

News Release

2016年4月12日
株式会社野村総合研究所

「生活者の変化が広告にもたらすもの」をテーマに 「マーケティング分析コンテスト 2016」を開催

～10周年記念として提供データを拡充し、さらに深い分析を可能に～

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、「生活者の変化が広告にもたらすもの」をテーマとして、「マーケティング分析コンテスト 2016」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^{※1}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生み出され、活用されてきました。

今回はコンテスト開始から10年を迎えることを記念し、これまで応募者に研究素材として提供してきた最新の「消費行動データ」と「企業の広告出稿実績」に加え、「2012年からの時系列データ」ならびに各生活者による「Webサイトへのアクセスログデータ」を提供します。これらのデータを総合して分析することにより、生活者のメディアとの接触の変化や、それとともにWeb上あるいは実店舗でとっている行動を捉えることができるため、「生活者の変化が広告にもたらすもの」についてより深い研究が可能になると考えています。

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革新性、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

本コンテストで参加者に提供するデータは、NRIが約150社の企業にサービスを提供している「Insight Signal（インサイトシグナル）^{※2}」事業で収集された“実際の”シングルソースデータです。同一人物について、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。今回は、時系列データも提供しますので、さらに立体的な捉え方ができます。

コンテストの応募期間は、2016年4月12日から10月31日までで、研究成果の提出締め切りは11月11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参照ください。

専用サイト「マーケティング分析コンテスト 2016」

■ 今年のテーマは「生活者の変化が広告にもたらすもの」

放送メディアの世界では、民放局の見逃し番組配信サービスが始まり、Netflix や Hulu などの動画配信サービスが開始されました。さらに、屋外広告の急速なデジタル化や、インターネット広告の配信・表示形式の大幅な変化など、広告を取り巻く環境はここ数年で大きな転換を遂げています。一方、生活者に目をやると、この間に起きたアベノミクスや消費税増税、スマートフォンの普及といった経済環境や情報環境の変化を経験し、意識や行動も以前とは異なっているため、より効果的で効率的な広告展開を行うために、広告業界や企業にとって生活者の行動分析はますます重要になっています。こうした状況下で、ビッグデータの解析技術の一般化や向上は、Web のアクセスログの分析によって生活者の行動を正確に捉えることを可能にしています。

今回のコンテストでは、これらの分析が可能となるデータを提供し、「生活者の変化が広告にもたらすもの」をテーマに、企業の広告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て、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、企業がより豊かで適切な生活者とのコミュニケーションを推進するなど、広告・マーケティング戦略を見直す手掛かりや示唆を与えるものにしていきたいと考えています。

コンテストの結果は、専用サイトを通じて 2017 年 1 月下旬に公表する予定です。

※1 シングルソースデータ：

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 Insight Signal：

企業を対象として、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から、KPI 設定や PDCA 構築に至るまで、支援を行います。

【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 若尾、清水
TEL：03-6270-8100 E-mail：kouhou@nri.co.jp

【コンテスト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
「マーケティング分析コンテスト 2016」事務局 松本
TEL：03-5533-2647 E-mail：mac2016@nri.co.jp

【ご参考】

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。1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1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を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

※いずれも、該当者なしの場合もあります。

3. エントリー方法

エントリーは、専用サイト (<http://www.is.nri.co.jp/contest/>) において、2016 年 4 月 12 日から 10 月 31 日まで、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、同じサイトにある参加申込書および誓約書をプリントアウトし、必要事項を記入の上、「マーケティング分析コンテスト 2016 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）。

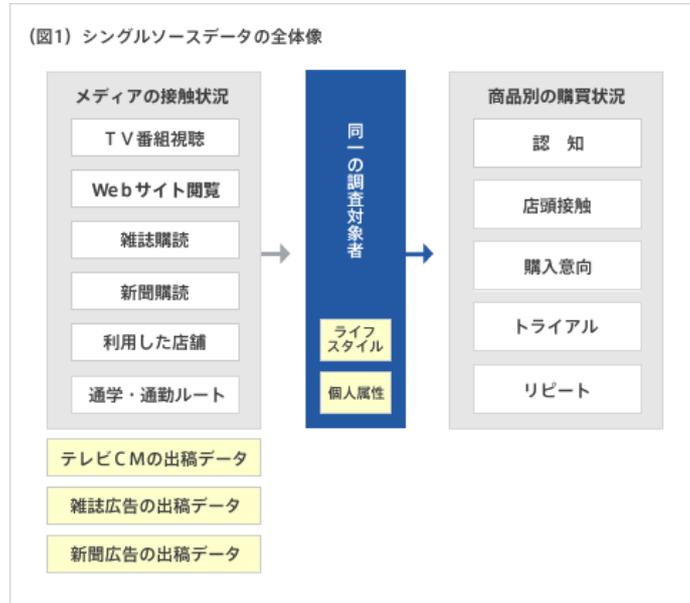
4. 説明会の開催

エントリーされた方を対象に、5 月 17 日および 5 月 27 日に、NRI（東京都千代田区）にて説明会を開催します。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、前記の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、2016 年 1 月 30 日から同 4 月 2 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購買行動に関するデータ（消費行動データ）を、未加工のデータ（ローデータ）として提供します（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：2012年3月1日～4月28日	対象：3,000サンプル（20～59歳、関東）
2014年2月8日～4月5日	対象：3,000サンプル（20～69歳、関東）
2016年1月30日～4月2日	対象：3,000サンプル（20～69歳、関東）

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 ※2016年版に限り、ローデータも併せて提供
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	携帯電話によるデイリーアンケート調査(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(調査期間の事前段階で収集)

6. 応募方法

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”ならびに“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。締め切り日：2016年11月11日（当日必着）

7. 審査基準および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るものであるかどうかを重視した審査を行います。優秀作品については、1月中旬にNRI本社にて表彰式を開催します。なお、全ての審査結果は、専用サイト上で、2017年1月下旬に発表します。なお、過去の入賞作品も専用サイトにてご確認いただけます。

8. 審査委員（敬称略、順不同）

阿部 周造（横浜国立大学 名誉教授、東京工業大学 特任教授）（審査委員長）

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 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、マーケティングデータ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。
- ・ 特別なご事情がない限り、優秀作品ならびに予備審査通過作品については、お名前と学校名（または会社名）を掲載いたしますのでお含みおきください。
- ・ ご提供するデータは、本コンテストへの応募締め切り時、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。