

SCI(全国消費者パネル調査)、70代の購買データを提供開始

～ 2017年、団塊の世代が70代に突入。シニアの購買を捉えマーケティングを強化 ～

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃、以下インテージ)は、全国の15歳～69歳男女50,000人から収集している日々の購買データ「SCI」(全国消費者パネル調査)について、2017年5月10日より70代の購買データを正式に提供開始いたします。



インテージでは1964年以降、消費者の購買データを継続的に収集しており、これまで長年に渡って、メーカーや流通・小売業のマーケティング活動を支援してまいりました。「誰が・いつ・どこで・何を・いくつ・いくらで購入したのか」を詳細に捉えることができるデータとして提供しており、消費者を起点としたブランドマーケティングや店頭マーケティングの場面で幅広くご活用いただいています。この度、従来の60代までの購買データに加え、新たに70代の購買データを正式に提供開始しましたので、お知らせいたします。

■SCI調査概要(70代を含む)

対象者	15～79歳 男女個人
エリア	全国(70代は沖縄除く)
対象者数	52,500人(うち、70代2,500人) ※70代2,500人は2018年4月に到達予定。2017年4月時点は約2,200人。
データ期間	2012年1月度～
調査方法	Step1: 携帯型端末、スマートフォンによるバーコードスキャン Step2: PC連携入力、スマートフォン入力によるインターネット調査
対象カテゴリ	食品、飲料、日用雑貨品、化粧品、医薬品、タバコ ※バーコードが付与された商品のみ(食品は、生鮮・惣菜・弁当を除く)
調査項目	バーコード、購入日時、レシート合計金額、購入チャネル (バーコードをスキャンした商品の)購入金額、購入個数
報告データ	100人あたり平均購入規模、購入率、購入者あたり購入規模、マーケットシェア など
報告サイクル	月次、週次
提供形態	提供ツール「iCanvas」、Excel集計表、分析レポート など

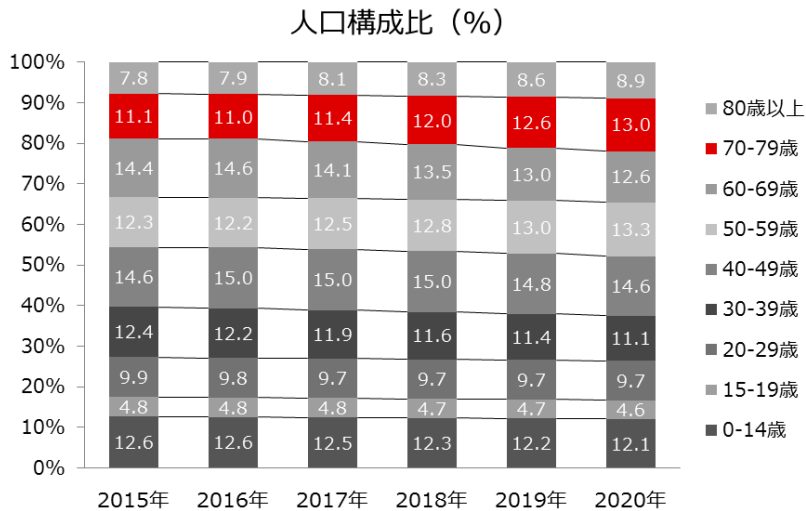
■70代の購買データ 提供開始の背景

2017年は団塊の世代が70代に突入する年です。70代の購買の影響が大きくなるこのタイミングから、データをご活用いただけるよう、本日より70代の購買データを提供開始することといたしました。

これからの70代が加齢に伴って「どのような購買行動をとるのか」を捉えていくことは、マーケティング戦略を考える上で重要です。日本では、人口減少により日用消費財市場の規模が縮小していくと推測されますが、人口が年々増加している70代の購買規模は無視できない大きさまで拡大していくものと推測されます。

① 70代の人口増加

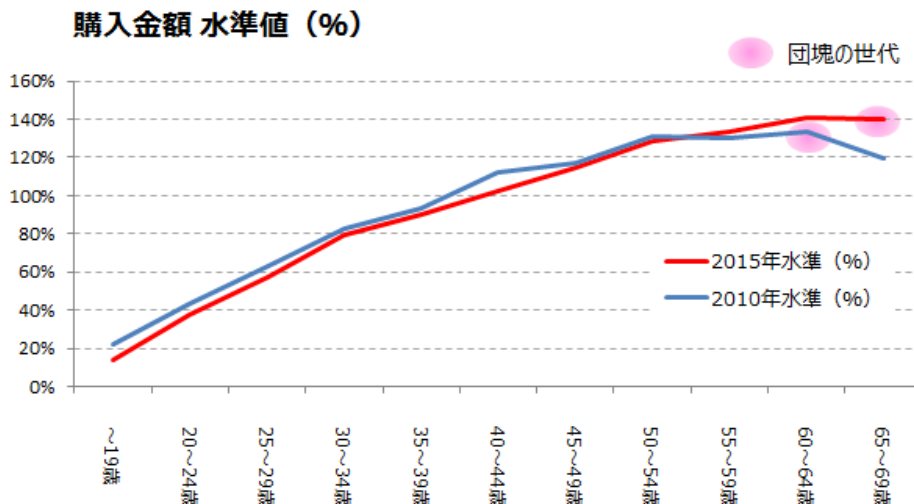
下図は、2015年国勢調査結果をもとに推計した人口構成比の推移を示したものです。70代の人口は年々増加し、2020年には、40代、50代に次ぐ人口構成比となります。



※Data：インテージ推計人口（2015年国勢調査結果をもとに算出）

② 消費に積極的な団塊の世代が70代に突入

下図は、日用消費財を含むレシート合計金額について、全年代平均値を100としたときの各年代の水準を2010年と2015年で比較したものです。2015年の60代後半（団塊の世代）は、5年前の60代後半に比べて、購買水準が下がっていません。このことから、2015年の60代後半は70代に突入しても一定の購買力を保つことが想定されます。



※Data：インテージ SCI（レシートデータ）全品目 各年4月-3月 全年代平均値を100としたときの各年代の水準値

■70代の購買データ ご活用場面

60代までの購買データに70代の購買データを加えることで、日用消費財市場の規模やユーザー特徴をより正確に捉えることができます。また、日用消費財市場にとって重要ターゲットであるシニア層の購買実態把握にも有用です。例えば、「シニアはどのような商品を好んで買うのか」、「シニアの購買行動にどのような特徴が見られるか」といった視点で、深い分析を行うことができます。得られる知見はメーカーの商品開発や、流通・小売業の売り場作りなど様々な場面でご利用いただけます。

■今後の展開

データベースとしての品質維持、また品質向上のための取り組みを引き続き行ってまいります。

同時に、注目すべきシニア層に対する知見を蓄積し発信することで、国内 No.1 のマーケティングリサーチ会社*として、生活者視点に立ったマーケティングの実現を支援してまいります。

*インテージグループ 国内1位、世界9位（アメリカ・マーケティング協会『THE 2016 AMA GOLD GLOBAL TOP 25 REPORT』）

【SCI(全国消費者パネル調査)とは】 <https://www.intage.co.jp/service/sci/>

全国15歳～79歳の男女52,500人の消費者から継続的に収集している日々の買い物データです。食品、飲料、日用雑貨品、化粧品、医薬品、タバコなど、バーコードが付与された商品について、「誰が・いつ・どこで・何を・いくつ・いくらで、購入したのか」という消費者の購買状況を知ることができます。なお、現時点では60代までのデータ提供を基本サービスとさせていただいております。ご要望に応じて70代のデータを追加いたします。

※SCIでは、統計的な処理を行っており、調査モニター個人を特定できる情報は一切公開していません

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃)は、「Create Consumer-centric Values ～ お客様企業のマーケティングに寄り添い、共に生活者の幸せを実現する」を事業ビジョンとして掲げ、様々な業界のお客様企業のマーケティングに寄り添うパートナーとして、ともに生活者の幸せに貢献することを目指します。生活者の暮らしや想いを理解するための情報基盤をもって、お客様企業が保有するデータをアクティベーション(活用価値を拡張)することで、生活者視点に立ったマーケティングの実現を支援して参ります。

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当:石渡(いしわた)

TEL:03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>

【本サービスに関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージ パネル事業本部 砂金(いさご)／渡辺(わたなべ)

TEL:03-5295-2660