

パネル調査

消費者パネル調査 どんな世帯・個人が、何をどこで、いくらで買っているのか

SCI 全国消費者パネル調査





全国の15～79歳の男女52,500人を対象に、屋内外で消費する食品、飲料、日用雑貨品などの購買データを専用スキャナーやスマートフォンのアプリを利用して収集。消費者の購買行動を詳細に捉えた高品質なデータを基に、インサイトを提供する日本最大の消費者パネルです。

データからわかること

- 誰に、どこで、どれだけ買われているのか、そのボリュームがアイテム単位でわかる
- ブランドスイッチなどの購買行動に伴う市場構造の変化が定量的にわかる
- どんな人を買われているのか、といった消費者属性などがわかる



主なお客様

 食品	 飲料
 日用雑貨品	 化粧品

小売店パネル調査 いつ、どこで、どんなものが、いくらで売られているのか

SRI 全国小売店パネル調査





スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストアなど、全国の主要小売店約4,000店舗を対象に、食品、飲料、日用雑貨品などさまざまな商品のPOSデータを収集。各業界標準のインデックスとして、この分野で圧倒的な強さを誇っています。

データからわかること

- どの商品が、いつ、どこで、いくつ、いくらで、どのような店舗で販売されたのか、そのボリュームがアイテム単位でわかる
- 配荷や品揃え、価格といった店頭での競合状況と、結果としての販売ボリュームがわかる
- 店舗のタイプ別に品揃えの実態や売れ筋商品がわかる



主なお客様

 食品	 飲料
 日用雑貨品	 化粧品

その他のパネル

SDI 全国一般用医薬品パネル調査

全国の薬局、ドラッグストア、スーパーマーケット、コンビニエンスストアなど約3,200店舗を対象に、一般用医薬品を中心としたヘルスケア関連カテゴリーの商品に特化したPOSデータを収集。一般用医薬品市場を知るための唯一のデータとして地位を確立しています。

データからわかること

- いつ、どこで、何が、いくらで販売されたのかがわかる
- カテゴリーごとの市場規模がわかる
- 商品シェアの変化がわかる



主なお客様

 製薬

カスタムリサーチ

国内外の顧客の課題に応じて行うカスタマイズ型の調査。多種多様な調査手法と独自の分析力をベースに、リアルな市場の実態を反映した価値ある情報を提供しています。

主なお客様

流通・小売・飲食	自動車	家電・電機
通信	金融・保険	広告代理店
アパレル	エンターテインメント	官公庁など


データの収集方法例

オンライン調査 インターネット調査、ココリサ(位置情報を基にしたアンケート配信サービス)	定性調査 グループまたは1 on 1インタビュー、リモートインタビュー
非言語調査 アイトラッキング調査、表情解析を使った広告クリエイティブ調査、ニューロリサーチ	オフライン調査 郵送調査、ミステリーショッピング(覆面)、店頭陳列調査、CLT(会場テスト)、店頭アンケート、訪問調査

業界最大約892万人^{*1}のインターネットリサーチモニター

「マイティモニター」

- シンプルな調査から詳細設計が必要な難易度の高い調査まで柔軟に対応
- 属性や特定のテーマについて聴取した情報ごとにモニターを分類。調査対象者の効率的かつ確かな選択が可能
- スマートフォンならではの特性を活かしたチャットやテレビ電話によるモバイルインタビューも可能




キューモニター公式キャラクター「キューモット」

キューモニターの認知度向上を目的としたキャラクターで、「敏腕プロデューサー」としてさまざまなイベントや媒体に登場しています。

3つのモニターを利用

- インテージ キューモニター
- ドコモ・インサイト マーケティング dポイントクラブ会員^{*2}
- MApps Panel^{*3}



マルチデバイスモニター

約892万人^{*1}

※1 2018年4月現在
※2 dポイントクラブ会員のうち、株式会社NTTドコモが提供するdポイントクラブアンケートにおいて、株式会社ドコモ・インサイトマーケティングが実施するアンケートへのご協力に同意いただいた方
※3 MApps Panelは株式会社マーケティングアプリケーションズが提供するサービスです。

コミュニケーション領域

SNSの普及やマルチデバイスの利用など、多様化した生活者の購買行動に対する新たなアプローチが必要となっている昨今、インテージグループの持つパネル調査データを基に、カスタマージャーニー^{*4}を可視化。お客様のコミュニケーション施策の効果測定を支援しています。

i-SSP インテージシングルソースパネル

SCIからの購買データと、テレビ・パソコン・モバイルなどのメディア接触や広告接触にかかわるデータを、同一個人(シングルソースデータ)から収集。国内最大規模のクロスメディアシングルソースパネルです。

データからわかること

- ターゲット層の媒体接触の実態や視聴者の顔がわかる
- キャンペーンが効率良くターゲットにリーチしているかがわかる
- キャンペーン施策が購買やイメージアップにつながったかがわかる

i-SSP サービス概要



同じ人から、購買データとメディア接触データなどを収集

収集されるデータの種類: 購買、属性・価値観、新聞、屋外広告など

※4 カスタマージャーニー：顧客が商品やサービスを知り、最終的に購買するまでの「行動」「思考」「感情」などのプロセス。