



Nomura Research Institute Group

2019 年 4 月 25 日

株式会社野村総合研究所

## 野村総合研究所、「生活者に刺さるマーケティング施策とは」を テーマに「マーケティング分析コンテスト 2019」を開催 ～マーケティング指標や手法など、斬新なアイデアを募集～

株式会社野村総合研究所（以下「NRI」）は、「生活者に刺さるマーケティング施策とは」をテーマに、「マーケティング分析コンテスト 2019」を開催します。本コンテストは、NRI が 3,000 人の生活者から独自に収集したシングルソースデータ<sup>\*1</sup>を、学術研究やマーケティング実務へ活用していただくことを目的に、2007 年から開催しています。これまでも、数多くの研究成果が学術研究や実務の場で活用されてきました。

NRI は、約 180 社の企業にサービスを提供している「Insight Signal<sup>\*2</sup>（インサイトシグナル）」事業を行っています。その事業で収集している“実際の”シングルソースデータを、コンテストの参加者に提供します。その膨大な消費行動データと企業の広告出稿実績から、「生活者に刺さるマーケティング施策とは」というテーマに沿って、研究していただきます。

審査は、研究成果として得られたマーケティング指標や手法の新しさ、着眼点の斬新さ、結果の有効性など、幅広い観点で行います。多数のご応募をお待ちしています。

### ■生活者の“メディア接触”と“消費行動”がひもづいた国内唯一のデータを提供

NRI がコンテストの参加者に提供するシングルソースデータは、同一人物から、「メディアへの接触状況」と「消費行動（商品・サービスの認知や購入）」を、2 カ月にわたって収集した国内唯一のデータです。これを多面的に解析することで、生活者の行動や広告効果の分析がより正確なものになります。なお、昨年より追加した「Web サイトへのアクセスログデータ」について、今年もご提供する予定です。

コンテストのエントリー期間は、2019 年 4 月 26 日から 10 月 31 日までで、研究成果の提出締め切りは 11 月 15 日を予定しています。応募要領やこれまでのコンテスト結果については、【ご参考】および以下の専用サイトをご覧ください。

専用サイト「Insight Signal マーケティング分析コンテスト 2019」

<http://www.is.nri.co.jp/contest/>

## ■今年のテーマは「生活者に刺さるマーケティング施策とは」

昨今デジタル化の進行もあり、生活者のメディア環境や消費に関する考え方が多様化しています。そのような中、広告出稿やマーケティング施策を実施する企業は、どのようなメディアからのアプローチを獲るべきか、どのようなポイントが生活者に刺さるのか、を日々研究しています。また、机上の空論でなく、実際の施策にいかに関与できるか、も重要なポイントとなっており、データ分析から得られる示唆や解釈には、効果的な施策につながることはもちろん、いかに実現性があるか、も重要な課題となっています。

今回のコンテストでは、これらの課題について、分析が可能となるデータを提供し、「生活者に刺さるマーケティング施策とは」をテーマに、企業の広告やマーケティング活動において役立つ研究成果を募集します。

NRI は、本コンテストを通じ、さまざまな視点から生活者の購買要因の掘り下げが行われることで、企業に広告・マーケティング戦略を見直す手掛かりや示唆が与えられ、生活者とのより豊かで適切なコミュニケーションが推進されることを期待しています。コンテストの結果は、専用サイトを通じて公表する予定です。

\*1 メディア別の広告効果を生活者の視点で評価することを目的に、同一の調査対象者に対して、メディアへの接触状況、商品・サービスの認知や購入意向などを調査したデータです。シングルソースデータは、個人が特定される情報ではありません。

\*2 広告、PR などのプロモーション施策を、NRI 独自のデータをもとに、分析・評価するサービスです。媒体選定、クリエイティブ作成の支援から、KPI 設定や PDCA 構築の支援も行います。

### 【お知らせに関するお問い合わせ先】

株式会社野村総合研究所 コーポレートコミュニケーション部 玉岡、十河

TEL：03-5877-7100 E-mail：kouhou@nri.co.jp

### 【コンテストに関するお問い合わせ先】

株式会社野村総合研究所 コンサルティング事業本部 インサイトシグナル事業部

「マーケティング分析コンテスト 2019」事務局 松本、森田

TEL：03-5877-7396 E-mail：mac2019@nri.co.jp

## 【ご参考】

### 「マーケティング分析コンテスト 2019」の概要等

#### 1. 参加資格

年齢、国籍、職業（社会人、学生）は問いません。グループでの応募も可能です。一人当たりの応募数に制限はありませんが、自作・未発表のものに限ります（ただし、受賞は一人1点までとします）。また、調査会社、コンサルティング会社、システム開発会社に勤務する方のエントリーは、ご遠慮いただく場合があります。

#### 2. 賞

最優秀賞（1点）：賞金 20 万円

優秀賞（1点）：賞金 10 万円

佳作（1点）：賞金 5 万円

※それぞれ、該当者なしの場合があります。

#### 3. エントリー方法

専用サイト（<https://www.is.nri.co.jp/contest/>）において、2019 年 4 月 26 日から 10 月 31 日まで、エントリーを受け付けます。上記サイトのエントリーフォームに必要事項を入力・送信後、参加申込書および誓約書をダウンロードし、必要事項を記入の上、「マーケティング分析コンテスト 2019 事務局」へ郵送してください。書類の到着および内容の確認後に、分析用のデータを郵送します（送付開始は、5 月中旬を予定しています。コンテスト終了後、データは返却していただきます）。

**エントリー締め切り日：2019 年 10 月 31 日**

#### 4. 説明会の開催

エントリーされた方を対象に、6 月 5 日および 6 月 19 日に、NRI（東京都千代田区）にて説明会を開催します（各回の内容は同じですので、いずれか一日にご参加ください）。今回提供するシングルソースデータの特徴やテーマ設定の指針、具体的な分析手法（統計ソフトの使い方）について、ご案内します。説明会の詳細は、専用サイトをご覧ください。

#### 5. 提供するデータ

関東圏に居住する 3,000 サンプルの同一調査対象者（20~69 歳の男女個人）から、2019 年 1 月 26 日から 3 月 30 日にわたって収集した、広告・宣伝メディアへの接触状況と商品の購買行動に関するデータを、未加工のデータ（ローデータ）として提供します（データの特性と調査方法は、それぞれ図 1、図 2 をご参照ください）。データ構成などの詳細は、専用サイトをご覧ください。

図 1 シングルソースデータの全体像

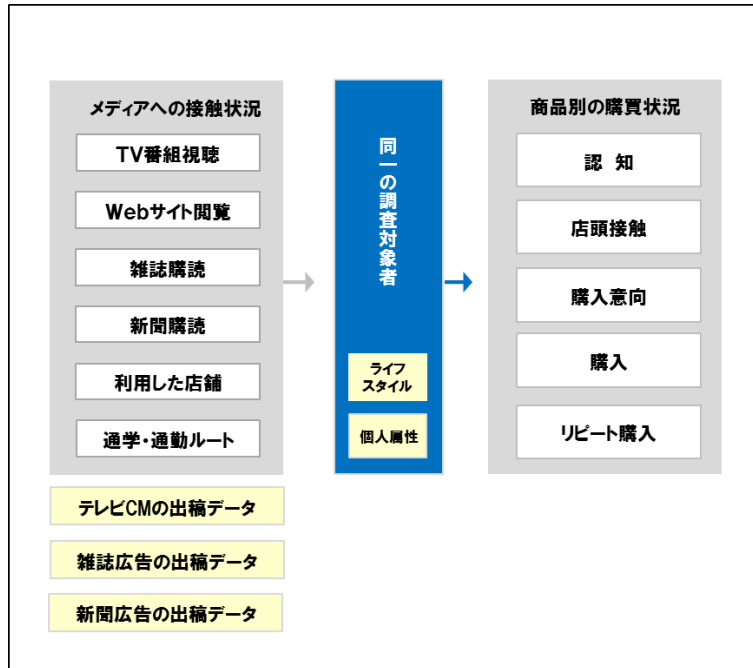


図 2 調査方法

| 調査期間:2019年1月26日～3月30日 対象:3,000サンプル(20～69歳、関東圏) |                                    |
|------------------------------------------------|------------------------------------|
| 調査項目                                           | 調査方法                               |
| TV番組視聴                                         | Web上で「電子番組表」を提示したWebアンケート(デイリー調査)  |
| Webサイト閲覧                                       | 全てのアクセスログデータを収集し、具体的なURL単位で集計      |
| 雑誌購読                                           | Web上で「雑誌表紙」を提示したWebアンケート(ウィークリー)調査 |
| 新聞購読                                           | パソコンによるWebアンケート調査                  |
| 利用した店舗                                         | パソコンによるWebアンケート調査                  |
| 通勤・通学ルート                                       | パソコンによるWebアンケート調査                  |
| 商品別の購買プロセス                                     | 携帯電話によるデیلیーアンケート調査(1日10アイテム程度)    |
| ライフスタイル                                        | パソコンによるWebアンケート調査(調査期間の中間週に実施)     |
| 個人属性                                           | パソコンによるWebアンケート調査(調査期間の中間週に実施)     |

## 6. 成果物の提出方法

研究成果は、パワーポイント形式で 30 ページ以内にまとめ、“要約文”および“応募用紙”とともに、電子メールに添付するか、または電子媒体（CD 等）を郵送する形でご応募ください。

**成果物提出締め切り日：2019 年 11 月 15 日（当日必着）**

## 7. 審査基準ならびに審査結果の発表方法

マーケティング手法としての斬新さや、マーケティング戦略に新たな示唆を与えているかどうかを重視した審査を行います。審査結果は、専用サイト上で、2020 年 1 月中旬に発表します。なお、過去の入賞作品も専用サイトにてご確認ください。

## 8. 審査委員（敬称略、順不同）

＜審査委員長＞

阿部 周造（横浜国立大学 名誉教授）

＜審査委員＞

桑原 武夫（慶應義塾大学 総合政策学部 教授）

清水 聡（慶應義塾大学 商学部 教授）

西尾 チヅル（筑波大学大学院 ビジネス科学研究科 教授）

守口 剛（早稲田大学 商学部 教授）

塩崎 潤一（野村総合研究所 コンサルティング事業本部  
インサイトシグナル事業部 部長）

## 9. 学術論文としての活用

本コンテストに応募した研究成果を、学位請求論文（卒業論文、修士論文、博士論文）や、各学会などへの投稿論文にも活用いただけます。その際に、延長申請書を提出していただくことにより、データ貸与期間を延長することも可能です。

## 10. 注意事項

- ・研究成果に関する知的財産権は、株式会社野村総合研究所および対象となる研究を行った方に帰属します。
- ・エントリー情報や参加申込書は、マーケティング分析コンテスト事務局にて厳重に保管します。参加者の個人情報、本コンテストに関する活動のみに利用します。
- ・参加申込書をご提出いただくと、やむを得ない場合を除き、研究成果の提出が必須となります。データを閲覧するだけなど、コンテスト応募以外の目的での参加はできませんので、ご注意ください。
- ・ご提供するデータは、本コンテストの成果物提出時、または延長貸与期間が終了した時点で、速やかにご返却いただくものとします。電子メディアなどに複製されている場合は、これを完全に破棄していただくこととします。