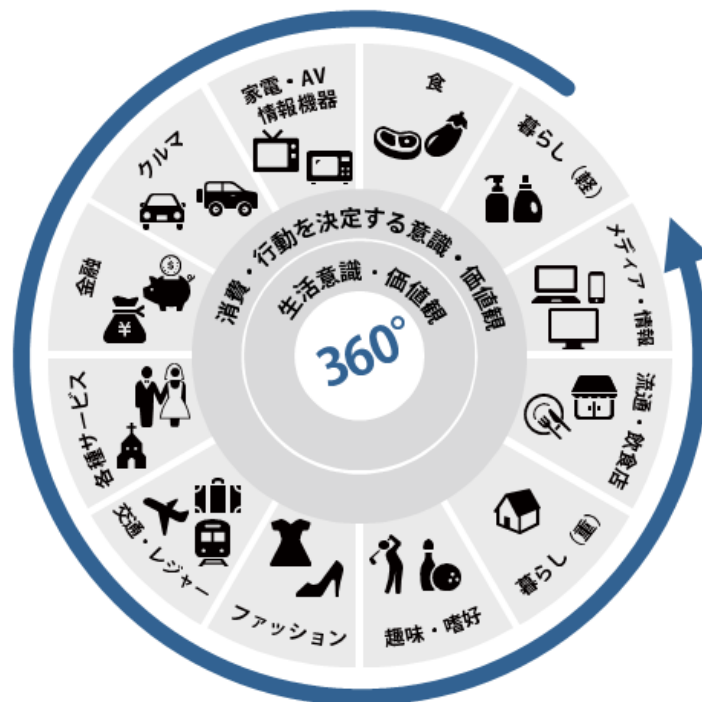


**インテージ、生活者理解に基づいたマーケティング戦略の立案・実行を支援する  
分析サービス「生活者 360° Viewer」の提供開始  
さまざまなデータの連携により、多面的で詳細なターゲット像のプロファイリングを実現**

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、2018年10月、多面的で精緻なターゲット像を描き出すことにより、生活者理解に基づいた商品・サービス開発やコミュニケーション・プランニングを支援する分析サービス「生活者 360° Viewer™」の提供を開始しました。



近年、ビジネスの領域において、深い生活者理解をベースに、生活者にとっての価値に基づいた商品・サービスを開発したり、生活者の行動・意識を起点としたマーケティング施策を立案・実行したりすることが求められています。そのために、商品・サービスの当該カテゴリーやその周辺だけでなく、生活のあらゆる側面を捉え、多面的なターゲット像の理解を可能にする情報へのニーズは以前からありました。しかし、購買行動やメディア接触といったデータは個別に存在するものの、それらを統合した情報は手に入りにくいといった課題がありました。

こういったニーズに対応するため、消費行動、メディア接触、生活意識・価値観といったインテージが保有するさまざまなデータを統合し、ターゲットを360度プロファイリングする分析サービス「生活者 360° Viewer」を開発しました。本サービスでは15,000項目におよぶ膨大なデータを使い、各お客様企業のマーケティング課題に応じて柔軟にターゲット・セグメントを設定・抽出することが可能です。抽出したターゲットは、性別や年代、職業など従来から広く使われてきた基本属性に加え、生活意識・価値観(食・健康意識やおしゃれ意識、人生観など)、消費行動・意識(日用品の年間購入金額や特徴的な購入商品、響くキャッチコピーなど)、メディア接触・利用状況(テレビやスマートフォンの時間帯別利用状況やテレビ番組視聴ジャンルなど)といった生活のさまざまな側面から立体的に描写されます。「生活者 360° Viewer」を用いることで、データの裏付

けのもと、多面的で深いターゲット理解に基づいた商品・サービスの開発やコミュニケーション・プランニング、マーケティング施策の立案・実行が可能になります。

生活者のあらゆる側面を捉えるデータ・リサーチ・プラットフォームを提供してきたインテージは、「生活者 360° Viewer」によって生活者視点に立ったマーケティングの実現を支援することを通し、お客様企業とともに生活者の幸せに貢献することを目指してまいります。

### ■今後の展開

「生活者 360° Viewer」を用いて抽出したターゲット・セグメントの属性や購買特性、ウェブ行動履歴に基づき、株式会社ドコモ・インサイトマーケティング(本社:東京都港区、代表取締役社長:熊谷宜和)が提供するデータ・マネジメント・プラットフォーム「di-piNK®」を使ったデジタル広告の拡張配信などのアクションへつなげることを予定しています。

さらに、広告効果検証サービス「Ad Trace Panel®」との連携により、拡張配信後に広告接触者のプロファイリング分析やブランドリフト(認知、興味関心、購入意向といった指標の上昇)の検証まで行うことで、「生活者 360° Viewer」を起点としたプランニングからアクション、効果検証まで一貫したマーケティング PDCA 実行のサポートに取り組んでまいります。

### ■商品名 ロゴ



### ■特長・アウトプットイメージ

・インテージが蓄積・保有する生活者データを余すところなく活用することにより、生活者のパーソナリティや体験・経験をさまざまな角度から細密に描写。分析対象データは下記となります。

- ・SCI®(全国消費者パネル調査)
- ・i-SSP®(クロスメディアシングルソースパネル)
- ・SCI Profiler(SCIの調査モニターに聴取した価値観・ライフスタイル・メディア接触のデータ)
- ・kitシリーズ(車、金融など、特定領域について深掘りしている大規模シンジケートデータ)
- ・継続的に収集しているデータのため、ターゲット・セグメントの変化を時系列で捉えることが可能
- ・膨大なデータを用いながらも、基本レポートはご発注後翌日納品が可能



## ■活用イメージ

- ①商品・サービス開発時のターゲット理解(コンセプト開発を含む)
  - － 開発チームでペルソナを共有することにより、メンバー間や部署間で共通のターゲット像に基づきプロジェクトを推進できます。
- ②コミュニケーション・プランニング立案(メッセージ開発や情報接点の探求)
  - － 各メディアへの接触情報を分析し、ターゲットに対して有効な情報接点を探し出すことが可能です。
- ③抽出したターゲット・セグメントを用いたデジタル広告の配信
  - － ターゲットのウェブ行動履歴を用いてデジタル広告を拡張配信。生活意識・価値観をヒントに、メッセージやクリエイティブを開発できます。

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

※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

※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

【i-SSP®(インテージシングルソースパネル®)とは】 <https://www.intage.co.jp/service/platform/issp/>

当社の主力サービスである SCI(全国消費者パネル調査)を基盤に、同一対象者から新たにパソコン・スマートフォンからのウェブサイト閲覧やテレビ視聴情報に関するデータを収集するものです。当データにより、パソコン・スマートフォン・テレビそれぞれの利用傾向や接触率はもちろん、同一対象者から収集している購買データとあわせて分析することで、消費行動と情報接触の関係性や、広告の効果を明らかにすることが可能となります。また、調査対象者に別途アンケート調査を実施することにより、意識・価値観や耐久財・サービス財の購買状況を聴取し、あわせて分析することも可能です。

【di-PiNK®(ディーアイピンク)とは】 <http://www.di-pink.com/>

ドコモの位置情報やサービス利用情報、アンケート回答データ、インテージが保有する生活者購買データ、TV・新聞も含めたメディア接触データ、提携先から提供される 3rd Party データ等、Web とリアルデータのデータを統合した DMP です。di-PiNK を活用すると、ユーザーニーズや顧客像を知る手がかりを得て、生活者のインサイト(新たな発見)を可視化することができます。また、これを基に生活者へのコミュニケーションを高度化することにより、既存ユーザーや見込み顧客に対してシームレスにコミュニケーションを図ることができるようになります。

※「di-PiNK」は株式会社ドコモ・インサイトマーケティングの登録商標です。

【Ad Trace Panel®(アドトレースパネル)とは】 <https://www.intage.co.jp/service/platform/ad-trace/>

マーケティングリサーチ業界最大規模のインターネット調査モニター「マイティモニター®」をベースに構築した Cookie パネルです。100 万人規模 (パソコン:30 万人 モバイル:75 万人)の大規模パネルのため、小規模なデジタル広告のキャンペーンについても効果測定が可能です。Cookie 情報に基づきログデータを収集することで、実行動ベースでのデジタル広告接触者やウェブサイト訪問者に対して、ブランド認知やクリエイティブ評価等のアンケートを行うことができます。さらには保有する豊富な属性を利用することでターゲット層に合った切り口での集計分析にも対応しています。

【Car-kit®(自動車パネル)とは】 <https://www.intage.co.jp/industry/automobile/car-kit/>  
毎月約60万人から前月の自動車情報を取得しているシンジケートデータです。現有車や次期意向などを聴取する市場動向把握調査と、契約者に対して購入理由や購入時の重視点などを聴取する契約者調査の2部構成で実施しています。自動車保有者からは、リッチな自動車情報を取得しています。

【MAT-kit®(金融パネル)とは】 <https://www.intage.co.jp/industry/finance/mat-kit/>  
国内最大規模のサンプルを誇り、約70万人のデータを確保。富裕層などの低出現セグメント、投信、外貨、年金保険などの個別商品の購入者層の実態把握できます。居住地別にも、県内エリア別はもとより、市区郡別での競争状況も把握しています。調査内容は全国約320金融機関の利用実態を聴取。銀行、信金・信組、労金など216機関、証券会社38機関、生命保険43機関、自動車保険23機関にのぼります。今までは難しかった自社顧客の競合社の利用実態も把握可能です。

【HR-kit®(人材市場データベース)とは】 <https://www.intage.co.jp/industry/human-resources/hr-kit/>  
全国約40万人の転職、就活、パート・アルバイト、派遣に関する意識や実態を紐解く人材市場の大規模データベースです。人材市場における生活者動向の把握、戦略ターゲットのセグメントの開発など、人材業界のマーケティングをサポートします。

【うご-kit®(人の動きと意識を捉えるデータサービス)】 <https://www.intage.co.jp/industry/tour/ugo-kit/>  
旅行観光マーケティングを支援するサービス。位置情報と詳細属性とアンケートを組み合わせ、行動と意識の両面から国内旅行・観光の実態を捉えることが可能なデータサービスです。分析結果をベースに有望なターゲット層に対する広告配信も可能です。

【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、さまざま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、共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まいります。

【株式会社ドコモ・インサイトマーケティング】 <http://www.dcm-im.com/>  
株式会社ドコモ・インサイトマーケティング(本社:東京都港区、代表取締役社長:熊谷 宜和)は、主にリサーチ事業、コミュニケーションサービス事業およびエリアマーケティング事業を展開し、生活者に密着したモバイルの特性を最大限活用したリサーチやプロモーションを提供しています。dポイントクラブ会員 6,560 万人(2018年3月)の顧客基盤と、インテージの情報活用ノウハウの融合により、圧倒的な規模と品質を備えたサービスを、生活者と企業に提供します。

#### 【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:星(ほし)ノ小林(こばやし)

TEL:03-5294-6000

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