

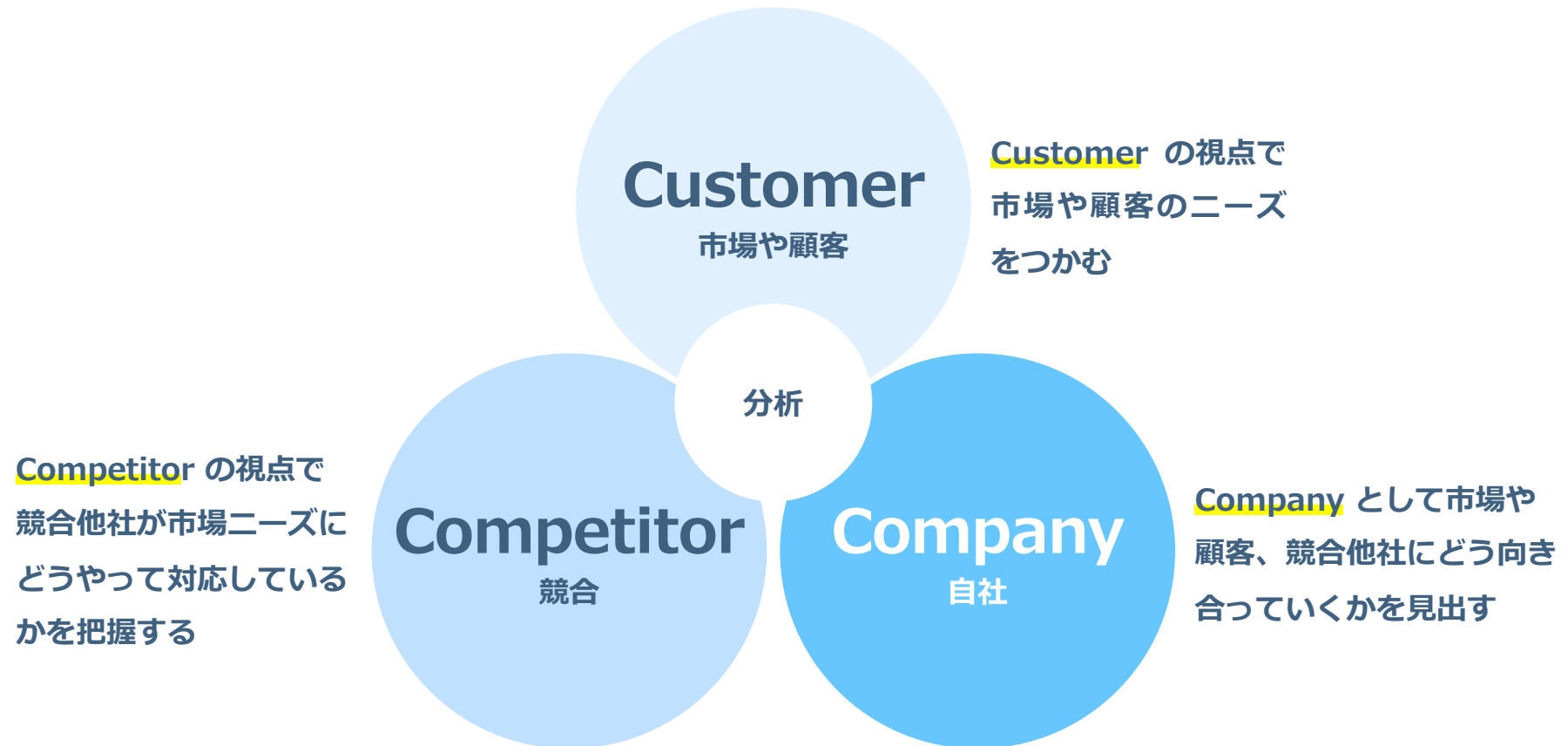


【参考分析事例】

Web行動ログ解析ツールを活用した 3C分析紹介

1. 3C分析とは？

3C分析とは、市場や顧客、競合、自社の3つの視点から様々な事柄を導き出すフレームワーク。

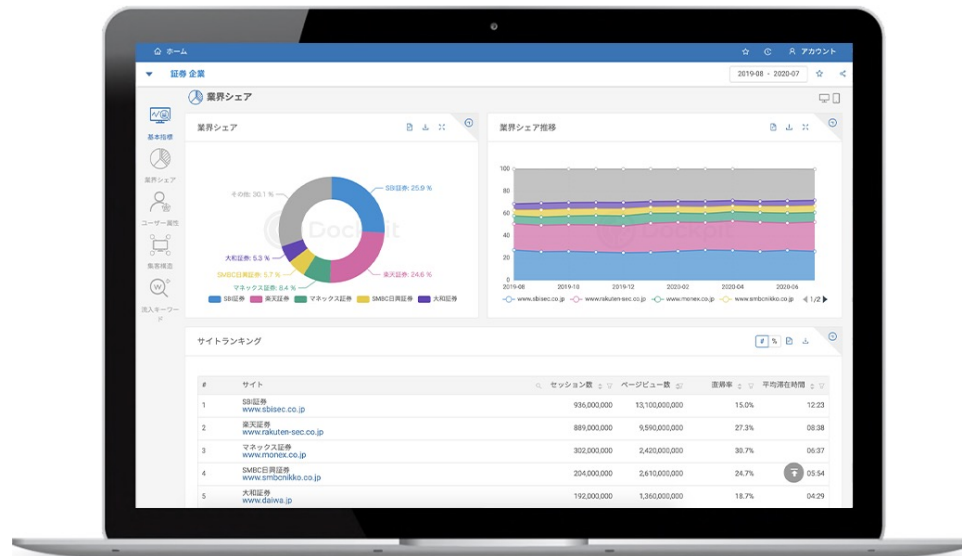


3C分析を通して、**自社事業の成功要因や、自社の抱える課題発見**につなげていきます。

2. 分析について

Web行動ログ解析ツールを用いて、**3C分析を行った事例の一部**をご紹介します。

※以下、分析結果はオープンデータではないため、一部マスクを掛けさせていただくことをご了承ください。



競合も、業界も、市場動向も、トレンドもわかる！

「Dockpit」では、独自保有する明確な使用許諾を得た行動ログモニター会員250万人のパネルを使用。リアルなオンライン行動に加えて、性別・年代・エリア・年収などの「ユーザー属性情報」も把握でき、国内最大規模のパネルでの詳細なマーケティング分析が可能です。

ユーザー属性がわかる250万人規模のパネル消費者のWeb行動ログデータをもとに
マーケティング活動において重要な、3C（自社・競合・市場）のデータを
俯瞰・分析し、戦略・戦術を考えた上で、データドリブンな提案を実現します。

3. 依頼内容

クライアント
自転車専門店
マーケティング担当



日本国内に数百店舗の実店舗を展開するほか、自社ECサイトを立ち上げて自転車を販売。

依頼内容：単価の高い電動自転車が最も売れる、来年の3月に向けたプロモーション戦略の立案を検討したい。

新型コロナウイルス感染が長期化する中、感染リスクの低いパーソナルな移動手段として自転車市場が拡大。競合も売上規模を拡大しているにも関わらず、弊社はコロナ前と同様の売上推移。特にコロナ禍の影響でEC専門の自転車専門店が台頭するなど、各社ECでの売上が好調。

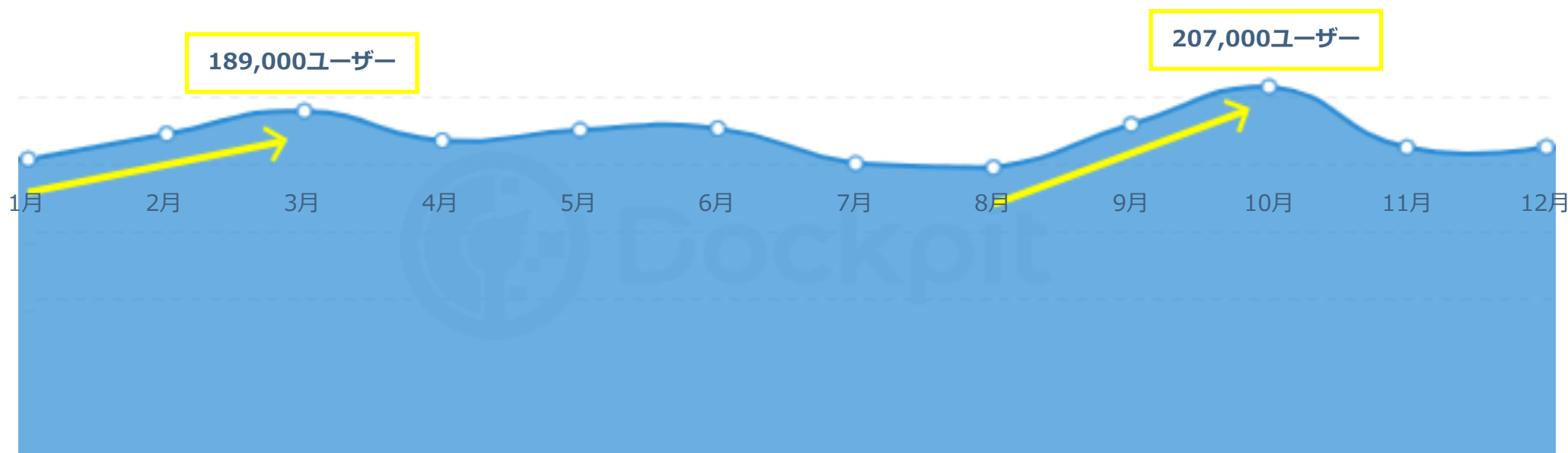
3月は新生活に向けて単価の高い「電動自転車」が1年で一番売れる時期。弊社も来年の3月に向けて「電動自転車」のプロモーションの戦略立案を検討したい。

3C分析を通して、市場のニーズ・動向を把握した上で
成功している競合の状況と、自社の状況を比較分析し、課題を抽出いたします。

4. 市場分析

Web上で「**電動自転車**」というワード検索している
ユーザー数（直近12ヶ月）を抽出

分析対象期間：2021年1月から2021年12月のあいだ（12ヶ月） 分析キーワード：電動自転車



電動自転車が最も売れる1月～3月にかけて上昇しているほか

8月～10月についてもユーザー数が増加。

また、3月よりも「**10月の方が検索ユーザー数が多い**」ことが判明。

4. 市場分析

検索ユーザー数の上昇する 1月～3月 と 8月～10月 で 検索ワードにどのような差があるかを分析

分析対象期間：2021年 1月～3月 vs 2021年 8月～10月 分析キーワード：電動自転車



検索キーワード上位20位
2021年 1月～3月

「電動自転車」 + 「メーカー名」

シマノ製内装3段付き
_ 26インチ _ 電動自転車

メーカー指名や
インチ指定など
具体的なワードで検索



検索キーワード上位20位
2021年 8月～10月

「電動自転車 _ バッテリー」

「電動自転車 _ 人気」

「電動自転車 _ 価格」

「電動自転車 _ 免許」

電動自転車購入に
あたっての
初歩的な内容を検索

**8月～10月にかけての期間では、
電動自転車の購入に向けて、調べ始めている可能性がある。**

5. 競合・自社分析

競合・自社分析サマリー

※競合・自社分析につきましては、具体的な社名や数字が含まれてしまうため、結果のサマリーのみでデータの開示は控えさせていただきます。

8月～10月にかけては、競合を含め、各社ともにECサイトのユーザー数が上昇。

但し自社サイトは競合に比べてECサイトのセッション数が低く再訪問されていないことが判明。

競合ECサイトのよく閲覧されるページを確認したところ、電動自転車を初めて購入する方への“選び方”指南記事コンテンツのPV数・セッション数が上昇。

競合各社のECサイト上にて「電動自転車を初めて購入する方」のためのコンテンツが増加しており、多くのユーザーが8月～10月の間に何度もサイトを訪問し、実際に「エンゲージメント」を構築している。

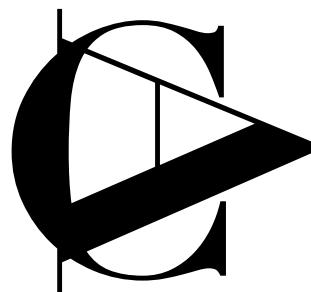
「秋」を制する者は「春」を制す。

実は… 春（3月）の電動自転車の商戦は、
秋（8月～10月）から始まっている!?

春ごろに電動自転車を購入しようと検討している消費者は、8月～10月にかけて「バッテリー」や「価格帯」を調べたり、そもそも「免許」が必要なのか？を調べたりするなど、電動自転車購入にあたっての初動を開始。

春の商戦期に対するプロモーションへの投資はもちろんですが、実際に電動自転車を購入しようと考えている消費者に対し、8月～10月のあいだに購入の選択肢に選定してもらえるプロモーション展開が重要に。

このように、3C分析を基に「課題」を発見し、
その課題を解決するための「プロモーションプランニング」を実行しています。



各種プランニングやWeb行動ログ解析ツールを活用した分析など
ご相談を承ります。ご不明な点がございましたら、弊社セールス
担当まで、お気軽にお問い合わせください。

welcome@creative-arrows.co.jp (担当 植田・田中)

電話 03-6228-1252