

2014 年 9 月 26 日

## 電通、消費者行動のシングルソースデータベース「d-holistics」を構築

### － 同一個人のメディア接触・購買行動・生活意識を統合分析 －

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直、以下「電通」）は、株式会社インテージ（本社：東京都千代田区、社長：石塚 純晃、以下「インテージ」）が提供する消費者パネルデータを活用し、メディア接触・購買行動・生活意識を大規模かつシングルソース（同一の調査対象者）で統合分析できるデータベース環境「d-holistics」を構築いたしました。

デジタル化の進展やメディアの多様化に伴い、キャンペーンを成功に導くためには、消費者行動をホリスティックに捉え、マーケティング活動における個々のプロセスや施策を統合的にマネジメントする効果的な戦略の立案が必要不可欠になってきています。

こうした状況に鑑み、電通は、インテージが保有する消費者パネル（SCI/i-SSP）※1 を対象に、クロスメディアによる「メディア接触調査」※2 をインテージと共同で実施し、同一個人の購買行動データとテレビ接触、ウェブ/モバイル接触、意識・価値観関連のデータを紐づけし、各施策の到達状況から購買までの関係を統合的に分析することができる、独自のシングルソースデータベース「d-holistics」を整備しました。

従来、分析や効果検証（PDCA）は、個々ばらばらのデータや手法によって行われていましたが、今回構築した「d-holistics」では、ターゲットプロファイリング、コミュニケーションプランニング、メディアプランニング、キャンペーンマネジメントなどにおける分析や効果検証が一気通貫で行えるようになるため、これまでにはなかった統合型のマーケティングソリューションを提供することが可能になりました。

今後、電通は「d-holistics」を含む電通ならではのさまざまなソリューションを活用し、顧客企業の統合的なマーケティング活動を支援してまいります。

以 上

※1 SCI/i-SSP について

#### ■SCI（全国個人消費者パネル調査）の概要

- ・全国男女 50,000 人のパネルモニターを対象に行っている食品（生鮮・惣菜・弁当などを除く）・飲料・日用雑貨品・医薬品に関する消費者購買調査です。

詳細は [http://www.intage.co.jp/panelresearch/customer/sci\\_personal](http://www.intage.co.jp/panelresearch/customer/sci_personal) をご覧ください。

**■i-SSP（インテージシングルソースパネル）の概要**

・SCI（全国個人消費者パネル調査）を基盤に、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同一対象者から収集・トラッキングするシングルソースパネルです。

（サンプル数：パソコン 22,000s、モバイル 6,000s、テレビ 5,000s 2014年9月現在）

詳細は <http://www.intage.co.jp/panelresearch/customer/issp/> をご覧ください。

**※2【メディア接触調査の概要】**

調査手法： インターネットによる1週間の日記式調査

調査エリア： 東阪名電波エリア

埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県・茨城県・栃木県・群馬県

岐阜県・愛知県・三重県

滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県

サンプル数： 18,409s（有効回答数）

抽出フレーム： SCI モニターのうち Profiler（インテージ自主企画の意識・価値観調査）回答者または i-SSP モニター

調査対象者： 15～69歳男女個人

調査内容： 生活時間、テレビ地上波、BS/CS、インターネット、新聞について日記式による詳細なメディア接触を把握。加えて、ラジオ、雑誌、交通エリア、スマートデバイスの利用実態（アプリなど）を聴取。

調査時期： 2014年5月19日～25日

**【リリースに関する問い合わせ先】**

株式会社電通 コーポレート・コミュニケーション局 広報部

長澤、溪 TEL：03-6216-8041

**【事業に関する問い合わせ先】**

株式会社電通 統合データ・ソリューションセンター

駒込、眞鍋 Email：sdm-data.service@dentsu.co.jp