



トピックス



2025年12月3日

株式会社 D2C

株式会社 NTT ドコモ

株式会社電通

日本市場を可視化し、企業のマーケティングを支援する「MJ SCORE ™」の提供開始

～顧客の需要や機運の高まりを年間で捉え、戦略設計から施策実行まで一気通貫で支援～

株式会社 D2C（以下、D2C）、株式会社 NTT ドコモ（以下、ドコモ）、株式会社電通（以下、電通）は、企業のプロモーション施策を支援するマーケティングソリューション「MJ SCORE ™（Microcosm of Japan SCORE）」※1（以下、本ソリューション）を共同開発しました。本ソリューションは、2025 年 12 月 3 日（水）から電通より提供を開始します。

マーケティング活動における市場・顧客分析において、企業は需要の変化や商品・サービスに関心の高いお客さまの性年代などの顧客属性および消費行動の傾向を年間で把握することが難しいことから、企業が顧客への最適なアプローチ時期の特定や、各時期における商品・サービスへの関心が高い顧客の属性を捉えたプロモーション施策を実施することが困難であることが課題となっています。

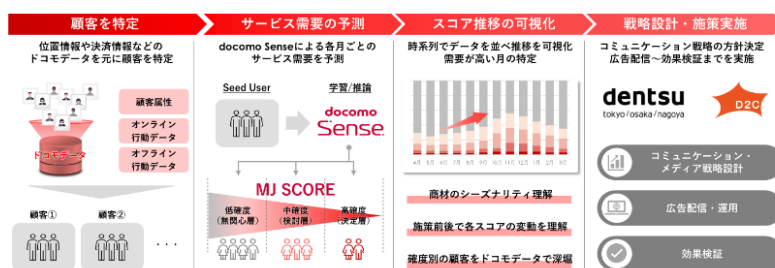
本ソリューションでは、ドコモが保有する膨大かつさまざまなデータ※2 とドコモ独自の顧客理解 AI エンジン「docomo Sense®」※3 を活用し、年間を通じて、商品・サービスに関心の高いお客さまの顧客属性や消費行動および関心の高いお客さまに類似する顧客属性や消費行動の傾向を持つ顧客層を把握することが可能です。

これにより企業は、年間を通じて日本市場における需要の高い時期や需要の高い顧客の属性を可視化できるため、プロモーション施策の時期・対象者がより明確になり、高度なプロモーション戦略の設計を行えます。

また、本ソリューションではシングル ID※4 で管理されたドコモが保有するデータ※2 をベースに、D2C の顧客分析のノウハウと電通のプロモーション戦略のプランニングノウハウも活用しながら、顧客の分析から効果検証までのマーケティングプロセスを一気通貫で支援します。

MJ SCORE

ドコモが保有するデータを元に、日本市場全体の構造を可視化。
顧客の需要や機運の高まりを年間で捉え、戦略設計から施策実行まで一気通貫で支援



■本ソリューションの特長

1.市場構造と需要発生時期の把握

本ソリューションの市場・顧客分析においてはまず、位置情報※⁵ や決済情報などのドコモが保有するデータ※² から商品・サービスに関心の高いお客さまの属性や消費行動を特定します。そして、「docomo Sense[®]」※³ により商品・サービスに関心の高いお客さまに類似した属性や消費行動を持つお客さまを把握し、各月ごとに企業の商品・サービス需要が高いと予測される顧客層から低いと予測される顧客層までを識別します。

さらに、各月のデータを並べて確認することで需要が高いと予測される顧客層の推移を可視化し、需要が高い月を特定することで、年間のうち、効果的な時期に顧客へアプローチすることが可能になります。

2.シングル ID※⁴ で管理されたドコモが保有するデータ※² をベースとした一気通貫のマーケティング支援

ドコモが保有するデータ※² による市場・顧客分析を行い、広告配信などの施策実行から効果検証までをドコモが保有するデータのシングル ID※⁴ をベースに行います。これにより、本ソリューションでは、シングル ID マーケティング※⁶ を実現します。

■本ソリューションの提供における各社の役割

D2C	・ドコモが保有するデータ、「docomo Sense [®] 」を活用した顧客分析 ・本ソリューションの管理・保有・運用 ・プロモーション施策のプランニング・実行、効果測定
ドコモ	・ドコモが保有するデータ、「docomo Sense [®] 」の提供
電通	・本ソリューションの提供 ・プロモーション戦略の企画、プロモーション施策のプランニング・実行、効果測定

D2C、ドコモ、電通は、本ソリューションの提供を通じて企業のマーケティング課題の解決・価値最大化に寄与します。

※1 D2C より商標登録出願中。

※2 ドコモが保有するお客様の基本情報、利用情報、位置情報、購買履歴などのデータです。

これらのデータには個人が特定されるデータは含まれていません。

※3 d ポイントクラブの約 1 億会員データを活用し、深く正確にユーザーを理解できるドコモ独自の顧客プロファイリング AI エンジンです。

詳細はこちら。[\(https://ssw.web.docomo.ne.jp/marketing/strengths/sense/\)](https://ssw.web.docomo.ne.jp/marketing/strengths/sense/)

※4 お客様一人ひとりに付与された識別子です。

シングル ID によって顧客の基本情報、利用情報、位置情報、購買履歴などを管理しています。

※5 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。

※6 約 1 億の d ポイント会員基盤とその一人ひとりに紐づくオンライン・オフライン横断の行動・購買データを含む ID 単位の会員データを土台に、戦略・戦術立案から施策実行、効果検証までを一気通貫で支援するマーケティング手法です。

本件に関するお問合せ先		
株式会社 D2C マーケティングエージェンシー事業本部 広報担当 E-mail : info-agency@d2c.co.jp	株式会社ドコモ マーケティングイノベーション部 プロデュース推進担当 E-mail : pr-mi@ml.nttdocomo.com	株式会社電通 株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部 E-mail : koho@dentsu.co.jp

各社概要

【株式会社 D2C】

代表者	代表取締役社長 高田了
所在地	東京都港区東新橋 1-9-1 東京汐留ビルディング
会社設立日	2000 年 6 月 1 日
事業内容	2000 年 6 月 1 日、株式会社 NTT ドコモ、株式会社電通、株式会社 NTT アドの 3 社合併で設立。D2C では主に NTT ドコモが保有するデータを起点とした広告マーケティングソリューションの企画開発事業を展開。また、戦略立案からメディアプランニング、データ活用、クリエイティブ、CX など、デジタル領域を中心に幅広いマーケティング支援を展開しています。 ※株式会社 D2C は、2025 年 10 月 1 日付で、株式会社 D2C R および株式会社 D2C ID と合併いたしました。 URL : https://www.d2c.co.jp/

【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 電通】

代表者	代表取締役 社長執行役員 佐野 傑
所在地	東京都港区東新橋 1-8-1
営業開始日	1901 年 7 月 1 日
事業内容	「人」への深い洞察を軸に、複雑化・高度化する顧客課題から本質的課題を見出し、統合的なソリューション“Integrated Growth Solutions”を提供。広告やマーケティングにとどまらない広い領域から顧客の持続的成長を支援し、社会の活性化に貢献します。 URL : https://www.dentsu.co.jp/