客データ**
- **自社の購買データ**
- **Mosaicデータ**

<戦略ターゲットのペルソナ>
郊外・地方の高齢者層



© Experian

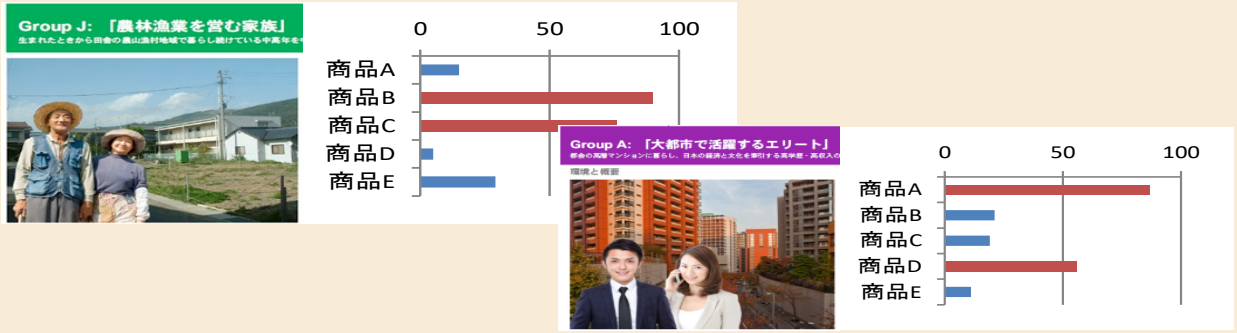
大手通販会社
既存顧客に対するクロスセルアップ施策(2)

打ち手　②顧客育成・CRM　→　DMでクロスセルしやすい商品を訴求

クロスセルしやすい商品の抽出

- 単品がほとんどのため購買データだけではデータが少ないためクロスセルしやすい商品抽出は困難
- Mosaicセグメント別の購買傾向からクロスセルしやすい商品を抽出

＜Mosaicセグメント別の購入商品＞



DMの訴求内容をMosaicで改善

- 今まで基本属性別で出し分けていたDM内容を、Mosaic別で訴求商品を出し分けるように改善

＜Mosaicセグメント別の訴求商品＞

結果

- **単品購入がほとんどのデータからクロスセルしやすい商品を抽出できたことが大きな成果**
- **従来のDMの1.5倍以上のクロスセルを獲得　→　コールでの活用も検討中**

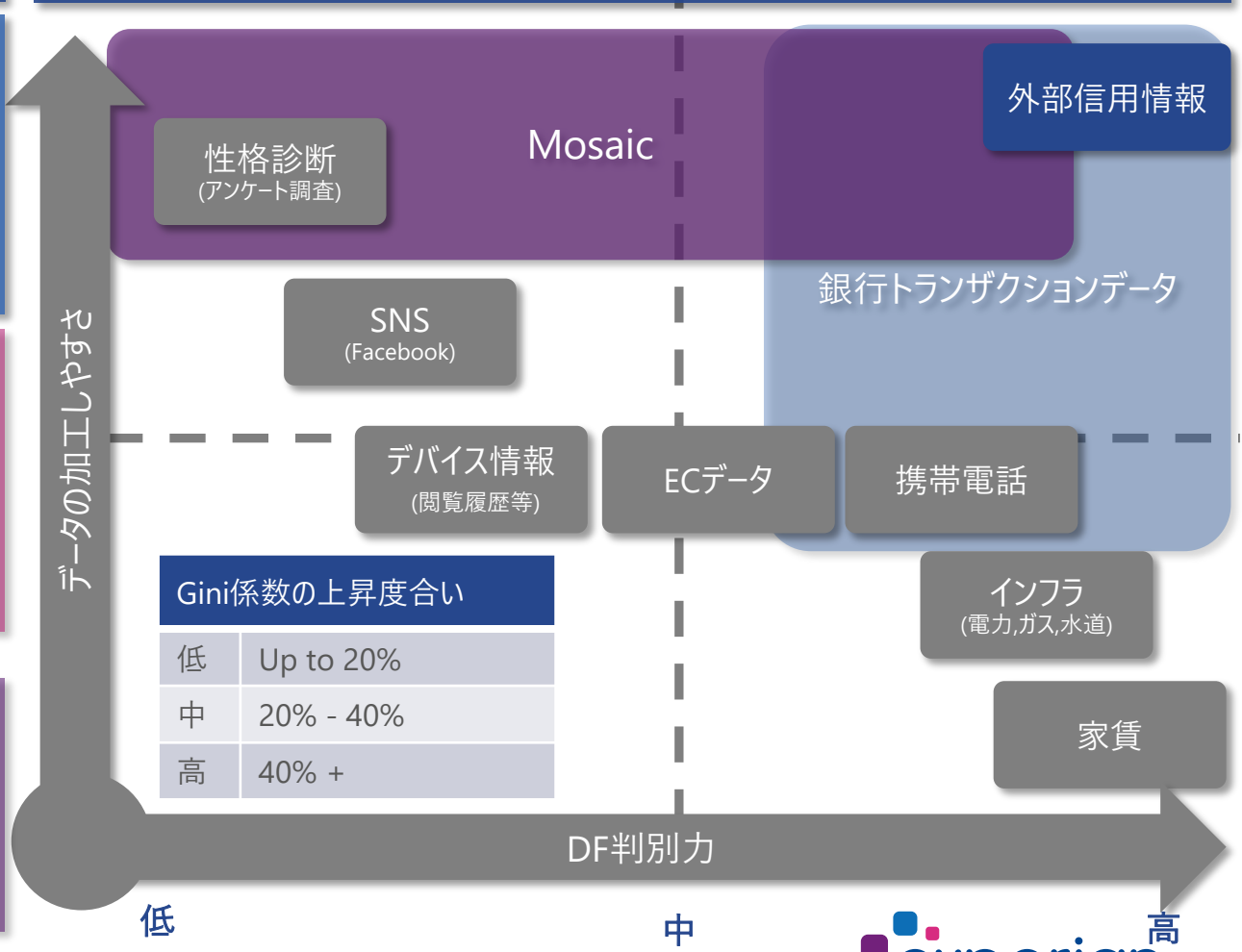
© Experian

外部信用情報に頼らない与信モデルの構築が注目を浴びる中、3rdパーティデータとしてMosaicへの期待が高まっている

リテールの与信環境はここ数年で大きく変化しようとしている

与信対象の拡大	ファイナンシャルインクルージョンの実現 • インバウンドの取込や外国人労働者の増加等を背景に外国人への与信ニーズが拡大 • キャッシュレスの加速と共に、若年層や自己破産経験者等の従来クレジット市場へのアクセスができなかった先への与信が拡大
新手法の拡充	割販法の改正 • プラットフォーマーの台頭に伴い外信に頼らない与信方法の模索。機械学習技術の発達に伴う高度な与信モデルの構築。 • 外部信用情報を取得せずに限度枠設定が可能。代わりにモデルの性能規定が求められる。
3rdパーティデータと機械学習技術の応用	外信に依存しない与信モデルの構築 • 3rdパーティデータと機械学習技術で従来の外信モデルを補うことができるか。 • COVID-19等の経済危機に耐えうるモデルか

与信モデル構築においては、3rdパーティデータの期待が高まっている



Gini係数の上昇度合い	
低	Up to 20%
中	20% - 40%
高	40% +

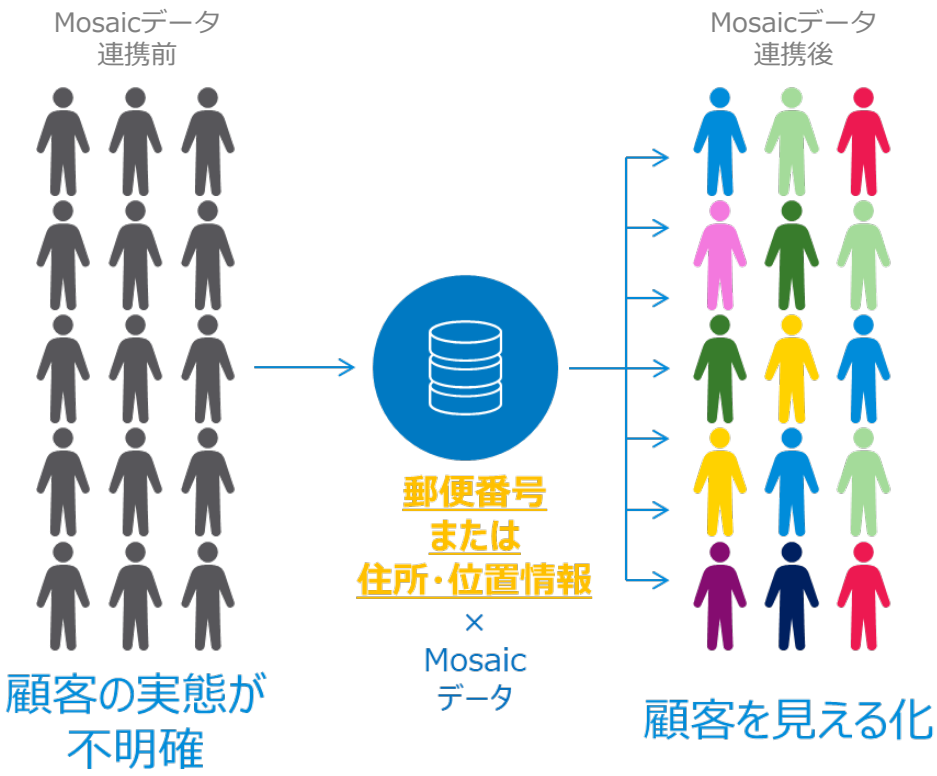
© Experian

まとめ

© Experian

貴社1stPatyデータとの連携　→　様々なマーケティング課題への活用

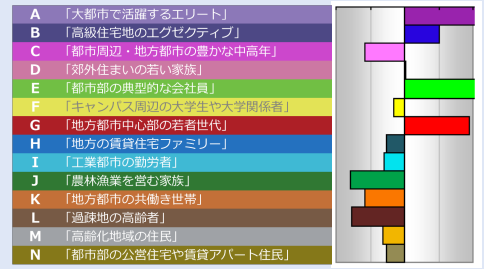
1stPatyデータとMosaicデータとの連携は簡単です。
いづれかの住所コード(※前項参照)より紐づけが可能です。



Mosaicデータ自体のレコード構成がシンプル、かつ
加工がしやすいデータなのでさまざまなシーンにおいて活用可能です。

顧客分析

- ターゲットのプロファイル
- 商品別優良顧客分析
- 店舗別来店顧客分析
- スコアリングモデル構築

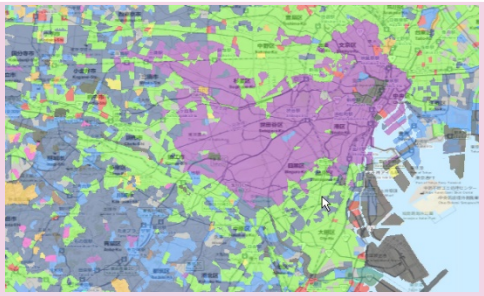


広告施策

- 広告予算の最適化
- 営業活動の優先順位付け
- デジタルオーディエンス活用
- 広告効果測定

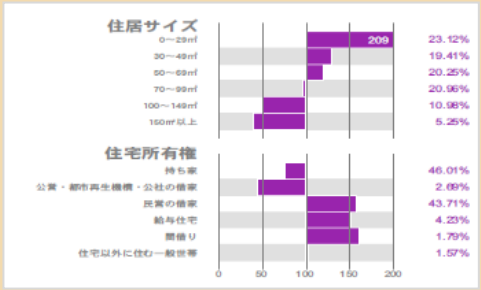
商圏分析

- 出店計画の最適化
- 店舗別の最適商品選定
- プロモーションエリア選定
- 広告出稿路線の策定



CRM施策

- 1stPatyデータの拡充
- プロモーション対象選定、優先順位付け
- CRM施策、予算順位付け
- チャネル別コスト最適配分



© Experian

Experian Mosaic Japan：提供データサンプル

- Mosaicは、分類が記載された「CSVデータ」と、分類ごとの「ペルソナデータ」で構成されています

Experian Mosaic Japan database（CSVデータ）

日本全国約11万件の郵便番号ごとに
Mosaicのコードを振っています。

〒	住所（町丁目）	Mosaic Group	Mosaic Type
1570076	東京都世田谷区岡本一丁目	A	A01
1570076	東京都世田谷区岡本二丁目	A	A02
1570076	東京都世田谷区岡本三丁目	B	B03

Group（大分類）	Group Name	One-Line Description
A	「大都市で活躍するエリート」	都会の高層マンション等に暮らし、日本の経済と文化を牽引する高学歴・高収入のエリートたち
B	「高級住宅地のエグゼクティブ」	大都市郊外の高級住宅地で暮らす、大企業で出世して社会的な地位を手にした裕福な家族世帯

Type（中分類）	Type Name	One-Line Description
A01	勝ち組の高学歴エリート	都会の高層マンション等に住むハイクラス・ハイソサエティな都会暮らしを送るエリート層
A02	流行・情報の発信者	カルチャーの発信地としての都会に住み、流行・情報の最先端を行く、高学歴・高収入なデジタル世代の若者
B03	高級住宅地のエグゼクティブ	豪邸の立ち並ぶ郊外の高級住宅街に住み、裕福な暮らしぶりの会社役員クラスの核家族世帯

© Experian

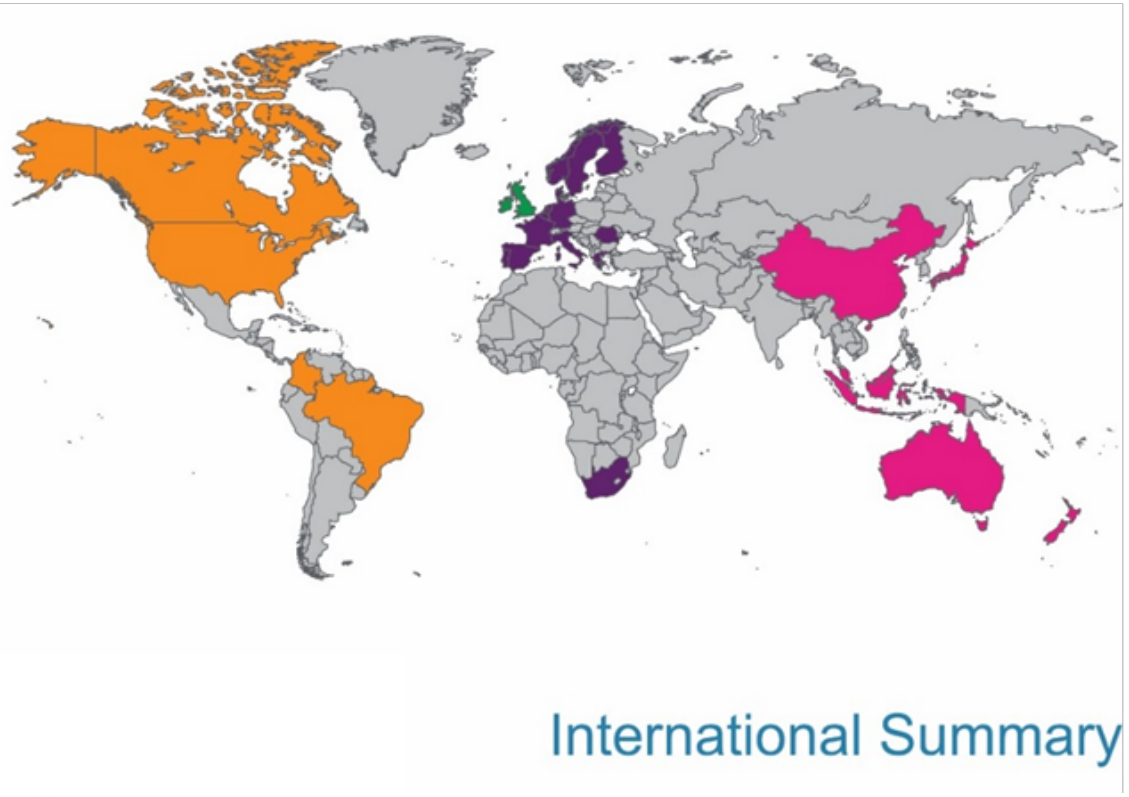
参考：全世界Mosaic提供可能地域について

Mosaicは全世界28か国で提供されております。MosaicJapan以外のご相談もお気軽にお申しつけください。

28

2,840,103,016

950,548,851



- Brazil
- Canada
- Colombia
- USA
- Australia
- China
- Hong Kong
- Indonesia
- Japan
- Malaysia
- New Zealand
- Singapore
- Belgium
- Denmark
- Finland
- France
- Germany
- Greece
- Italy
- Netherlands
- Norway
- Portugal
- Romania
- South Africa
- Spain
- Sweden
- Ireland
- UK

© Experian

E.O.F

エクスペリアンジャパン株式会社

ターゲティング事業推進担当　因幡 紀良

TEL:　050-5364-0489
Email: prod-mosaic@jp.experian.com