

消費者嗜好分析サービス「Histrend」、 2013年度の流行に関する最新相関分析レポートを公開

～TBS テレビとの共同事業、2013年度の流行に関する相関関係を分析～

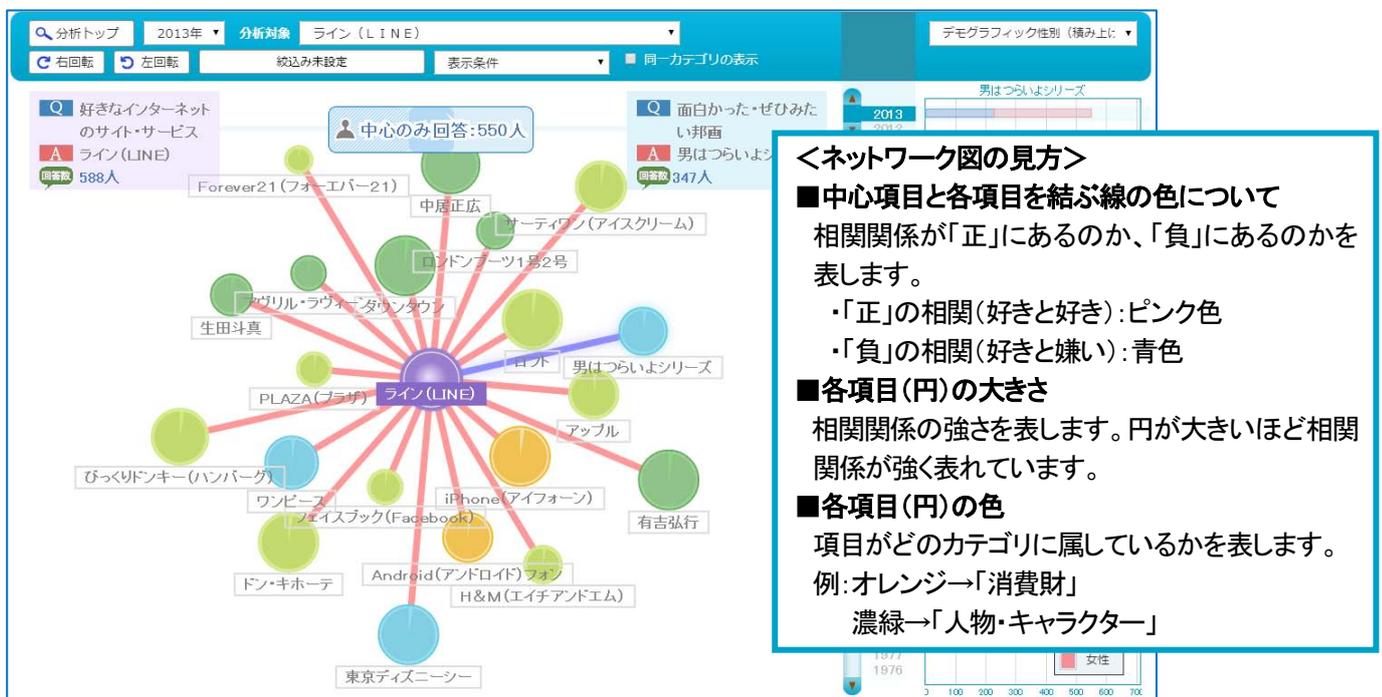
インフォコム株式会社(東京都渋谷区、以下インフォコム)と株式会社 TBS テレビ(東京都港区 代表取締役社長 石原 俊爾、以下 TBS テレビ)との共同事業として推進する消費者嗜好分析サービス「Histrend」では、2013年度の流行や消費者嗜好に関する最新相関分析レポートを公開いたしました。

【2013年度版の内容】

1976年度からの分析データに加え、2013年度に実施した「TBS 総合嗜好調査」に基づく相関分析レポートを追加しています。

「LINE」「林修」「ふなっしー」「堺雅人」「百田尚樹」「パンケーキ」など 2013年度に流行したモノや話題となった人物、キャラクターに関する情報を追加し、これまでより広範囲な相関分析を行っています。

また、画面回りのデザイン変更により、分析結果の閲覧性や操作性を大幅に向上させています。



＜分析データ事例:「LINE」が好きな人が他にどんなモノ/人に興味を持っているか? (2013年度データ)＞

- スマホやお笑い、ファストファッションが好きな若い層のペルソナとの相関が高い。
- 「サーティワン」や「中居正広」といった女性が好むコンテンツとの相関が高い。
- 「男はつらいよシリーズ」といった高齢層が好むコンテンツは選ばれにくい傾向がある(相関が低い)。

【消費者嗜好分析サービス「Histrend(ヒストレンド)」とは】

「Histrend(ヒストレンド)」は、TBS テレビが約 40 年にわたり実施している「TBS 総合嗜好調査」の蓄積データを基に、TBS テレビとインフォコムが共同事業として進めている「共に好まれる項目はどのようなものかを視覚的にわかりやすく表示する」サービスです。統計解析の手法を用いた分析により、共に好まれる項目(相関が強い項目)や、さらに年代別に相関関係がどのように変化しているかを可視化して提供するものです。「Histrend」を利用することで、新しい商品やサービスを企画・開発する際に、ターゲットである消費者の嗜好に関するイメージを掴めるので、「アイデアの創出」や「プロモーション活動の効果予測」などでの効果を期待できます。

また、過去数十年間に遡って特定のブランドやモノ、人物等の嗜好性の変化などの大きな「トレンドの流れ」を把握することも可能で、「特定の世代に絞ったブランドや製品の開発」に役立てることができます。
(例:「漫画 ONE PIECE」と「ミスタードーナツ」「ドン・キホーテ」のコラボレーション企画など)

【サービス提供方法】

アカウント設定等の初期費用を 10 万円、年間利用料 30 万円で提供しています。インターネットの専用サイトにログインし、情報の検索、閲覧、ダウンロードをすることが可能です。

以上

<サービスに関するお問合せ先>

インフォコム株式会社 ヘルスケアサービス部 事業推進グループ 東京都渋谷区神宮前2-34-17	Tel: 03-6866-3390 E-mail: data-science@infocom.co.jp URL: https://histrend.jp/
---	--

<リリースに関するお問合せ先>

インフォコム株式会社 広報・IR 室 東京都渋谷区神宮前2-34-17	Tel: 03-6866-3160 E-mail: pr@infocom.co.jp URL: http://www.infocom.co.jp/
--	---

※ 本リリースに記載された会社名、サービス名及び製品名等は該当する各社の登録商標または出願中の商標です。

【TBS テレビ「TBS 総合嗜好調査」について】

TBS テレビが毎年実施している、消費者の日常生活に密着した多様な物事についての”人の好み(嗜好性)”やその年のトレンド等をとらえる目的で、個人単位で行う調査。「幅広い分野を網羅」「より詳しい調査項目を対象としている」ことが大きな特長です。放送メディアの得意領域である、ブランドやモノ、人物(タレント)等といった多岐にわたる“人の好み(嗜好性)”について調査データが蓄積されており、広告宣伝、商品開発、マーケティングなどの分野において有用な情報源となっています。

【インフォコムのデータサイエンス事業について】

インフォコムグループでは、現在、ヘルスケア(医療機関、医薬品関連企業、創薬支援、健保組合等向け)、ネットビジネス(消費者向けサービス)、ERP(中堅企業向け)、基幹システム構築(大手企業向け)等の各領域で、事業を展開しています。IT システムの提供だけでなく、お客様が保有する大量データの解析や「大量データハンドリング」なども手掛けており、ビッグデータ分析の技術/手法を培ってきています。

2013 年1月から、これらの技術/手法をベースにビッグデータ活用による企業活力向上をサポートする「データサイエンス事業」に参入しています。すでに様々な領域において多くの経験を持つデータサイエンティストを採用し、事業推進体制を強化しています。

また、2013 年2月から日本国内で初のデータ分析・予測モデル作成のクラウドソーシング・マッチングサイト

「CrowdSolving[®](クラウドソルビング)」を開始しました。すでに

・コンテンツ販売サービスの会員離脱予測モデルの作成

・電子書籍配信サイトでの顧客行動ログ分析

などのデータ分析・予測モデル作成コンペを実施しています。