

テレビ・スマートフォン・パソコンの利用状況と商品購入が把握できる『i-SSP』 2021年4月、テレビ視聴パネルを全国化へ

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:檜垣 歩、以下:インテージ)は、『i-SSP[®](インテージシングルソースパネル[®])』(以降 i-SSP と表記)のテレビ視聴パネルを2021年4月1日より全国拡大します。

『i-SSP』は同一個人から複数情報源のデータを収集し、メディアの利用状況と生活者の行動を明らかにしますが、テレビ視聴だけは、関東・関西・中京エリアのみでの調査となっております。

2021年4月より上記以外の地域のデータも提供できることになり、すでに全国でデータを提供している『i-SSP』のパソコンおよびスマートフォンのデータと同様、全国でのメディア利用状況、広告接触、購買状況の可視化を実現します。また、誰がいつどんなものを購入したかを明らかにする調査データである SCI[®](全国消費者パネル調査)とも同一の全国でのサービス提供となり、活用価値が向上します。

i-SSPのデータ一覧				
	パソコン 	スマートフォン 	テレビ 	購買 (SCI) 
データ	<ul style="list-style-type: none"> ● Web閲覧URL ● Web検索ワード ● Web広告接触 	<ul style="list-style-type: none"> ● Web閲覧URL ● Web検索ワード ● Web広告接触 ● アプリ使用状況 	<ul style="list-style-type: none"> ● テレビ-CM接触状況 ● テレビ番組接触状況 	<p>誰がいつ/どこで/何を/いくら/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・タバコ等</p>

<i-SSP のデータ提供地域>

i-SSP テレビ視聴パネルは、これまで関東・関西・中京エリアで展開をしており、多くの企業様にご活用いただいていたが、一方でエリア拡大を望む声も多く得ていました。今回のエリア追加により、関東・関西・中京エリア以外および全国でのテレビCMと商品購買の関係の可視化やデジタル広告との効果比較などを可能にします。また、調査人数が既存の8,000人から12,000人へと大幅に増えることにより、これまで以上に詳細な効果分析を行うことができます。

提供サービス	関東	関西	中京	3地域以外
i-SSP テレビ	3地域8,000人のサービス提供			2021年4月より 4,000人のサービス提供
i-SSP パソコン	全国でのサービス提供			
i-SSP モバイル (スマートフォン)	全国でのサービス提供			
SCI (全国消費者パネル調査)	全国でのサービス提供			

これらを同一個人から収集。
3地域以外のi-SSP SCIデータが揃うことで、全国レベルでのデジタル広告とテレビCMの効果の可視化や、テレビCMと購買状況の可視化が可能になります。

<全国でのクロスメディア広告効果測定が可能に>

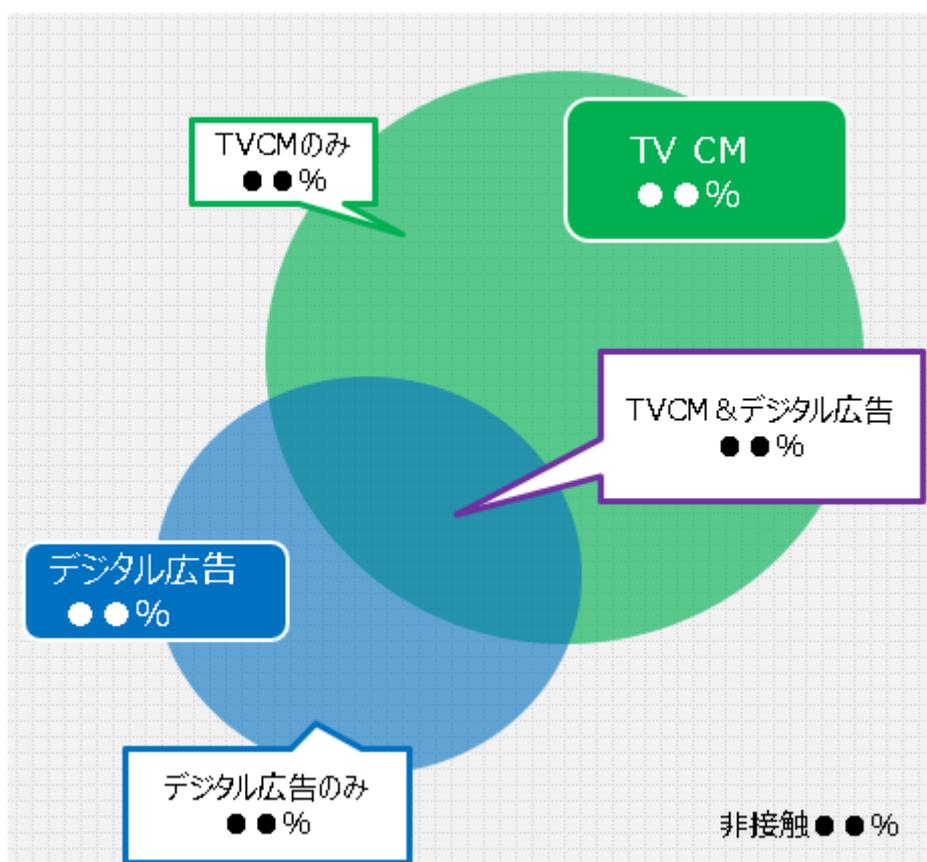
エリアを細かく指定せずに配信する傾向にあるデジタル広告と、今回全国で計測できるようになるテレビ CM の計測範囲が揃い、全国計でのクロスメディアキャンペーンの効果を可視化できるようになります。

i-SSP は同一対象者からテレビ CM とデジタル広告のデータを取得しているため、テレビ CM のみ／デジタル広告のみ／テレビ CM とデジタル広告の両方と 3 つの区分で広告接触率を全国でターゲット別に把握することができます。これにより、どのメディアの到達効率が良かったかの費用対効果の確認（リーチ効率の確認）が可能となります。

さらには、接触パターン別にアンケート聴取をすることで、どのメディアの広告に接触した消費者が自社の商品に関心をもっていたかや、広告意図がどのメディアの広告で伝わっているかを把握できます。

このように、多面的にキャンペーンの広告の投資対効果を把握し、次回のキャンペーン設計に活かしていただくことができます。

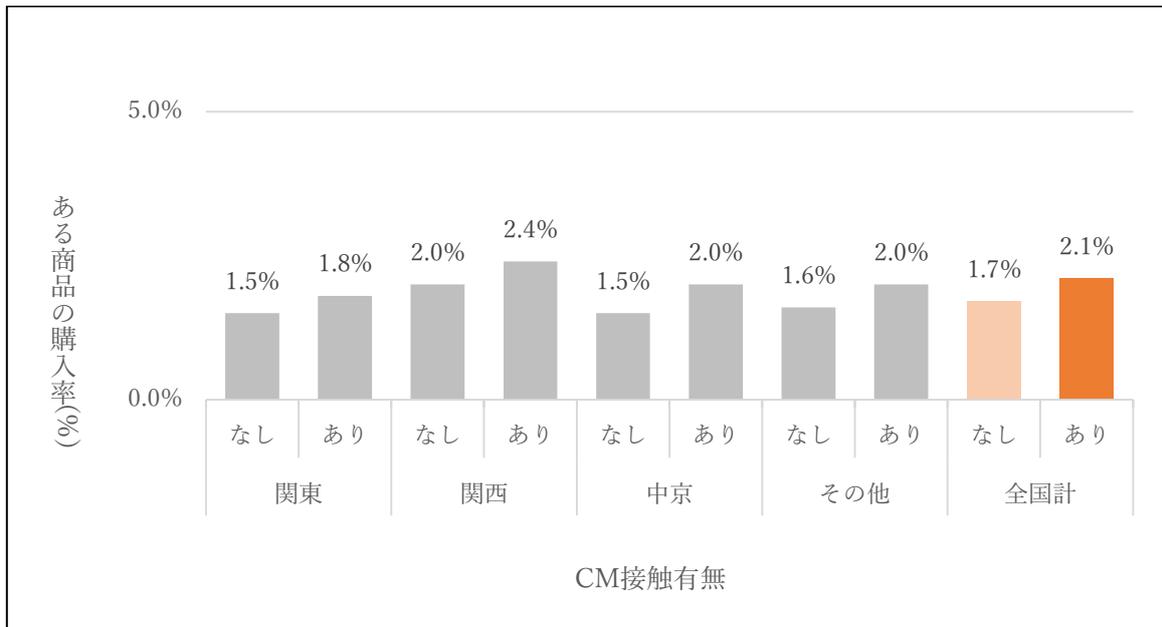
全国でのテレビCMとデジタル広告のクロスリーチを把握可能に



<全国でのテレビ CM 接触の購買への影響分析が可能に>

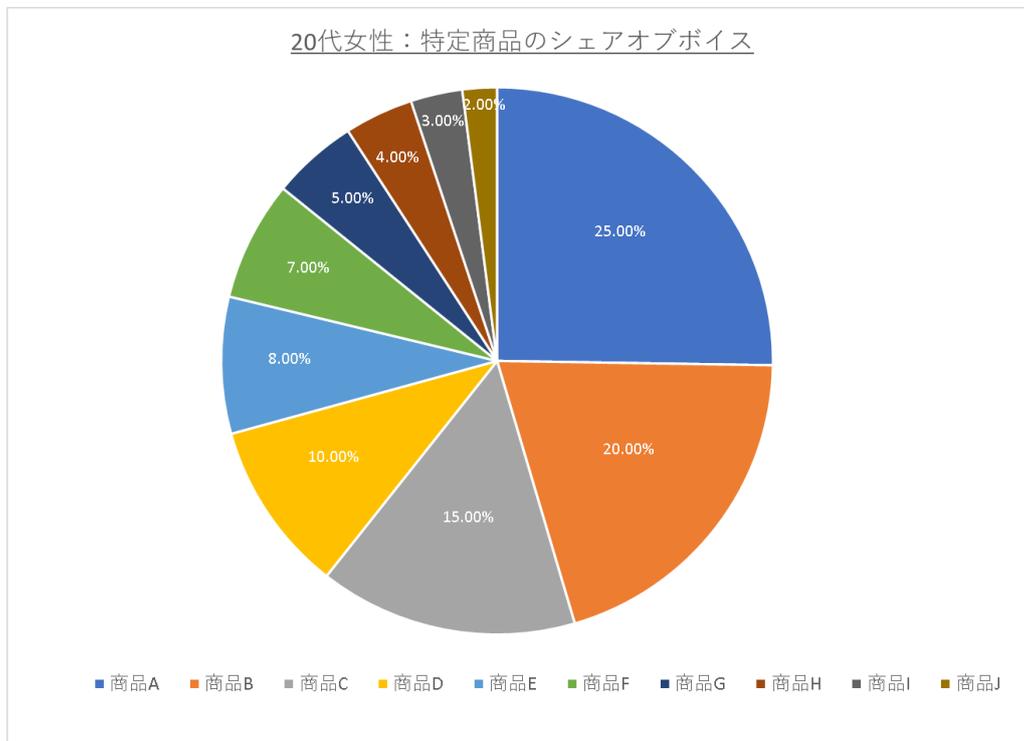
SCI と併用することで、テレビ CM の接触者が自社商品をより購入するようになったかどうか、地域ごとに可視化して分析できます。また、広告接触者・非接触者に対するアンケートにより、ブランド・商品への印象の変化や購入意図度の向上といったデータを取得することで、多面的にキャンペーンのブランドリフト効果（ブランド認知率、好意度などの向上有無）を計測できます。

これにより、テレビ CM が消費者の商品購入プロセスに与えた効果がエリアごとに検証可能となり、エリアごとの広告施策を検討する上での判断材料となります。



<全国でのシェアオブボイス把握や競合比較を可能に>

自社テレビ CM と競合企業・ブランドと比べてどの程度広告コミュニケーションできているかを把握する指標であるシェアオブボイスを全国でターゲット別に把握できるなど、これまでは可視化できていなかった 3 地域以外も含めた分析が可能になります。たとえば自社の商品の売上げが前月より減少していたときに、以前と比べてシェアオブボイスに変化がないかを確認するなど、競合他社の商品と自社の商品の関係を把握するための一助となります。



【i-SSP®(インテージシングルソースパネル®)】 <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。

【SCI®(全国消費者パネル調査)】 <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おりません

【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:檜垣 歩)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。

【本件に関するお問い合わせ】

■株式会社インテージ [i-SSP](https://www.intage.co.jp/)(インテージシングルソースパネル) お問い合わせ窓口

お問い合わせ先: i-ssp@intage.co.jp

【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:下河原(しもがわら)

TEL:03-5294-6000

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