

メディアライフ・レポート



長期に渡り保有する行動データでメディアの多様化と生活者の変化を捉える

テレビ・デジタルメディアの行動ログデータを使用することで、方針策定に必要な共通認識の醸成が可能です。

こんな方に

関係者を納得させる広告コミュニケーションの方針を立てたい

- 各デバイスの利用状況を整理してトレンドをキャッチアップしたい。
- メディア利用者の生活価値観や購買行動からメディアと生活者の関わりを明らかにしたい。
- 注目のコンテンツを中心に利用実態を深掘りしたい。

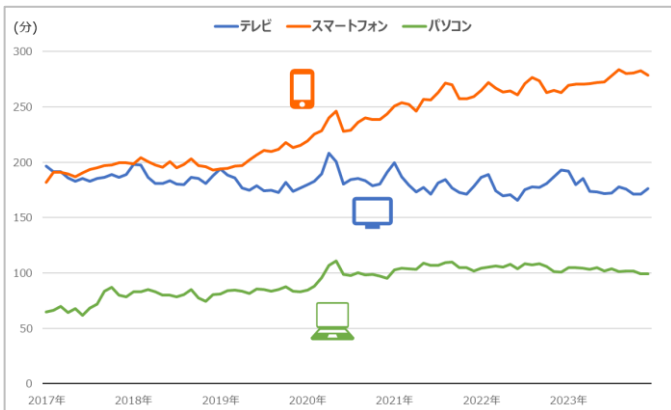
活用例

どんなことができるか

デバイス別の利用状況

各デバイスの利用状況の変化を時系列で整理してトレンドをキャッチアップ

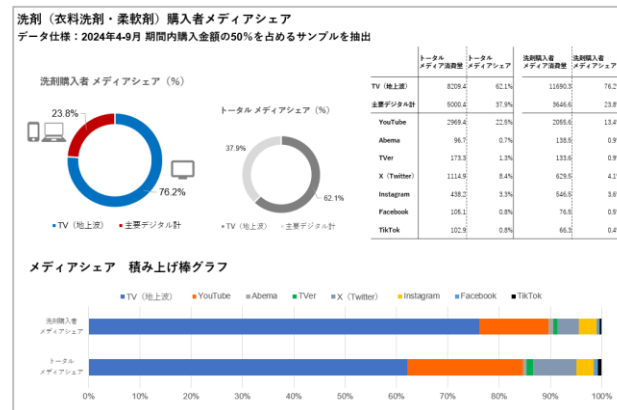
例：テレビ・スマートフォン・パソコンの利用時間推移



購買ログ×メディア利用

インテージの購買ログ（SCI）とメディアログ（i-SSP）を用いてカテゴリー購入者の利用メディアの割合が明らかに

例：洗剤（衣料洗剤・柔軟剤）購入者メディアシェア



チャプター・項目一覧

Chapter1 デバイス利用トレンド

デバイス別 利用率（意識データ）
デバイス別 利用時間（ログデータ）
時間帯別の接触率（ログデータ）

Chapter2 デバイス利用の深掘り

テレビ（番組）利用者の構成
スマートフォンアプリ利用者の構成
パソコンWebサイト利用者の構成

Chapter3 視聴習慣の変化

主要アプリ利用動向

Chapter4 購買ログ×メディア利用

商品カテゴリー購入別メディア利用シェア

データソース

1 i-SSP (インテージシングルソースパネル)

全国にいるキューモニターからPC・MB（Android、iOS）・TVのログデータを取得している継続型パネル調査

調査仕様

- ・計測方式：機械式（ログ）
- ・使用期間：2017年～2024年12月まで
- ・調査エリア：全国
- ・調査対象年齢：15～69歳
- ・サンプルサイズ：TV 12,000s・MB 13,300s・PC 12,000s



2 デバイス利用率調査

年に一度、人口構成比に準じたRDD調査を実施。メディアに接続ができるデバイスの利用状況を独自調査

調査仕様

- ・計測方式：アンケート
- ・使用期間：2017年～2024年度まで（毎年10月～12月調査）
- ・調査エリア：全国
- ・調査対象年齢：15～69歳
- ・サンプルサイズ：5,500s～

3 Media Gauge TV

インターネットに結線しているスマートTVの大規模視聴ログデータ計測サービス。「どこのエリア」で「どの番組/CM」が「何台」視聴されているか把握できる

調査仕様

- ・計測方式：機械式（ログ）
- ・使用期間：2017年～2024年12月まで
- ・調査エリア：全国
- ・調査テレビ台数：約400万台



4 SCI (生活者購買データ)

全国5万人以上の購買実態を継続的に捉え、市場動向を把握・分析が可能な消費者パネル

調査仕様

- ・計測方式：機械式（ログ）
- ・使用期間：2024年
- ・調査エリア：全国
- ・調査対象年齢：15～79歳
- ・サンプルサイズ：53,600s



ご提供プラン概要とお申し込み方法

※一部内容は変更となる可能性があります

ご提供項目	ご活用イメージ	形式	ご費用
基本レポート	まずはベーシックな情報を確認し、関係者への共有や議論に活かしたい	PDFレポート	無償
オプション 詳細データ集	メディアライフ・レポートに掲載されたトレンドデータの期間や数値を、Excelファイル上でより細かい粒度で確認することができます。	Excelデータ集	40万円

無償PDFレポートのダウンロードはこちら

メディアライフ・レポート（無償版）が選択されていることを確認し「まとめてダウンロード」をクリック。
表示されたフォームにご入力、送信後にダウンロード可能となります。



有償Excelデータ集のダウンロードはこちら

メディアライフ・レポートデータ集（有償版）が選択されていることを確認し「まとめてダウンロード」をクリック。表示されたフォームにご入力後、別途決済方法に関するご案内メールをお送りいたしますので、決済をお願いいたします。
決済完了後、メールにてレポートを納品いたします。

