

未来データアカデミア2023 インテージパネルデータのご紹介

株式会社インテージ



Create Consumer-centric Values



会社紹介

Create Consumer-centric Values



株式会社インテージ (INTAGE Inc.)

社名の由来 Intelligence (知) + Age (時代)
創業 1960年3月2日 ※2013年4月設立 (持株会社制への移行に伴い新設、事業を承継)
代表者 代表取締役社長 檜垣 歩
従業員数 1170名 (2022年6月末)
本社所在地 東京都千代田区 (秋葉原)
Web <https://www.intage.co.jp/>

マーケティングリサーチのリーディングカンパニーとして支持されています

業界ポジション	売上高の推移	取引社数	取引業界	海外拠点の広がり
アジア 1 位 (※)	29 期連続増収 * 2022年6月期連結売上高	5,000 社以上	65 業界以上	11 国・地域

※「ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies 2022」に基づく (グループ連結売上高ベース)

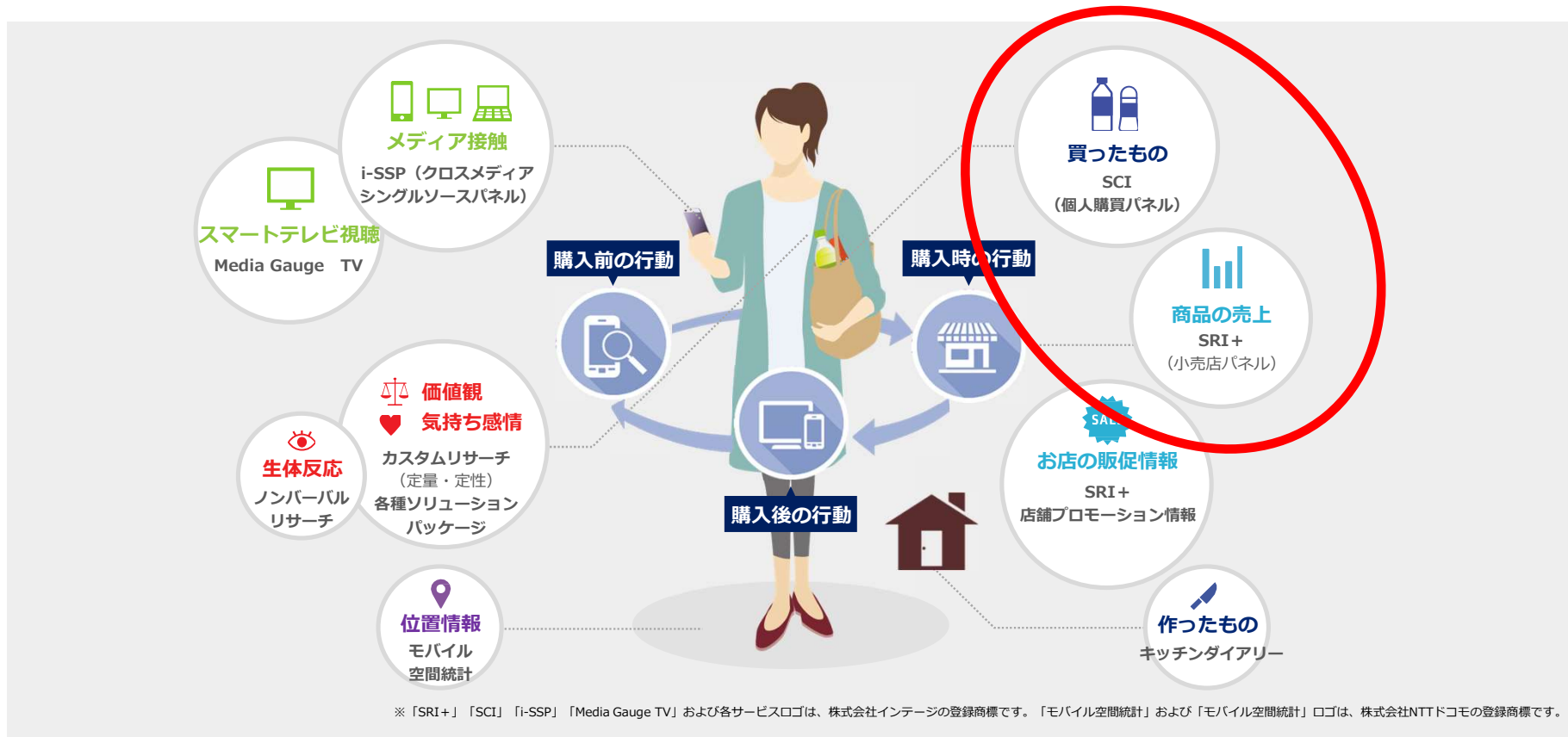
インテージはマーケティング支援事業を展開しています



602億32百万円
(2022年6月期連結売上高ベース)

マーケティング活動を全面支援

インテージは、商品購入・サービス利用・メディア接触・行動・感情など、生活者を360°理解できるデータ・リサーチ・プラットフォームを揃え、幅広く深い生活者インサイトをご提供します。





データ紹介

ご提供データ

SCI : 全国消費者パネル調査

SCIとは、消費者の日々の買い物データです

全国の15~79歳の男女**53,600人**の消費者モニターから、継続的に、

日々の買い物情報を収集しています。全国の人口動態に合わせて調査設計されており、**ヒト起点で**消費動向を把握することができます。

SRI+ : 全国小売店パネル調査

SRI+とは、小売店の日々の販売推計データです

全国のスーパーマーケットやドラッグストアなど**約6,000店**の小売業様から、継続的に日々の販売情報を収集しています。弊社独自のノウハウを元にした**市場推計値**をご提供しています。

SCIとは？

SCI
とは？

消費者の日々の買い物データです

全国の15～79歳の男女53,600人の消費者から、継続的に、日々の買い物情報を収集しています。

SCI
とは？

詳細な情報を豊富に収録しています



性別・年代・職業など37種類の **デモグラフィック属性データ** と、人生観、食意識、健康意識、買い物意識、情報感度など11テーマの **意識データ** アドオンリサーチで付与できる **カテゴリ意識** や **ブランド評価情報**



買物をした **日付** と **時間**



買物をした **店舗のチェーン名称** と **個店名称**



300品目にわたる消費財に関する、**SKU単位** での **購入量**、**購入金額情報**
INTAGEが独自に収集した **多様な切り口** の **商品属性データ**





ご提供データ ～SCI(全国消費者パネル調査)～

■データ仕様

集計期間：2019年1月～2020年12月（日次）

居住地：東京 埼玉 神奈川 千葉 愛知 三重 岐阜 京都 大阪 兵庫 の10都府県

購買データ：モニターID、購入日、品目小分類、品目中分類、購入個数、購入金額、購入ルート

モニター属性情報：モニターID、都道府県、年齢、未既婚、職業、個人年収、家族構成、世帯収入、末子年齢

ご提供データ ～SCI(全国消費者パネル調査)～

購買データ

NO	項目名称	備考
1	モニターID	モニターCD
2	購入日	yyyy/mm/dd
3	品目	品目コード一覧
4	品目名称	品目コード一覧
5	中分類	
6	中分類名称	
7	購入数量	購入個数
8	金額	購入金額(税抜)
9	業態コード	業態一覧
10	業態名称	業態一覧

モニター属性情報

NO	項目名称	データタイプ(サイズ)	備考
1	モニターコード	char(16)	
2	対象年	int	yyyy ※購買情報と結びつけるときに利用
3	対象月	int	mm ※購買情報と結びつけるときに利用
4	都道府県コード	int	
5	都道府県名称	char(30)	
6	年齢コード	int	※1才刻み年齢
7	年齢	char(30)	
8	性別コード	int	
9	性別	char(30)	
10	未既婚コード	int	
11	未既婚	char(30)	
12	職業コード	int	
13	職業	char(30)	
14	個人年収コード	int	
15	個人年収	char(30)	
16	家族構成コード	int	
17	家族構成	char(30)	
18	世帯収入コード	int	
19	世帯収入	char(30)	
20	末子年齢コード	int	
21	末子年齢	char(30)	

- 購買データ

粒度：モニターID×購入日×品目×業態別サマリー

- モニター属性情報

- ・月別に保有
- ・毎年4月に対象者属性を更新

ご提供データ ～SCI(全国消費者パネル調査)～

SCI：購買データのイメージ

モニターID	購入日	品目	品目名称	中分類	中分類名称	購入数量	金額	業態コード	業態名称
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/7	3	食パン	1	主食	1	138	1	スーパー
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/7	14	生麺・ゆで麺	1	主食	1	88	1	スーパー
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/7	132	ぼん酢	2	調味料	1	298	1	スーパー
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/7	352	ヨーグルト	8	飲料	1	1176	1	スーパー
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/7	354	豆乳	8	飲料	1	148	1	スーパー
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/8	3	食パン	1	主食	1	99	10	宅配/通販/インターネット
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/8	4	菓子パン・調理パン	1	主食	1	189	10	宅配/通販/インターネット
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/8	102	味噌	2	調味料	1	299	10	宅配/通販/インターネット
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/8	211	スープ類	3	加工食品 1	1	799	10	宅配/通販/インターネット
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/8	223	冷凍調理	3	加工食品 1	3	947	10	宅配/通販/インターネット
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/8	271	漬物	5	加工食品 3	1	219	10	宅配/通販/インターネット
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/8	273	納豆	5	加工食品 3	1	74	10	宅配/通販/インターネット
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/8	277	豆腐類	5	加工食品 3	1	93	10	宅配/通販/インターネット
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/8	308	つまみ類	6	菓子	1	845	10	宅配/通販/インターネット
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/8	351	牛乳	8	飲料	1	185	10	宅配/通販/インターネット
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/8	352	ヨーグルト	8	飲料	1	139	10	宅配/通販/インターネット
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/9	14	生麺・ゆで麺	1	主食	2	166	1	スーパー
2247AFJ2VV26HWD4	2019/1/9	173	チーズ	2	調味料	1	258	1	スーパー

ご提供データ ～SCI(全国消費者パネル調査)～

性別

コード	項目
1	男性
2	女性

未既婚

コード	項目
1	既婚
2	未婚

職業

コード	項目
1	正社員・公務員
2	自営業・個人事業主
3	派遣社員・契約社員
4	その他の職業
5	パート・アルバイト
6	専業主婦・専業主夫
7	学生
8	無職

個人年収

コード	項目
1	103万円以下
2	104～199万円
3	200～299万円
4	300～399万円
5	400～499万円
6	500～599万円
7	600～699万円
8	700～799万円
9	800万円以上
10	収入無し

家族構成

コード	項目
1	単身
2	夫婦のみ
3	2世代同居(親とその子供)
4	3世代同居(親とその子供と孫)
5	その他

世帯収入

コード	項目
1	～399万
2	400～549万
3	550～699万
4	700～899万
5	900万～
6	不明

未子年齢

コード	項目
1	子供なし
2	0～2才
3	3～5才
4	6～8才
5	9～11才
6	12～14才
7	15～17才

ご提供データ ～SCI(全国消費者パネル調査)～

購入ルート(業態)

コード	項目
1	スーパー
2	コンビニエンスストア
3	100円/99円ショップ
4	ホームセンター
5	薬局/ドラッグストア
6	酒量販店
7	酒屋(店頭購入)
8	デパート
9	自動販売機
10	宅配/通販/インターネット
11	訪問販売
12	パン/菓子店
13	ペット用品店
14	ベビー専門店/おもちゃ屋
15	コーヒー専門店
16	駅売店
17	その他の店

SRI+とは？

SRI+
とは？

全国の小売店における日々の販売推計データです

全国の各小売業態*約6,000店舗から、継続的に、日々の販売POS情報を収集しています。

*スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ホームセンター・ディスカウントストア、ドラッグストア、酒専門店、ベビー専門店、ペットショップ、EC

SRI+
とは？

詳細な情報を豊富に収録しています



販売された**日付**



販売された店舗の**エリア**・**業態**・店舗属性情報



300品目にわたる消費財に関する、**SKU単位**での**販売量**、**販売価格情報**
INTAGEが独自に収集した**多様な切り口**の**商品属性データ**





ご提供データ ～SRI+(全国小売店パネル調査)～

■データ仕様

集計期間：2019年1月～2020年12月（日次）

エリア：東京 埼玉 神奈川 千葉 愛知 三重 岐阜 京都 大阪 兵庫 の10都府県

業態：スーパーマーケット、ドラッグストア

販売データ：品目別 販売個数／販売金額 ※拡大推計値

ご提供データのご紹介 ～SRI+(全国小売店パネル調査)～

SRI+：販売データ

CATEGORY_CODE	CATEGORY_NAME	TARGET	AREA	DATE	PRICE	QUANTITY
001	米	DRUG	東京	2020-01-01	927.476	0.638
001	米	DRUG	東京	2020-01-02	2358.384	1.461
001	米	DRUG	東京	2020-01-03	3417.542	2.22
001	米	DRUG	東京	2020-01-04	4423.697	2.465
001	米	DRUG	東京	2020-01-05	7984.507	4.436
001	米	DRUG	東京	2020-01-06	6925.725	3.78
001	米	DRUG	東京	2020-01-07	4220.148	2.356
001	米	DRUG	東京	2020-01-08	5848.796	3.372
001	米	DRUG	東京	2020-01-09	6678.789	3.846
001	米	DRUG	東京	2020-01-10	6246.437	3.555
001	米	DRUG	東京	2020-01-11	6671.933	3.863
001	米	DRUG	東京	2020-01-12	9142.986	5.246
001	米	DRUG	東京	2020-01-13	8821.86	5.087
001	米	DRUG	東京	2020-01-14	5550.66	3.389

- PRICE：販売金額(単位：千円)
- QUANTITY：販売個数(単位：千個)
- 金額、個数とも調査対象店舗の実販売値ではなく、弊社独自のロジックによる市場推計値

主なご提供カテゴリー (食品・日用雑貨品・医薬品など約300カテゴリー)

<p>主食</p> <ul style="list-style-type: none"> ●米 ●米飯類 ●食パン・調理パン ●シリアル類 ●カップ・インスタ麺 ●乾麺 ●生麺・ゆで麺 ●スパゲティ ●マカロニ類 ●小麦粉 ●天ぷら粉 ●から揚げ粉 ●パン粉 ●プレミックス 	<p>調味料</p> <ul style="list-style-type: none"> ●醤油 ●味噌 ●食塩 ●料理酒 ●砂糖 ●低カロリー甘味料 ●シロップ類 ●蜂蜜 ●ソース ●ケチャップ ●マヨネーズ ●ドレッシング ●香辛料 ●エッセンス類 ●その他汎用調味料 ●焼肉ソウルフード ●の外 ●食酢 ●ぼん酢 ●本みりん ●みりん風調味料 ●液体だし ●風味調味料 ●削り節 ●煮干し ●つゆ・ ●煮物料理の素 ●うまみ調味料 ●複合調味料 ●サラダ油・ ●天ぷら油 ●ゴマ油 ●その他食用油 ●バター ●マーガリン類 ●チーズ ●シリアル・マレード類 ●その他調味料類 ●その他合わせ調味料 	<p>加工食品</p> <ul style="list-style-type: none"> ●春雨・葛切り ●海藻サラダ ●ごうや豆腐 ●海苔 ●ふりかけ ●お茶漬けの素 ●ませご飯の素 ●カレー ●シチュー ●パスタソース ●シチューベース ●メニュー専用料理の素 ●スープ類 ●味噌汁・吸物類 ●調理用スープ ●冷凍水産 ●冷凍農産 ●冷凍調理 ●その他冷凍食品 ●魚介類缶詰 ●野菜缶詰 ●フルーツ缶詰 ●畜肉缶詰 ●その他缶詰 ●和風食品 ●洋風食品 ●中華風食品 ●その他調理食品 ●畜肉ハム ●畜肉ソーセージ ●魚肉ハム ●魚肉ソーセージ ●焼豚 ●ベーコン ●かまぼこ ●ちくわ ●はんぺん ●揚げ物 ●その他練り製品 ●納豆 ●煮豆 ●佃煮 ●もずく・めかぶ 	<p>飲料</p> <ul style="list-style-type: none"> ●牛乳 ●乳酸菌飲料 ●豆乳 ●インスタントコーヒー ●レギュラーコーヒー ●紅茶 ●ココア ●麦芽飲料 ●日本茶 ●麦茶 ●中国茶 ●100%ジュース ●果汁飲料 ●トマトジュース ●野菜ジュース ●コーラ ●サイダー ●炭酸飲料 ●コーヒードリンク ●紅茶ドリンク ●液体茶 ●スポーツドリンク ●機能性ドリンク ●栄養ドリンク ●ミネラルウォーター類 ●乳酸飲料 ●その他飲料 <p>アルコール</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ビール ●ウィスキー ●ワイン ●日本酒 ●焼酎 ●その他酒類
<p>嗜好品</p> <ul style="list-style-type: none"> ●チョコレート ●キャラメル ●キャンディ ●チューインガム ●ビスケット・クラッカー ●スナック ●せんべい・あられ ●栄養バランス食品 ●アイスクリーム ●デザート類 ●育児用粉ミルク ●ベビーフード ●インスタントクリーム ●フレッシュクリーム ●ホイップクリーム ●抹茶ミルク ●練りミルク ●ヨーグルト 	<p>紙・包装品</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ラップフィルム ●アルミホイル ●食品包装用品 ●ティッシュペーパー ●トイレットペーパー ●ペーパータオル ●ぬれティッシュ ●使い捨て紙クリナー ●紙おむつ ●大人用紙おむつ ●生理用品 <p>各種雑貨品</p> <ul style="list-style-type: none"> ●生理用ショーツ ●防水・撥水剤 ●しわとり剤 ●絆創膏 ●使い捨てカイロ ●綿棒 ●カミソリ ●掃除機用紙パック ●線香 ●ろうそく ●マスク ●コンタクトレンズ用剤 <p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ●タバコ 	<p>化粧品</p> <ul style="list-style-type: none"> ●その他男性化粧品 ●クレンジング ●洗顔クリーム ●コールド&マッサージ ●化粧水 ●乳液 ●栄養クリーム ●パック ●美容液 ●化粧用紙製品 ●その他化粧品 ●日焼け・日焼け止め ●エチケツト品 ●化粧下地 ●ファンデーション ●おしろい ●ほおべに ●口紅 ●その他リップ ●眉目料 ●マニキュア ●香水・コロン ●化粧用コットン ●化粧用小物 ●ハンド&スキンケア ●ボディ用 ●リップクリーム <p>ペット用品</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ドッグフード ●キャットフード ●その他ペットフード ●ペット用品 	<p>ヘルスケア</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ドリンク剤 ●ミニドリンク剤 ●滋養強壮剤 ●総合ビタミン剤 ●ビタミンB1剤 ●ビタミンC剤 ●ビタミンE剤 ●女性用保健薬 ●カルシウム剤 ●漢方薬 ●薬用酒 ●総合感冒薬 ●鼻炎治療剤 ●アレルギー用薬 ●解熱鎮痛剤 ●鎮咳去痰剤 ●口腔用薬 ●うがい薬 ●鎮痛剤 ●催眠鎮静剤 ●眠気防止剤 ●その他神経呼吸器官薬 ●痔疾用剤 ●歯槽膿漏治療剤 ●洗腸剤 ●その他消化器官系薬 ●外用鎮痛消炎剤 ●皮膚用薬(除殺菌) ●殺菌消毒薬 ●水虫治療薬 ●目薬 ●その他感覚器官 ●毛髪用剤 ●検査薬 ●強心剤 ●小児五疳薬 ●殺虫剤(除燻煙) ●燻煙殺虫剤 ●その他の医薬品 ●健康食品 ●ダイエット食品

SCIデータの特長

SCI 特長 ①

高いデータ精度

- 全国53,600人の調査データで安定したデータを提供
- 大サンプルだから出現率の低いアイテムの分析も可能
- 50年の消費者パネル運営で培ったノウハウを基に、精緻なモニター管理とデータクリーニングを実施

SCI 特長 ②

情報の詳細性

- 携帯型バーコードスキャナー、スマートフォンによってSKU単位で捕捉した購入商品に、独自に構築した商品マスターの情報を結び付けることで、幅広い市場カバレッジと、多様な商品情報を切り口とした市場分析を実現
- 独自に構築した店舗マスターで、立地情報や商圈情報を紐づけた店舗分析も可能

SCI 特長 ③

拡張性の広さ

- インテージの保有するSRI（小売店パネルデータ）、SPI（プロモーション調査データ）を用い、消費者による購買と店頭での販売の両面からの実態把握・評価が可能
- vois（モニターへのアドオンリサーチ）によって聴取した店頭での商品選択行動、カテゴリーに特化した意識・使用実態などの情報や、インテージの保有するi-SSP（メディア接触パネルデータ）、Kitchen Diary（食卓パネルデータ）を同じモニターに紐づけたシングルソース分析が可能



SRI+ データの特長

SRI+
特長
①

高いデータ精度

- 全国約6,000店舗の調査データで安定したデータを提供
- 大サンプルだから出現率の低いアイテムの捕捉が可能
- 精緻なサンプル設計で市場規模の推計を実現
- スーパー、コンビニエンスストア、ホームセンター・ディスカウンター、ドラッグストア、酒専門店、ペットショップ、ベビー専門店、ECなど幅広いチャネルに対応

SRI+
特長
②

情報の詳細性

- POSレジでスキャンされた商品をSKU単位で捕捉した販売情報に、独自に構築した商品マスターの情報を結び付けることで、幅広い市場カバレッジと、多様な商品情報を切り口とした市場分析を実現
- 独自に構築した店舗マスターで、立地情報や商圈情報を紐づけた店舗分析も可能

SRI+
特長
③

拡張性の広さ

- お客様保有のID-POS, POSデータや、広告データと日次や店舗属性をキーに連携、比較、評価が可能
- インテージの保有するSCI (全国個人消費者パネル調査データ)、genometoricsなど連携して、消費者による購買と、SRI店頭での販売の両面からの実態把握・評価が可能
- SPI (全国店頭プロモーション調査データ) を用い、様々な切り口での店頭状況の把握が可能





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

株式会社インテージ