

News Release

2018年10月26日
株式会社野村総合研究所

生活者の消費価値観・行動やメディア接触状況をひと目で把握できるマーケティングツール「Insight Palette」を提供開始 ～8,600万通りのターゲットを探索可能なWebツールを月10万円で～

株式会社野村総合研究所（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：此本 臣吾、以下「NRI」）は、自社でサービスを提供している、広告効果測定プログラム「インサイトシグナル*1」で収集したシングルソースデータ*2を用いた、マーケティング支援ツール「Insight Palette」（インサイトパレット、以下「本ツール」）を、10月26日から提供開始します。本ツールは、生活者の消費に関する価値観やメディアとの接触の仕方に関して、最大8,600万通りのパターンに分散し、それぞれのパターンに合致する生活者の意識・行動・属性などを自在に探索し、結果をひと目で理解できる形でご提示します。これを利用することで、さまざまな企業が製品開発・販売、広告・プロモーションなど、幅広く活用できます。

本ツールの主な特長は、以下のとおりです。

■ 消費価値観やメディア接触を元に、詳細なターゲットのプロフィールを自在に設定し、該当グループの特徴を把握

性別・年代等の属性や趣味・価値観・消費行動等を複数組み合わせ、ターゲットの設定ができます。ターゲットのパターンは、最大で8,600万通り以上となり、希望する条件に沿った生活者分析をおこなうことが可能です。

例えば、単に「お茶飲料のユーザー」というグループ設定でなく、「都内に在住し、フルタイムで働く既婚女性30-40代のお茶飲料ユーザー」といったレベルまで詳細にターゲットを設定でき、その人の特徴を把握することが可能です。

また、特定ブランドのユーザーなど、より本ツールの利用企業にあわせたターゲットグループの設定が可能な、カスタマイズ版の提供もおこないます。

「設定できるターゲットグループの設定条件と、分析可能な基本属性、消費価値観とメディア接触」については【ご参考】をご参照ください。

■ 生活者の消費に関する価値観やメディア接触をひと目で把握できる

設定したターゲットグループについて、性別・年代・消費価値観・消費行動などを含む「プロフィールシート」と、そのグループが利用しているメディアに関する情報を整理した「メディア接触シート」を、それぞれ1画面で確認できます。

各ターゲットグループについて、200項目以上の詳細な情報を表示しながら、その特徴をひと目で把握できるよう、視覚的にわかりやすくデザインされています。

画面イメージは【ご参考】をご参照ください。

■ 環境設定が不要で、常に最新データをブラウザーで表示

本ツールは Web ブラウザー上で提供されるため、利用者は一切の環境設定やソフトウェアのインストールが不要です。また、データは月に 1 回自動更新され、常に最新のデータを利用できます。

■ 広告による効果をシミュレーションする機能を搭載

広告の出稿計画を入力することによって、設定したターゲットグループがどの程度その広告に接触すると見込まれるかを、シミュレーションできます。複数のメディアの組み合わせを設定することで、出稿計画の作成や見直しが可能になります。

※1 Insight Signal (インサイトシグナル) :

NRI が提供する広告効果測定プログラム。広告や PR などのプロモーション施策について、NRI 独自のデータを基に分析・評価するサービスであり、媒体選定・クリエイティブ作成から、KPI 設定や PDCA サイクルの構築まで支援するものです。

※2 シングルソースデータ :

同一対象者から、一定期間におけるメディアへの接触状況と消費・購買行動を収集したデータです。個人単位で、広告による認知や購買への影響度を分析できるメリットがあります。NRI は基本属性や消費価値観・行動、テレビ、交通、新聞、Web サイト等のあらゆるメディア接触を含む詳細なシングルソースデータを、2008 年のサービス開始以来毎日調査し続けています。)

【ニュースリリースに関するお問い合わせ】

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 十河、水谷
TEL : 03-5877-7100 E-mail : kouhou@nri.co.jp

【サービスに関するお問い合わせ】

株式会社野村総合研究所 インサイトシグナル事業部 小川、中田
TEL : 03-5877-7396 E-mail : k6-ogawa@nri.co.jp, m3-nakata@nri.co.jp

【ご参考】

- 設定できるターゲットグループの設定条件と、分析可能な基本属性、消費価値観とメディア接触

ターゲット設定条件
性年代
婚姻状況
子供の有無
持ち家
居住地
家族構成
世帯年収
世帯貯蓄
趣味
健康の悩み
利用店舗
購入・利用する日用品・サービス
保有している耐久消費財
テレビ視聴
Web 利用
新聞閲読
雑誌閲読
路線利用 など

基本属性、消費価値観
性年代
婚姻状況
子供の有無
持ち家
居住地
家族構成
世帯年収
世帯貯蓄
NRI 消費 4 象限
イノベーター度
消費価値観
趣味
健康の悩み
チャンネル
購入・利用する日用品・サービス
保有している耐久消費財 など
メディア接触
テレビ平均視聴時間
局別視聴時間
視聴テレビジャンル
時間帯別テレビ視聴率
Web 利用量
ポータルサイト利用
SNS 利用
Web メディア利用
新聞閲読率
雑誌閲読率
電車利用率
利用路線
利用駅
ラジオ視聴 など

■ **本ツールの提供の方法**

「汎用版」と「カスタマイズ版」の2種類があります（下表参照）。常に最新データが更新される汎用版は、1年間の年間契約での提供となります。個別企業向けの独自セグメントの設定と、シミュレーション機能を備えたカスタマイズ版は、都度契約での提供となります。

* 本ツールは、お客様の社内のみでの利用を想定しています。顧客への提供等、二次利用については別途ご相談ください。

	汎用版	カスタマイズ版
データソース	NRI シングルソースデータ (関東エリア、20~69歳、10代は参考データ)	
データ期間	直近1年間分を毎月更新 (10調査回分)	1調査回分 (2カ月間の調査)
サンプル数	約25,000サンプル	2,000~3,000サンプル
独自セグメントの設定	不可	自由に追加設定可能 (20セグメントまで)
シミュレーション機能	無	有
初期費用	無	100万円
基本利用費用	10万円/月	無
アカウント管理費用	1万円/1アカウント、月 ※月額総支払額は、上記の基本利用料とアカウント管理費の合計となります。	

■ Insight Palette の「プロフィールシート」と「メディア接触シート」の画面の例

図1：「プロフィールシート」：ターゲットグループの性別や年代といった属性情報に加え、消費に対する価値観や趣味、購入している商品や保有している耐久消費財などが把握可能

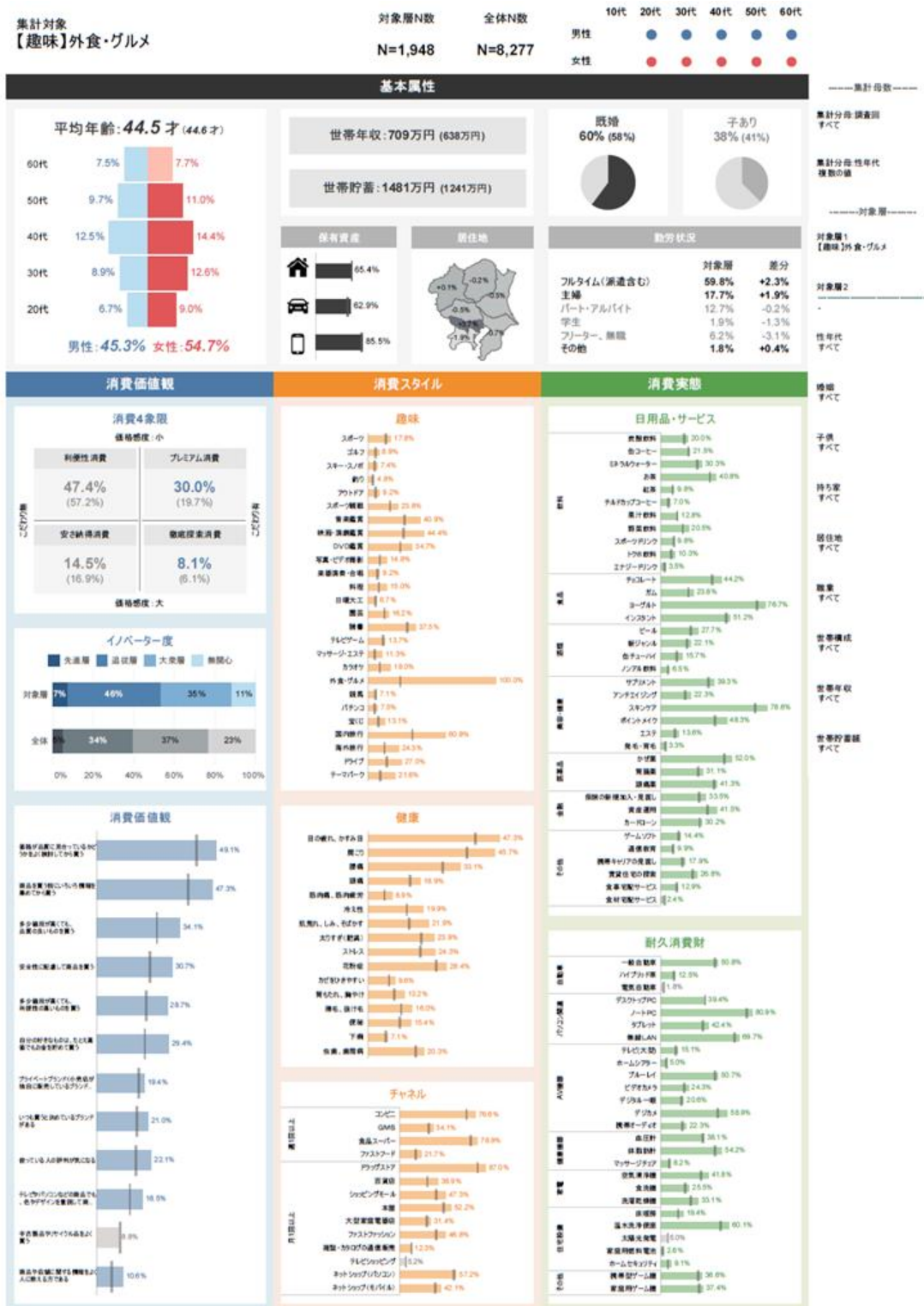


図2：「メディア接触シート」：テレビ、Web、新聞・雑誌、交通・屋外それぞれのメディアの全体の接触量に加え、テレビ番組や視聴時間、閲読雑誌、利用路線・駅などが把握可能

