

**インテージ、『i-SSP(インテージシングルソースパネル)』のテレビ視聴データサービスを強化**  
**～ 10月よりパネルを8,000人に拡大、11月より放映翌日のデータ提供を開始 ～**

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、『i-SSP(インテージシングルソースパネル)』のテレビ視聴パネルを8,000人に拡大し、2017年10月データより提供開始いたします。また、これまで「放映日から7日後にデータ提供開始」としていましたが、2017年11月より「放映翌日にデータ提供開始」として、データご提供の早期化を実現します。

i-SSPで常時“ログ”で収集しているデータ



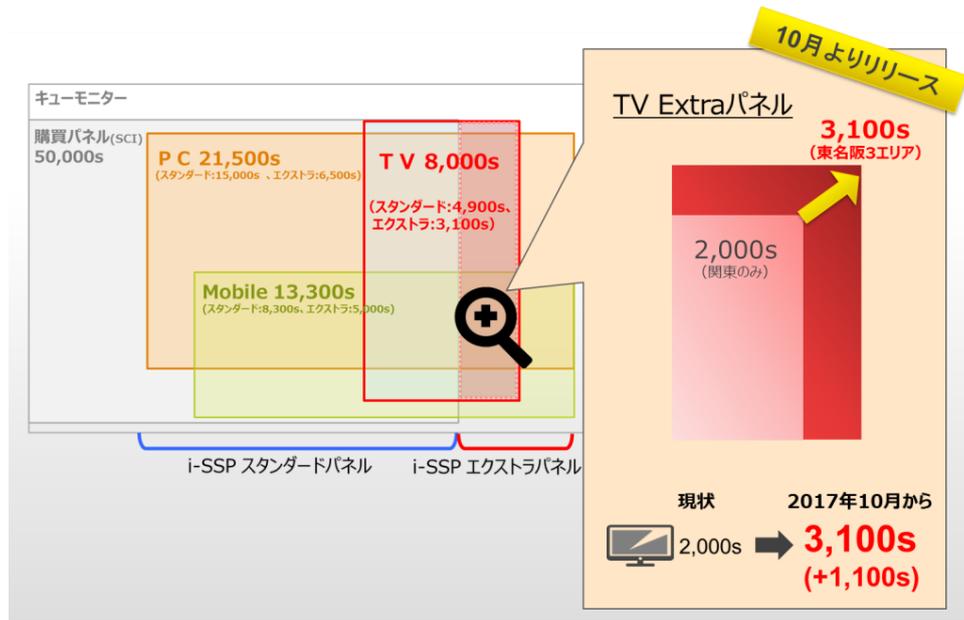
	PC 	Mobile 	TV 	購買 (SCI) 
取得データ	<ul style="list-style-type: none"> <li>Web閲覧URL</li> <li>Web検索ワード</li> <li>Web広告接触 ※1</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Web閲覧URL</li> <li>Web検索ワード</li> <li>Web広告接触 ※1</li> <li>アプリ使用状況</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>TV-CM接触状況 ※3</li> <li>TV番組接触状況 ※3</li> </ul>	<p>誰が/いつ/どこで/何を/いくらで</p> <p>対象品目: 食品・飲料・日用雑貨品・化粧品・医薬品・タバコ</p>
サンプル数	21,500s	13,300s	6,900s ⇒ <b>8,000s</b>	SCIパネル自体は5万人 PC, Mobile, TV 協力モニターの6~8割
エリア	全国	全国	関東(山梨除く)・関西・中京 ※4	全国
設計	性年代×エリア ※2	性年代×エリア ※2	性年代×エリア ※2	性年代×エリア ※2
取得方法	ツールインストール	アプリインストール	音声収集デバイス	バーコードスキャン
取得タイミング	常時捕捉	常時捕捉	常時捕捉	購入時常時捕捉

※1 オプション扱い。Web広告(ディスプレイ広告、動画広告など) 素材への測定タグ埋め込みなどにより、広告接触を判定。なお、デバイスや媒体によっては測定できないケースがあります  
 ※2 対象年齢は15~69歳。エリアはSCIは全国11エリア、PC・Mobileは全国4エリア、i-SSPの割付コントロールはスタンダードのみ  
 ※3 標準のご提供は地上波7局、TVチャンネル視聴履歴と番組放映履歴とのマッチングにより、番組接触を判定。  
 ※4 関東: 東京・神奈川・千葉・埼玉・茨城・栃木・群馬 関西: 大阪・兵庫・京都・奈良・和歌山・滋賀 中京: 愛知・岐阜・三重

『i-SSP』はこれまで、テレビ視聴パネルを関東・関西・中京エリアの合計 6,900 人で展開をしており、多くの企業にご活用いただいています。一方で、サンプル規模拡大を望む声も多くいただいております。今回、エクストラパネル※を 3,100 人に拡大をしたことにより、3 エリア合計 8,000 人まで規模の拡大を実現しました。個人設計で 8,000 人のテレビ視聴パネルは、シングルソースデータとしてはもちろん、単体でのテレビ視聴パネルとしても日本最大規模となります。『i-SSP』はパソコン、スマートフォン、テレビのメディア接触ログを同一人から収集する「シングルソースパネル」であり、テレビの視聴データを収集しているテレビパネルモニターから、パソコン・スマートフォンでのウェブサイト閲覧・広告接触に関するデータも収集しています。また、別途アンケート調査を実施することで、認知・購入意向などの態度変容をとらえ、テレビ・ネットのクロスメディアでの広告効果を明らかにすることが可能です。

※エクストラパネルはスタンダードパネルと異なり、購買情報が紐づかないデータとなりますが、付帯調査の制限を緩和し、より多様なアンケート調査が可能です。

## ■ i-SSP パネル構成



また、これまでデータ公開を「放映日から7日後の提供開始」としていましたが、暫定値として「放映翌日のデータ提供開始」を2017年11月中旬から予定しております。

これにより特定の出稿CMの接触率を即座に把握、接触者へWebアンケートを実施することで商品の購入意向や態度変容などの情報を迅速に捉え、対ターゲットセグメントのコミュニケーション、メディアプランニングに活用することができます。

## i-SSPの特徴



### 1 クロスメディア・シングルソースパネルとして国内最大規模のモニター数

- TVとWebの広告効果を同じ状況下で計測できる
- 検索行動やアプリ利用等、多様なKPI指標で検証できる



### 2 ログ形式(機械式)の正確かつ詳細な粒度のデータ

- メディア接触を記憶に基づくアンケートではなく、行動ベースで分析できる
- 時分ベースでのメディア接触の導線がわかる



### 3 価値観意識・購買パネルデータなど、多様なデータと掛け合わせた分析が可能

- メディア意識や価値観意識、購買パネルデータからブランド購入者フラグや購買量層を作成しセグメントして分析可能



### 4 アドオン型アンケート調査を実施することで深掘り分析が可能

- ターゲットセグメントの設定や心理および態度変容などの情報収集が可能

## 導入実績（一例）



2013年5月にサービスを開始して以降、**メーカーなどの広告主企業・広告会社**など、多岐にわたるお客様にご活用頂いております。

### 広告主企業

- マーケティングターゲットのメディア接触行動を分析  
⇒ **メディアプランニングにご活用**
- テレビ+デジタルのクロスメディア広告キャンペーンについて、施策媒体ごとの到達度や態度変容・購買効果を測定  
⇒ **次期広告出稿の金額配分の判断にご活用**
- 会員サイトのブランドへの意識や購入への効果を測定  
⇒ **オウンドメディアの意義を自社内へ訴求するためにご活用**

### 広告会社

- クライアント企業の広告キャンペーン施策リーチをタイムリーに確認  
⇒ **キャンペーン中にリーチ向上施策を打ち出すためにご活用**
- クライアント企業へのキャンペーン企画プレゼン時にターゲットセグメントのメディア接触データを利用  
⇒ **プランニングの根拠を明確にするためにご活用**

インテージでは、より広く深い生活者理解のために今後もデータ価値の向上を進めてまいります。

### 【i-SSP(インテージシングルソースパネル)】

当社の主力サービスであるSCI(全国個人消費者パネル調査)を基盤に、同一対象者から新たにパソコン・モバイル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・モバイル・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・価値観や購買状況を聴取し、あわせて分析することも可能です。

\*i-SSP(アイエスエスピー)／シングルソースパネルは株式会社インテージの登録商標です。

### 【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、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まいります。

### 【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)／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/>

### 【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 データビジネス企画開発本部  
Mail:i-ssp@intage.co.jp