

インテージ、人の動きと意識をとらえる位置情報データサービス 『うごキット』を提供開始

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃)は、株式会社ドコモ・インサイトマーケティング(本社:東京都港区、代表取締役社長:熊谷 宜和、以下 DIM)が保有する「モバイル空間統計(基地局位置情報)」とドコモユーザーの詳細属性データを持つ「di-PiNK」、さらにインテージが収集する「アンケートデータ」を用いることにより、国内旅行・観光市場の実態について「行動」と「意識」の両面から精緻に捉えられるデータサービス『うごキット』の提供を本日開始いたしました。



※うごキットは株式会社インテージが商標登録申請中です。

「位置情報」×「詳細属性」×「アンケート」で
国内旅行・観光市場の実態を「行動」と「意識」の両面から精緻に捉えられるデータサービス

■うごキットの特長

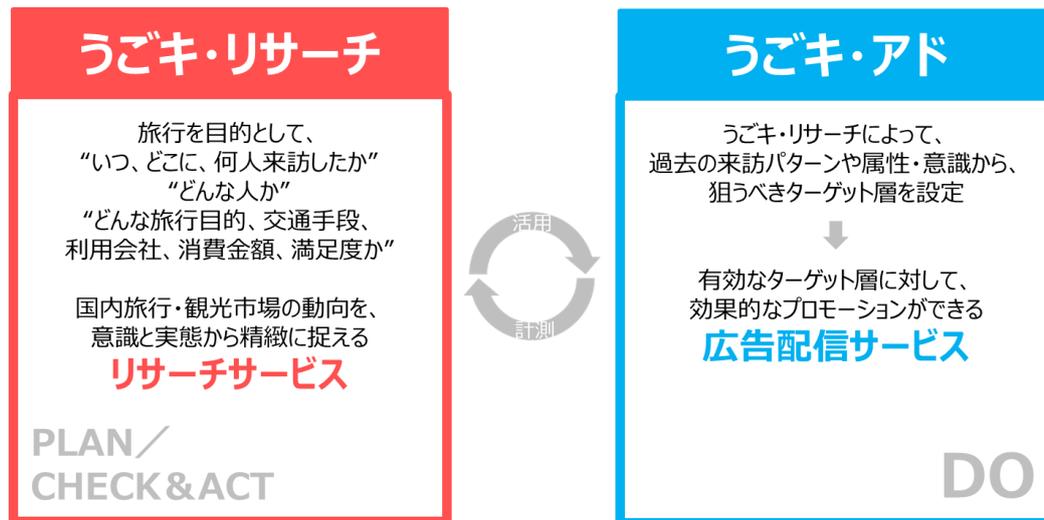
特長 1: 大規模プラットフォーム

大規模サンプルが全国をくまなくカバー。都道府県別、観光エリア別などの詳細分析にも対応可能です。

		
位置情報	詳細属性	定期アンケート
モバイル空間統計の ドコモ契約端末 7,500万台	デモグラフィック、 ジオセグメントなど (位置情報属性)	国内旅行者
di-PiNK位置情報 (許諾者) 1,700万人	300~1,700 万人	10,000人

特長 2: 精緻な分析 × 広告配信

「分析」だけでなく、「広告配信」としてもご利用いただけます。



※広告配信で活用できる位置情報は許諾者のデータとなります。

特長 3: リッチな属性情報

多様な属性を保有しているのので、来訪者の“顔”が見えます。

<p>デモグラ・ 日常行動など</p>	<p>ライフスタイル・・・性別、年代、未婚、職業、居住地、同居家族、世帯年収 日常行動・・・趣味、興味・関心、旅行頻度、接触メディア、ネット・SNS利用 近況イベント・・・過去・今後3ヶ月予定 結婚・出産、就職・進学、海外/国内旅行 など</p>
<p>ジオセグメント (位置情報属性)</p> <p>※di-PiNK許諾者の位置情報データを用いて過去の来訪状況から推定</p>	<p>生活拠点・・・居住地、居住地最寄駅、勤務地、勤務地最寄駅、よく行く場所 ライフイベント・・・最近引っ越した人、最近転職・転勤があった人 余暇の行動・・・休日の外出、旅行回数、温泉回数、ディズニー回数、ゴルフ回数 など</p>

特長 4: シーズンごとの大規模な定期アンケート

10,000s × 65 問の大規模調査によって、各シーズンの旅行実態・意識が広く・深くわかります。

<p>調査概要</p> <p>[調査手法] WEB調査</p> <p>[対象者] 対象期間中の国内旅行者 ※di-PiNK許諾者の位置情報を抽出に利用</p> <p>[標本サイズ] 10,000s</p> <p>[調査項目]</p> <p>直近旅行実態・・・来訪都道府県・エリア・施設、同行人数、目的、移動手段、移動手段選択理由、申込経路、申込形態、利用旅行会社、消費金額、満足度、再来訪意向</p> <p>ライフスタイル・・・趣味、お出かけ先、旅行情報源、旅行価値観、生活価値観 など</p>
--

■うごキットの活用イメージ

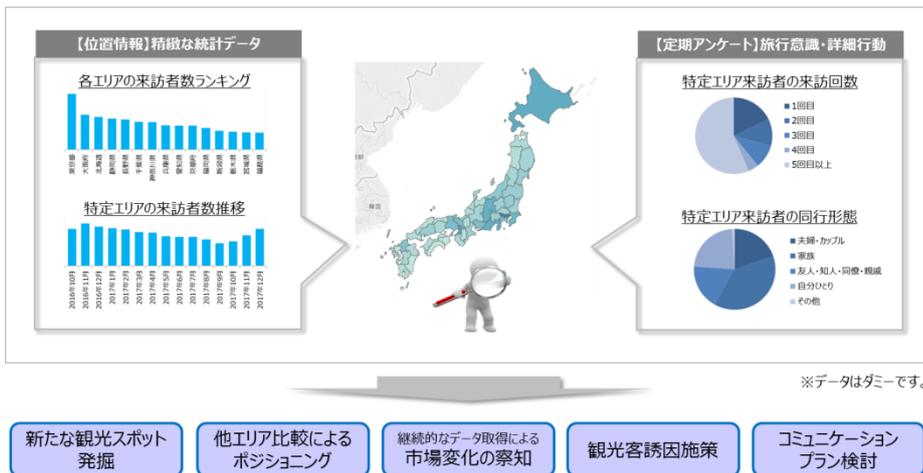
活用例 1: マーケティング PDCA × うごキット

市場理解から広告配信、さらには効果検証まで、データドリブンにマーケティング PDCA を一気通貫で支援いたします。



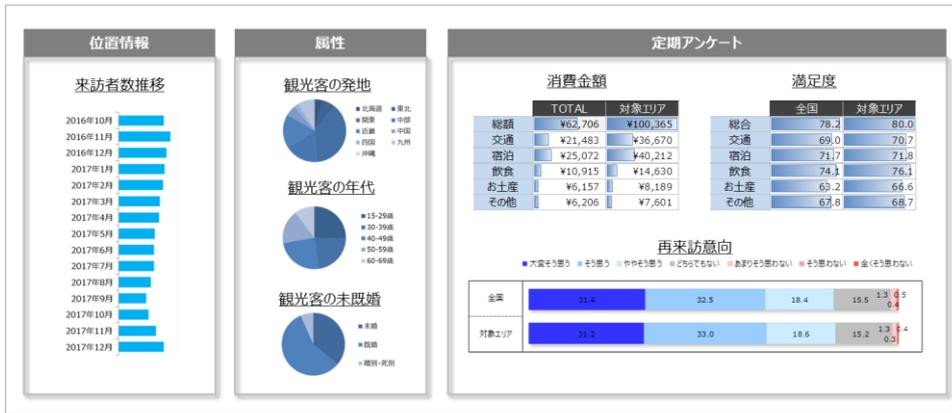
活用例 2: 国内旅行・観光市場の動向把握

いま、どこに観光客が集まっているのか、最新の市場動向を正確に把握することが可能です。



活用例 3: 観光地評価

エリアの来訪者数、消費金額、満足度、再来訪意向など観光客からの評価を測定します。



※データはダミーです。

- KPIの設定
- KPIの定期的計測
- 他エリアとの比較 全国ランキング
- セグメント別の評価
- 施策後の効果検証

活用例 4: 位置情報×詳細属性×アンケートによる広告配信

「di-PiNK 許諾者の位置情報(過去の行動パターン)」と「属性」と「定期アンケート」を組み合わせることで、よりポテンシャルの高いターゲット層の抽出、次期旅行に関する広告配信が可能です。ターゲティング精度の向上による効果的なプロモーションを実現します。

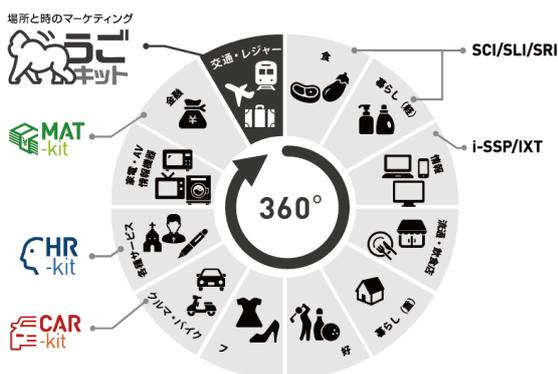


※広告配信で活用できる位置情報は許諾者のデータとなります。

活用例 5: 生活者 360 度理解

生活者のニーズ・趣向が多様化する現在において、「なぜ、その行動を、なぜ、その判断を」、インサイトに近づくためには、業界・業種に特化したデータだけでは十分ではありません。

インテージでは各業界・業種データに加え、消費行動、情報接触行動、生活意識・価値観など、「暮らし」を俯瞰するデータを整備してきました。「うごキット」と各種データを組み合わせることで、より深くターゲットを理解することが可能です。



※MAT-kit, CAR-kit は株式会社インテージの登録商標です。

※HR-kit は株式会社インテージが商標登録申請中です。

【モバイル空間統計とは】 <https://www.intage.co.jp/service/platform/mobile-kukan-toukei/>

モバイル空間統計とは、ドコモの携帯電話ネットワークのしくみを使用して作成される人口の統計情報です。日本全国の人口を 24 時間 365 日把握することができます。国内人口^{※1} は性別・年齢層別・居住地域別、訪日外国人^{※2} は国・地域別の人口構成を知ることができます。

※1 約 7,500 万台(2017 年 3 月現在)の運用データから、法人名義や MVNO の契約データ等を除去して推計

※2 約 500 万台(2016 年実績)の運用データを基に推計

※「モバイル空間統計」は株式会社 NTT ドコモの登録商標です。

【di-PiNK(ディーアイピンク)】 <http://www.di-pink.com/>

ドコモの位置情報やサービス利用情報、アンケート回答データ、インテージが保有する生活者購買データ、TV・新聞も含めたメディア接触データ、提携先から提供される3rd Partyデータ等、Webとリアルのデータを統合したDMPです。di-PiNKを活用すると、ユーザーニーズや顧客像を知る手がかりを得て、生活者のインサイト(新たな発見)を可視化することができます。また、これを基に生活者へのコミュニケーションを高度化することにより、既存ユーザーや見込み顧客に対してシームレスにコミュニケーションを図ることができるようになります。

※「di-PiNK」は株式会社ドコモ・インサイトマーケティングの登録商標です。

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃)は、「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」を事業ビジョンとして掲げ、様々な業界のお客様企業のマーケティングに寄り添うパートナーとして、ともに生活者の幸せに貢献することを目指します。生活者の暮らしや想いを理解するための情報基盤をもって、お客様企業が保有するデータをアクティベーション(活用価値を拡張)することで、生活者視点に立ったマーケティングの実現を支援してまいります。

【株式会社ドコモ・インサイトマーケティング】 <http://www.dcm-im.com/>

株式会社ドコモ・インサイトマーケティング(本社:東京都港区、代表取締役社長:熊谷 宜和)は、主にリサーチ事業、コミュニケーションサービス事業およびエリアマーケティング事業を展開し、生活者に密着したモバイルの特性を最大限活用したリサーチやプロモーションを提供しています。dポイントクラブ会員 6,324 万人(2017 年 9 月)の顧客基盤と、インテージの情報活用ノウハウの融合により、圧倒的な規模と品質を備えたサービスを、生活者と企業に提供します。

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当:小林/石渡(いしわた)

TEL:03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>

【本サービスに関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージ DCG・サービス事業本部 R&C1 部 旅行・レジャー担当チーム

メールアドレス: travel-support@intage.co.jp