

つながろう。驚きを。幸せを。



2025年12月2日

株式会社 NTT ドコモ

株式会社 インテージ

株式会社 サイカ

ドコモ・インテージ・サイカが、ブランド選択率向上およびロイヤリティ強化のための マーケティングプラットフォームの開発を開始

～3社のデータやノウハウを連携させ、マーケティングプロセスの一気通貫した支援をめざす～

株式会社 NTT ドコモ（以下、ドコモ）、株式会社 インテージ（以下、インテージ）、株式会社 サイカ（以下、サイカ）は、2025 年 12 月 2 日（火）からブランド選択率向上およびブランドロイヤリティ強化^{※1}におけるマーケティングを、顧客分析から施策の実行、購買効果を含む効果検証まで一気通貫で行えるプラットフォーム（以下、本プラットフォーム）の開発を開始します。

ドコモの d ポイントクラブ会員のシングル ID をキーに統合されたデータ^{※2}や、インテージの購買データ分析や施策の効果検証に関する知見、サイカの消費者意識データ^{※3}から顧客のブランド選択やロイヤリティ形成のメカニズムを解明する分析技術など、各社のデータや技術・ノウハウを連携した本プラットフォームの提供をめざします。

■ 背景

企業のマーケティング活動では、顧客分析、戦略設計、施策の実行、効果検証などの一連のマーケティングプロセスがあります。全てのプロセスを支援できるステークホルダーが少ないことや、それぞれで関わるステークホルダーが異なることから、顧客分析や戦略設計などの上流プロセスと、施策の実行や効果検証などの下流プロセスが分断され、一連のプロセスを高い精度で実施できないことが課題になっています。

こうした課題を解決するため、今回、ドコモ、インテージ、サイカは、各社のデータや調査・分析技術を連携し、1 億会員を超える^{※4}d ポイントクラブ会員のシングル ID をキーに統合されたデータ^{※2}をベースに、マーケティングプロセスを一気通貫で行える本プラットフォームの提供をめざします。

■ 本プラットフォームでの支援予定内容

d ポイントクラブ会員のシングル ID をキーに統合されたデータ^{※2}をベースとした一気通貫のマーケティング

本プラットフォームでは、1 億会員を超える^{※4}d ポイントクラブ会員の属性情報^{※5}や位置情報^{※6}などの各種データに、インテージグループが保有する購買データなどを連携させた顧客分析を通じて、顧客のブランド選択やロイヤリティ強化における要因を明らかにします。

さらに、顧客分析で得られた示唆にもとづくコミュニケーション戦略の策定から施策の実行、消費者意識の変化^{※7}や購買リフト^{※8}などの効果検証までを d ポイントクラブ会員のシングル ID をキーに統合されたデータ^{※2}をベースに行います。本プラットフォームを活用することで、ブランド選択率向上およびブランドロイヤリティ強化それぞれのマーケティング活動が一気通貫で可能になる予定です。

今後、本プラットフォームの初期機能として、顧客のブランド選択やロイヤリティ強化を目的とした広告クリエイティブのブリーフィング案を生成する AI ガイダンス機能を 2026 年度の早期に提供開始することをめざします。また、初期機能の提供開始を皮切りに、施策効果をモニタリングするダッシュボードの提供など、一気通貫でマーケティング支援を実現する本プラットフォームの機能を順次提供する予定です。

■ 本プラットフォームの開発における各社の役割

ドコモ	プラットフォームの開発および d ポイントクラブ会員データの提供
インテージ	メディアプランニングや効果検証の技術・ノウハウの提供
サイカ	ブランド選択やロイヤリティ形成のメカニズムを解明する分析技術の提供

ドコモ、インテージ、サイカは、本プラットフォームの提供を通じて企業のブランド価値の最大化に寄与します。

- ※1 消費者のブランド選択（他社製品から自社製品への切り替え）やロイヤリティ形成（自社製品の継続的な購買）に影響を及ぼす要素を、消費者意識データの統計分析により定量的に特定いたします。
- ※2 同じ対象者から、購買行動や意識、メディア接触など複数のデータを一元的に収集したデータです。
- ※3 アンケート調査から得られる、消費者の持つ意識をデータ化した指標です。
- ※4 2025 年 6 月末時点。
- ※5 年代・性別、居住地域を含みます。個人を特定するものではありません。また、使用するデータはお客さまから当該提供について同意をいただいているものに限りです。ドコモは、適用される国内外の法令やガイドラインなどを遵守することはもちろん、「NTT ドコモ パーソナルデータ憲章」に基づき、お客さまのパーソナルデータを適切に扱います。
(https://www.docomo.ne.jp/utility/personal_data/charter/index.html)
- ※6 位置情報については、利用に関する同意をいただいているお客さまのデータのみ使用します。
同意の状態はパーソナルデータダッシュボードでご確認いただけます。
また、位置情報そのものを本サービス上で提供するものではなく、趣味嗜好など、マーケティングに有用なデータに変換してご提供いたします。
- ※7 施策の実施前後における、ブランドに対する好意度や、理解度など、施策の対象者の意識の変化を示す指標。
- ※8 施策の実施前後で、施策接触した人の購買量がどう変化したかを示す指標。

本件に関する問い合わせ先		
株式会社 NTT ドコモ コンシューマーサービスカンパニー マーケティングイノベーション部 リテール DX 推進室 担当：松葉・寺澤 TEL：03-5156-1293	株式会社インテージ マーケティングソリューション本部 ソリューション統括部 担当：丸山・中山 https://www.intage.co.jp/contact/	株式会社サイカ 経営戦略本部 事業企画部 担当：高木・岩澤 https://xica.net/contact-form/

参考

各社概要

【株式会社 NTT ドコモ】

代表者	代表取締役社長 前田 義晃
所在地	東京都千代田区永田町二丁目 11 番 1 号 山王パークタワー
営業開始日	1992 年 7 月 1 日
事業内容	・通信事業 ・スマートライフ事業 ・その他の事業（法人通信など） URL : https://www.docomo.ne.jp/

【株式会社 インテージ】

代表者	取締役社長 檜垣 歩
所在地	東京都千代田区神田練堀町 3 番地 インテージ秋葉原ビル
営業開始日	1960 年 3 月 2 日
事業内容	インテージグループとしてアジア No.1*であるマーケティングリサーチ／インサイト事業に加えてマーケティングソリューション事業を展開し、9 か国の海外拠点とともに国内外の企業・団体のマーケティング活動を総合的に支援しています。事業ビジョンとして“Create Consumer-centric Values”を掲げ、深い生活者理解とデータ活用の高度化による顧客企業支援を通じ、生活者の幸せの実現を目指しています。 *「ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies 2025」に基づく (グループ連結売上高ベース) URL : https://www.intage.co.jp/

【株式会社 サイカ】

代表者	代表取締役社長 CEO 平尾 喜昭
所在地	東京都港区六本木 3-1-1 六本木ティーキューブ 14 階
会社設立日	2012 年 2 月 2 0 日
事業内容	サイカは、“ビジネスの成長スパイラルをつくるデータサイエンスファーム”です。 高精度なデータサイエンスを駆使して、「市場・顧客メカニズムの解明」「戦略の構築」「組織を巻き込む実行力の強化」「ナレッジを蓄積するデータ基盤の構築」を支援し、ビジネスで“勝ち続ける”ための成長スパイラルを実現します。 URL : https://xica.net/