

変革のDNA  
パネル調査の歴史

特集

# パネル調査

## 市場の動きを正しく捉え 確かな指標を提供する

創業以来、インテージグループの屋台骨を支え続ける事業「パネル調査」。60年に及ぶ歴史の中で、小売店パネル、消費者パネルの二つの調査を軸に、社会環境に合わせて変革を続けています。小売店パネルは紙ベースの在庫調査からPOSデータへ切り替え、速報性や品目の拡張を実現。消費者パネルは、日記帳からスキャンングへ、また世帯調査から個人調査へ大胆な切り替えを実施しました。「公共性」「社会性」を維持するパネルデータは、長きにわたって市場を正しく捉え、お客様のマーケティングに活用されています。インテージのパネル調査がお客様から高い信頼を得ている理由、それは「市場反映性を誇る精緻な設計」「品質を担保し続けるデータ評価のノウハウ」「データの価値を高める商品情報」にあります。

小売店パネル



全国一般用医薬品パネル調査  
全国約3,200店舗より収集している  
医薬品・医薬部外品販売データ

消費者パネル



全国消費者パネル調査  
全国15歳~79歳の男女約5万2,500  
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

1960 薬の在庫調査としてスタート



1964 唯一の消費者パネルとして「買  
い物帳調査」をスタート(4,800  
サンプル)



1993 POSデータと在庫調査のハイブ  
リッド方式を導入

1997 全店POSデータによるサービス  
を開始

1982 京浜・京阪地区のサンプルを拡大  
(9,856サンプル)

1992 JANコードの普及を機に、調査  
手法としてスキャンングシステム  
を導入



全国小売店パネル調査  
全国約4,000店舗より収集している  
小売店販売データ

1994 食品・日用雑貨品を対象として  
POSによる全国小売店パネル  
調査を開始(1,170店)

1997 酒、ペットなどの専門店(在庫調  
査)を加えた「統合SRI」スタート  
(2,050店)



2005 携帯型バーコードスキャナーを  
導入、個人パネル「personal  
eye」をスタート(5,000人)

2010 世帯パネルから個人パネルへ切  
り替えた「SCI - Personal」を  
スタート(2万人)



2004 大規模リニューアル(3,110店:店  
数増、週次拡大推計値提供開始)

2014 専門店(在庫調査)の全店オンラ  
イン化完了

2012 「SCI - Personal」の対象者を  
5万人に拡大

2020 以降 SRI+(エスアールアイプラス)本  
格稼働(予定)。サンプル数の拡大  
と環境やニーズの変化に対応し  
大幅な設計変更

2017 対象者に70歳代を追加





## 緻密な調査設計と経験に基づく知識と技術で実現する高い品質

継続的に市場反映性を求められるパネル調査は、緻密な調査設計と推計ロジックが必須です。加えてマーケティングデータとしての高い品質を保つことが重要です。データに対するこだわり、研鑽を重ねたこれらの知識と技術が当社のパネルデータにおける競争優位性といえます。

データを確実に取得する状態を維持することはもちろん、マーケティングに使えるデータにするためには、収集したデータにひそむ「異常」を検知し、適正化することが必要です。JANコードの欠損や入力ミスなどを機械的に検知するだけでなく、パネルデータに向き合ってきた経験をもとに、日々異常データの有無をチェックしています。例えば、パネル調査の対象となっている店舗で、ある商品が大量に販売されたとします。そのデータは事実でも、市場全体を俯瞰して、同様の事がほかの店舗で起こる可能性が低いのであれば、あえてそのデータは推計には使わないなど、最終的に人の目で「市場を妥当に反映しているか」を判断しています。

私たちの使命は、市場の動きを常に捉え、お客様のマーケティングにおける正しい判断を支えるデータとして納品することです。



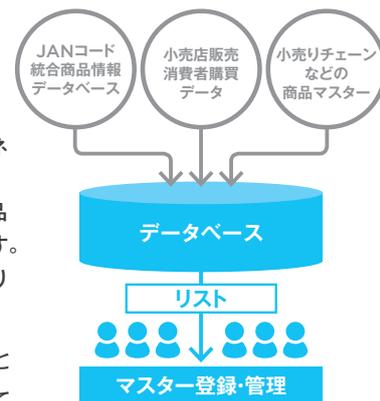
## パネル調査の価値の源泉、「商品マスター」

収集したデータに価値を与える「商品マスター」は重要な役割を担っています。パネルの価値の源泉である「商品マスター」とは、パネル調査におけるデータ分析を目的に、JANコードをはじめとする商品の「情報」を、一定の規則で体系化したものです。商品のさまざまな特徴を、独自の定義から属性としてコード体系化し、登録・整備しています。この「商品マスター」を活用することで、販売と購買それぞれの視点に対して、同じ切り口で市場を分析できるのです。

商品マスターにはJANコードや商品名だけではなく、一つの商品で多いときに30以上にもなる特徴が、独自の定義に基づき「属性」として登録されています。

これらの属性を登録するために、商品一つひとつについて、実物の確認だけでなく、プレスリリースやパンフレットなどの複数の情報を参考にしています。

AIのサービスを提供しているインテージグループですが、登録作業は90人もスタッフがを行っています。それはマーケターの分析にかなう属性情報の付加を最終的に判断するためであり、経験豊かな「人」の目（知見）が重要だからです。



マスター登録数  
**130万6,000件**

主要メーカー数  
**3万1,400社**

登録品目  
**330品目**

更新される商品数  
**① 2万4,000以上**  
(2019年6月現在)