

2009年11月4日

報道関係・お客様各位

～ 潜在消費ニーズを地図上に可視化～ 消費トレンドDB[日経リサーチ版]提供開始のお知らせ

技研商事インターナショナル株式会社（愛知県名古屋市：以下当社）は、株式会社日経リサーチ（東京都千代田区：以下日経リサーチ）の保有する大規模アンケート調査データを用いて、業界初の「エリアマーケティング用データベース」「消費トレンドDB [日経リサーチ版]」を開発、提供を開始いたします。

■ 背景：変化する市場と統計データの限界

消費市場の成熟化とライフスタイルの多様化は、企業のマーケティングターゲットを捉えにくいものになっています。また、国内市場規模が中長期的に横這い若しくは漸減化傾向をたどる現状においては、「需要の規模」よりも、「需要の質」に着眼したマーケティングの必要性が叫ばれています。

市場を「見える化」する基本ツールとして、国勢調査や商業統計といったセンサス（各国政府が実施する全数調査による統計資料）が挙げられ、当社も各種センサスデータやそれを活用する地図情報システム（GIS : Geographic Information System）を15年に渡り1300社に提供して参りました。ただ、もともとセンサスデータは企業のエリアマーケティング用には設計されていないので、真に必要な情報が含まれていないことがあります。

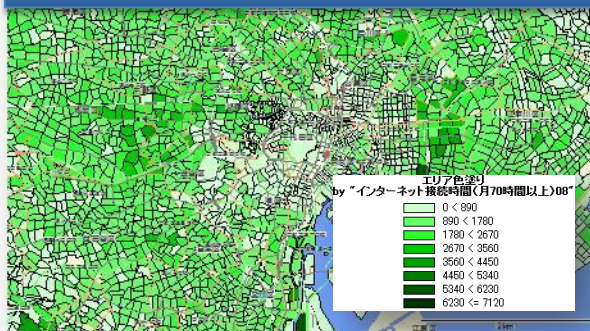
■ 高度な統計手法と大規模調査データの融合による業界初のデータ

センサス以外のリサーチデータとして、民間各社が実施するアンケート調査データがあります。センサス程の統計的な厳密性はないものの、業界や業種別に詳細な調査項目が設計されています。

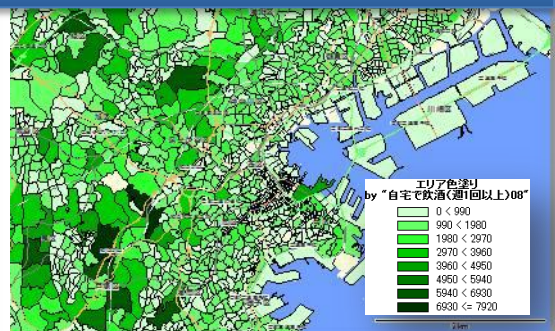
- ・センサスは網羅性があるが、知りたい項目が無い。
 - ・アンケート調査データは知りたい項目が得られるが、地域の違いを知る為のサンプル数が不十分。
- こうした事情から、センサスとアンケート調査データを組み合わせる方法が、試みられてきました。

消費トレンドDBは、当社がこれまでに培った高度なデータ解析や統計手法と、日経リサーチの6万人規模の大規模アンケート調査データを用いて、最新のマイクロシミュレーション（IPF法）というデータ解析や統計手法により開発した、業界初のエリアマーケティングデータです。

【地図情報システム（MarketAnalyzer）での分析例】



【インターネットを月70時間以上する人の分布マップ】



【週1回以上自宅で飲酒する人の分布マップ】

<消費トレンドDB[日経リサーチ版]について>

■概要と推計ロジック

東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県全域において町丁単位で「週1回以上自宅でお酒を飲む人口数」や「インターネットを月に70時間以上する人口率」、「ダイレクトメールを必ず見る人口」、「CO2削減に貢献する商品を購入する人口」など、14カテゴリ/113項目を収録したデータです。

国勢調査データの性別や年齢別、未既婚などの各項目から、IPF法という手法によって国勢調査に存在しない例えば、20~24歳未婚女性という項目を合成します（マイクロ合成データ）。同時に日経リサーチのアンケートモニターの居住地と回答を地域単位で集計し、サンプル誤差率などを勘案しながら、マイクロ合成データとアンケートモニター集計結果をさらに合成して作成します。

■活用用途

これまでのマーケティング分析は「世帯数が多いエリア」にまんべんなく販促をしたり、「人口が多いエリアから優先的に出店しよう」といった大雑把な内容でした。「消費トレンドDB」を活用することによって、ユーザーにとっての“真のターゲットがどこにいるか？”を把握でき、一層効率的・費用対効果の高いエリアマーケティングが可能となります。

折込チラシやポスティングの配布エリアリストとして利用したり、地図情報システムに搭載して分析することが可能です。

従来型の人口総数による販促エリア	人口総数
東京都世田谷区三軒茶屋2丁目	7,302
東京都世田谷区下馬2丁目	6,654
東京都世田谷区松原1丁目	6,155
東京都世田谷区世田谷1丁目	6,112
東京都世田谷区弦巻5丁目	5,958
東京都世田谷区松原5丁目	5,469
東京都世田谷区下馬6丁目	5,374
東京都世田谷区大原1丁目	5,302
東京都世田谷区下馬1丁目	5,292
東京都世田谷区南烏山6丁目	5,269

【世田谷区における人口が多い町ベスト10】

効率UP
効果UP



消費トレンドDBによるDM反応数による販促エリア	郵送DMの閲覧度(見る)
東京都世田谷区上馬1丁目	3,379
東京都世田谷区三軒茶屋2丁目	2,908
東京都世田谷区上馬2丁目	2,853
東京都世田谷区三軒茶屋1丁目	2,830
東京都世田谷区世田谷3丁目	2,749
東京都世田谷区太子堂5丁目	2,694
東京都世田谷区南烏山3丁目	2,693
東京都世田谷区若林1丁目	2,663
東京都世田谷区南烏山6丁目	2,651
東京都世田谷区下馬2丁目	2,639

【郵送DM開封人口が多い町ベスト10】

■ 発売日 2009年11月4日

■ 販売価格 30万円より。（基本料金20万円+中項目1セット10万円） ※表記価格は税別です。

■販売ターゲット・目標

消費財メーカー、消費財卸売業、広告代理店、飲食業、小売業、サービス業など、消費者をターゲットとした事業展開をする企業に対して、初年度6000万円の販売を目標とします。

■ 収録項目

中項目	小項目	中項目	小項目	中項目	小項目	
酒類	自宅で飲酒(週1回以上)	資産保有	保有金融商品(株式)	フィットネス 習い事	同居家族内のフィットネスクラブ会員(会員)	
	自宅で飲酒(ほとんど飲まないもしくは月1回以上)		保有金融商品(外貨預金)		同居家族内のフィットネスクラブ会員(関心あり)	
	自宅外で飲酒(週1回以上)		保有金融商品(投資信託)		同居家族内のフィットネスクラブ会員(興味なし)	
	自宅外で飲酒(ほとんど飲まないもしくは月1回以上)		保有金融商品(その他)		週3回以上スポーツクラブ・ジムに通う	
	酒類購入方法(スーパー)		保有金融商品(なし)		週2日以上習い事に通う	
	酒類購入方法(コンビニ)		興味のある金融商品(株式)		2年間の住宅購入・リフォーム予定(マンション)	
	酒類購入方法(ディスカウント)		興味のある金融商品(外貨預金)		2年間の住宅購入・リフォーム予定(一戸建て)	
	酒類購入方法(その他)		興味のある金融商品(投資信託)		2年間の住宅購入・リフォーム予定(リフォーム)	
	酒類購入種別(ビール類)		興味のある金融商品(なし)		2年間の住宅購入・リフォーム予定(なし)	
	酒類購入種別(焼酎)		生命保険 個人年金		終身・定期保険年間保険料(3万円未満)	リフォーム
酒類購入種別(日本酒)	終身・定期保険年間保険料(3~10万円未満)	住宅購入・リフォーム計画状況(未行動)				
酒類購入種別(ワイン)	終身・定期保険年間保険料(10万円以上)	関心のある住宅設備・器具(オール電化)				
酒類購入種別(その他)	医療・がん保険年間保険料(1万円未満)	関心のある住宅設備・器具(ガス発電)				
ビール類飲酒頻度(週1回以上)	医療・がん保険年間保険料(1~3万円未満)	関心のある住宅設備・器具(太陽光発電)				
ビール類飲酒頻度(ほとんど飲まない)	医療・がん保険年間保険料(3~10万円未満)	関心のある住宅設備・器具(太陽熱温水器)				
自動車	自動車保有状況(持っている)	医療・がん保険年間保険料(10万円以上)		海外旅行	海外旅行頻度(年1回以上)	
	自動車保有状況(持っていない)	個人年金保険年間保険料(10万円未満)			海外旅行頻度(2~3年に1回以上)	
	購入した新車の種別(国産軽自動車)	個人年金保険年間保険料(10万円以上)			海外旅行頻度(ほとんど行かない)	
	購入した新車の種別(軽自動車以外の国産車)	エコ 健康			環境に優しい生活を送るために工夫する(あてはまる)	
	購入した新車の種別(外車)		環境に優しい生活を送るために工夫する(あてはまらない)		犬・猫購入意欲	
次回購入希望自動車種別(国産車)	環境保護に配慮した商品を購入する(あてはまる)		ペットが家族の一員だという気持ち(あてはまる)			
次回購入希望自動車種別(軽自動車以外の国産車)	環境保護に配慮した商品を購入する(あてはまらない)		ペットが家族の一員だという気持ち(あてはまらない)			
次回購入希望自動車種別(外車)	環境へ配慮する企業の商品を購入する(あてはまる)		ペット用おもちゃをよく買う(あてはまる)			
インターネット ゲーム	任意自動車保険年間保険料(10万円未満)	環境へ配慮する企業の商品を購入する(あてはまらない)	購買傾向	ペット用おもちゃをよく買う(あてはまらない)		
	任意自動車保険年間保険料(10万円以上)	CO2削減に貢献する商品を買っている(あてはまる)		クレジットカードの年間利用額が300万以上		
	インターネット接続時間(月70時間以上)	CO2削減に貢献する商品を買っている(あてはまらない)		週1回以上100円ショップに行く		
	インターネット接続時間(月30~70時間未満)	健康食品・サプリメント利用状況(日常的に利用)		ポイントカードを利用する(あてはまる)		
	インターネット接続時間(月30時間未満)	健康食品・サプリメント利用状況(時々利用)		ポイントカードを利用する(あてはまらない)		
加入予定保険	家庭用ゲーム専用機所有	健康食品・サプリメント利用状況(興味あり)	お小遣い	100円ショップをよく利用する(あてはまる)		
	携帯型ゲーム専用機所有	健康食品・サプリメント利用状況(興味なし)		100円ショップをよく利用する(あてはまらない)		
	家庭用ゲーム専用機購入意欲	健康のために工夫する(あてはまる)		デバ(地下)をよく利用する(あてはまる)		
	携帯型ゲーム専用機購入意欲	健康のために工夫する(あてはまらない)		デバ(地下)をよく利用する(あてはまらない)		
	加入予定保険(任意自動車保険)	健康によい商品を購入する(あてはまる)		1ヶ月の小遣い額(3万円未満)		
加入予定保険(個人年金)	健康によい商品を購入する(あてはまらない)	1ヶ月の小遣い額(5~10万円未満)				
加入予定保険(終身・定期)	チラシ DM	新聞折込チラシ閲覧度(見る)	お小遣い	1ヶ月の小遣い額(10万円以上)		
加入予定保険(医療・がん)		新聞折込チラシ閲覧度(見ない)		週1回以上キャンペーンをする		
加入予定保険(なし)		郵送DMの閲覧度(見る)				
加入予定保険(その他の損害保険)		郵送DMの閲覧度(見ない)				

＜技研商事インターナショナル株式会社 会社概要＞

商号 : 技研商事インターナショナル株式会社
 設立 : 1976年1月
 資本金 : 2億3112万5千円
 代表取締役 : 小島 智海
 本社所在地 : 愛知県名古屋市中区東主税町2-30 GSIビル
 事業内容 : マーケティング向け地図情報システム(GIS)およびデータの開発、販売、サポート
 ソフトウェアのDRM(デジタル著作権管理)用ソリューションの販売、サポート
 情報セキュリティソリューションの販売、サポート
 インターネットサービス(F@xEm@ilサービス、商圏分析サービス、その他)
 インターネット/イントラネットを利用したシステム構築
 URL : <http://www.giken.co.jp/datainsights/>

＜本件に関するお問い合わせ先＞

技研商事インターナショナル株式会社 東京支店 DataInsights事業部
 100-0013 東京都千代田区霞が関3-5-1 霞が関IHFビル4F
 TEL : 03-3506-1800 FAX : 03-3506-1807
 Email : datainsights@giken.co.jp
 担当 : 井上、市川