

「マーケティング」×「IT」×「グローバル」カンパニー

株式会社クロス・マーケティング

設立	2003年4月1日
資本金	1億円(2013年11月時点)
本社所在地	東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
代表取締役社長	五十嵐 幹
連結従業員数(臨時従業員含む)	2,045名 国内:782名、海外:1,263名(2018年12月末時点)
事業内容	ネットリサーチ、各種リサーチ

事業コンセプト

Partnering for your best decisions

～すべては、お客様の最良の決断のために～

私たちの提供するリサーチは、
お客様にとって重要な意思決定ツールです

▼私たちの姿勢

お客様のニーズを理解し、目的を共有します

俯瞰的な視座から合理的な提案をします

常にプロセスを見直し、改善を重ねます

▼私たちの力

「視点」を大切にします

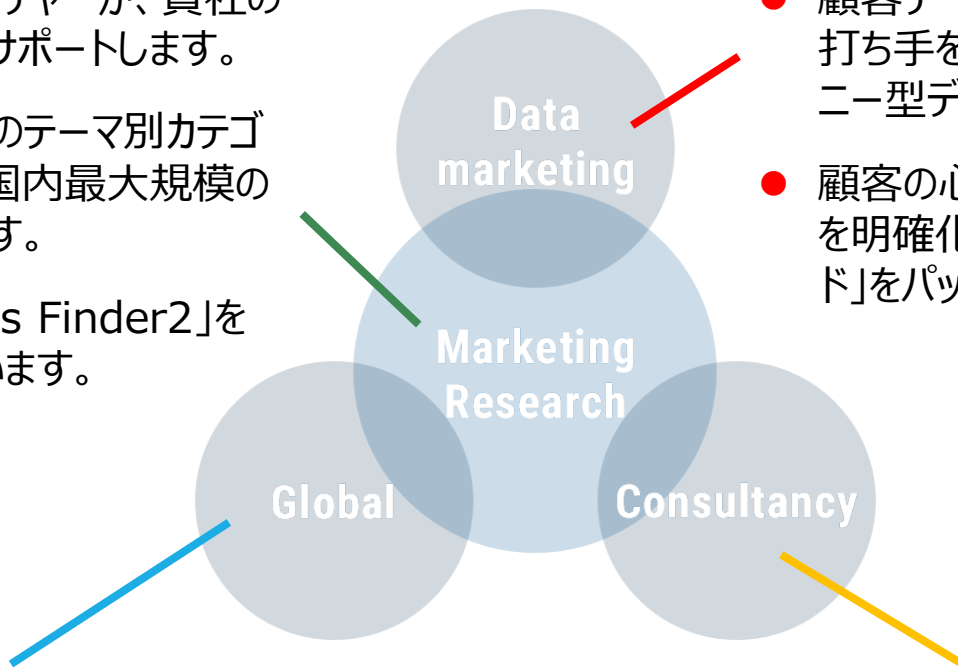
「技術」を大切にします

「ココロ」を大切にします

お客様が最善解を見出だすパートナーでありたい、と考えます

当社の強み

- 経験豊富なリサーチャーが、貴社の「専任」としてフルサポートします。
- 465万人超、20のテーマ別カテゴリに分類された国内最大規模のパネルを保有します。
- 集計ツール「Cross Finder2」を無償で提供しています。



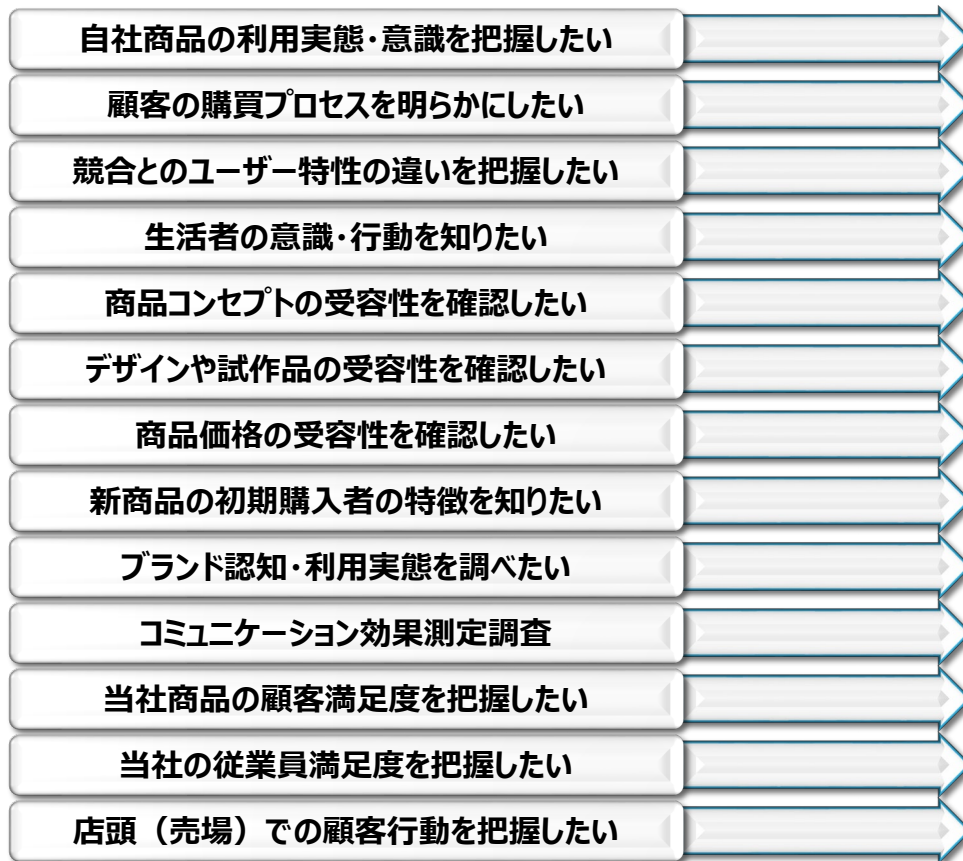
- 顧客データを時系列分析し、最善の打ち手を導き出す「カスタマージャーニー型データ分析」を提供します。
- 顧客の心理的障壁を発見し、課題を明確化する「データストーリーボード」をパッケージで提供します。

- 世界85カ国以上、1700万人以上のパネルを所有しています。
- 欧米先進国に加えて、BRICs、東南アジア、オセアニアでの高品質な調査が可能です。

- 直近のマーケティング課題解決を支援する「課題解決コンサルティング」と価値創造を支援する「価値創造コンサルティング」の2つのソリューションを提供しています。

当社のマーケティングリサーチ

お客様の目的にあわせた豊富な市場調査メニューを取り揃えています。



当社のネットリサーチ

スピーディかつ低コストで自由度が高く、大量サンプルを集められることのできるネットリサーチは、いまや調査の主流になっています。

クロス・マーケティングのネットリサーチは、次のような特長を持っています。

国内最大規模
約465万人の
アクティブパネル

オーダーメイド型
アンケート画面

担当リサーチャー
による充実の
サポート体制

無料集計ツール
の提供

高い品質の
回答データの回収

複数の国や地域に、
同時にアンケート実施

当社のアンケートパネル

国内最大規模の
パネル数

- 1年以内に回答した弊社アクティブパネル数
 - 219万人
- 提携パネルも合わせた合計アクティブパネル数
 - 465万人

パネルに対する厳
密な管理体制

- 属性情報への偽りや、不正回答者はリストから削除
- 無断欠席者、回答時間がかかり短い回答者をブラックリスト化
- 定期クリーニングを行い、無効なアドレス、入力情報の重複などを確認
- 登録時に個人認証用のパスワードを発行し、履歴管理

テーマ別スペシャ
リティパネルの保有

飲酒パネル	企業パネル	自動車保有パネル	化粧品パネル	飲料パネル	介護パネル	家電・AV機器パネル
ギャンブルパネル	住宅パネル	高品質コンタクトレンズパネル	資格パネル	携帯電話パネル	金融パネル	オートバイパネル
新聞購読パネル	ペットオーナーパネル	購買パネル	疾病パネル	喫煙パネル・たばこパネル	学生パネル	旅行パネル

リサーチャーへのインタビュー

答えてくれた人

第二営業本部
岩原章吉担当部長



Q：これまで経営危機という状況はありましたか。どのように乗り越えられましたか？

A：クロス・マーケティングは若い会社なので、まだありません。起きるならこれからだと思います。設立当初は、インターネット調査の会社は数社しかなかったのですが、今では当たり前になっています。そしてそれも、これからだんだん必要ではなくなってくるかもしれません。

よって、調査業務から、インターネットマーケティングのビジネスに切り替えていかなければならないといった議論もあります。

Q：他社とどこで差別化していかれるのでしょうか？

A：調査会社の場合、料金やメニューなど、他社とあまり変わらない仕様であるとみなされることもあります。

従って、社内の「人」で差別化を図る必要があります。商品・サービス個別のブランド力よりも、企業全体の信頼性を上げ、企業そのものをブランド化して価値向上を図るということです。

人で差別化し、ブランディングを図るためには人材育成をパワーアップさせることが基盤であり、それには企業理念やビジョンを社内全員で共有し、浸透していくことが何よりも重要だと思います。

Q：入社後に必要となる知識やスキルは何ですか。

A：マストはないと思います。

マーケティングリサーチについて勉強する、本を読むなどしておいてもいいでしょうけど、必要な知識やスキルは入社してからの研修で十分身につくことになります。

もちろんリサーチャーを志望する方は、数学などの知識を持っている方が有利です。しかし数学の知識がなくても、入社してからの意欲、興味で大きく伸びることもあります。



Q：社会人になるための心構えとして、学生にアドバイスを頂けたら幸いです。

A：やりたいことに向かって何かをやる、ということです。そのためには、自分が何をしたいのか考えておくことが大切です。

今からそうした意志を持っておくと、社会人になってから面白いと思いますよ。