

楽天インサイトのご案内

(2020年11月21日現在情報)

2020年11月21日

楽天インサイト株式会社

目次

- **会社概要**
- **基本サービスのご紹介**
- **データドリブンマーケティングソリューションのご紹介**

楽天グループの概要

現在、楽天グループは70以上の事業を展開、楽天会員ID数は1億を越え、それらの会員情報を共通IDで管理しております。楽天インサイトはその会員基盤を活かしたマーケティングリサーチ、並びに各種データ分析の事業を担っております。

世界でも類のないビジネスモデル

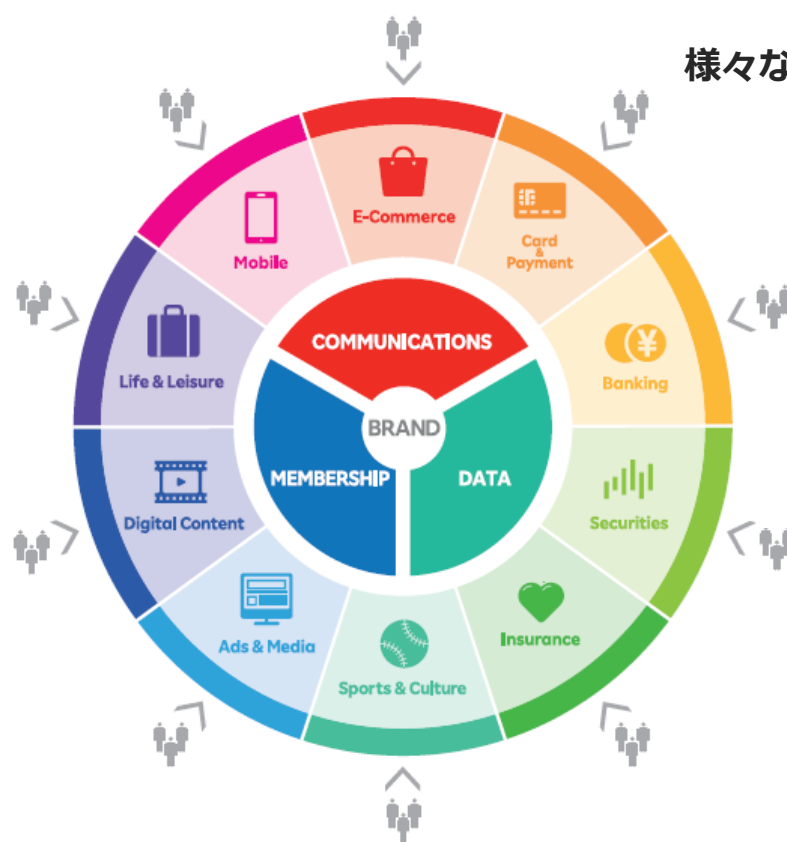
楽天経済圏

楽天市場をはじめとした

70以上のサービスを展開

楽天会員ID数

1億以上 2019年12月時点



ECや金融等の
様々な差グループ内サービスで利用可能な

共通ID

回遊的・継続的な利用を促す
ロイヤリティープログラム

楽天ポイント

グローバル流通総額*

19.0兆円

注記：*国内外のEC、Fintech等の楽天グループ全事業の総取扱額

基本情報

国内最大級220万人の自社リサーチパネルを保有し、年間1,000社以上のメーカー、その他の事業会社、広告会社、調査会社、官公庁、研究機関などの顧客へマーケティングリサーチサービスを提供しています。

会社概要

名称	楽天インサイト株式会社
株主	楽天株式会社（100%）
創業	2002年
スタッフ	約400名（関連会社含む）
オフィス	東京、大阪、名古屋、ほか海外10拠点
主要顧客	約1,000社（メーカー・広告会社・官公庁など）
自社パネル	国内約220万人（別途、海外パネルとして12カ国）
加盟団体	一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA） ※理事 公益社団法人 日本マーケティング協会（JMA） ※マーケティングリサーチ委員会委員 ヨーロッパ・マーケティング世論調査協会（ESOMAR）

沿革

2002	インフォシークリサーチとして創業
2005	株式会社サイバーブレインズを買収 楽天リサーチ株式会社へ社名変更
...	
2012	定性調査専門組織を設立
2014	海外進出（AIPを買収し、海外8拠点で営業開始） ビッグデータ分析組織を設立
2015	調査システムを「RaQs2」へ刷新
2018	楽天インサイト株式会社へ社名変更

事業ビジョン

楽天インサイトは、**伝統**と**革新**が昇華される未来を追い求めます。

アンケートやインタビューなど従来型マーケティングリサーチの技と職業倫理を大切に、高いプロフェッショナル意識で提供します。

さらに今後は、多様なビッグデータも活用し、クライアントの皆様の「データドリブンマーケティング(よりデータに基づいたマーケティングへの進化)」を支援いたします。



注記：インサイトとは、生活者の意識や行動の核心に迫る情報と洞察を意味します。

目次

- 会社概要
- 基本サービスのご紹介
- データドリブンマーケティングソリューションのご紹介

従来型マーケティングリサーチにおける品質向上

アンケートやインタビューなどの従来型マーケティングリサーチを、信頼性の高い大規模自社パネルと、高いプロフェッショナリズム水準で提供いたします。

従来型サービス

インターネットリサーチ	インタビュー調査 ※現在はオンラインで代替実施
ホームユーステスト	オンラインコミュニティ (MROC)
グローバルリサーチ	会場調査 ※現在はオンラインで代替実施
訪問調査 ※現在はオンラインで代替実施	郵送調査

品質向上における取り組み



- スマホ化に伴う大規模自社パネルの維持・データ品質向上への取り組み
- リサーチャー採用と育成
- 提案書・分析レポートの形式知化

目次

- 会社概要
- 基本サービスのご紹介
- データドリブンマーケティングソリューションのご紹介

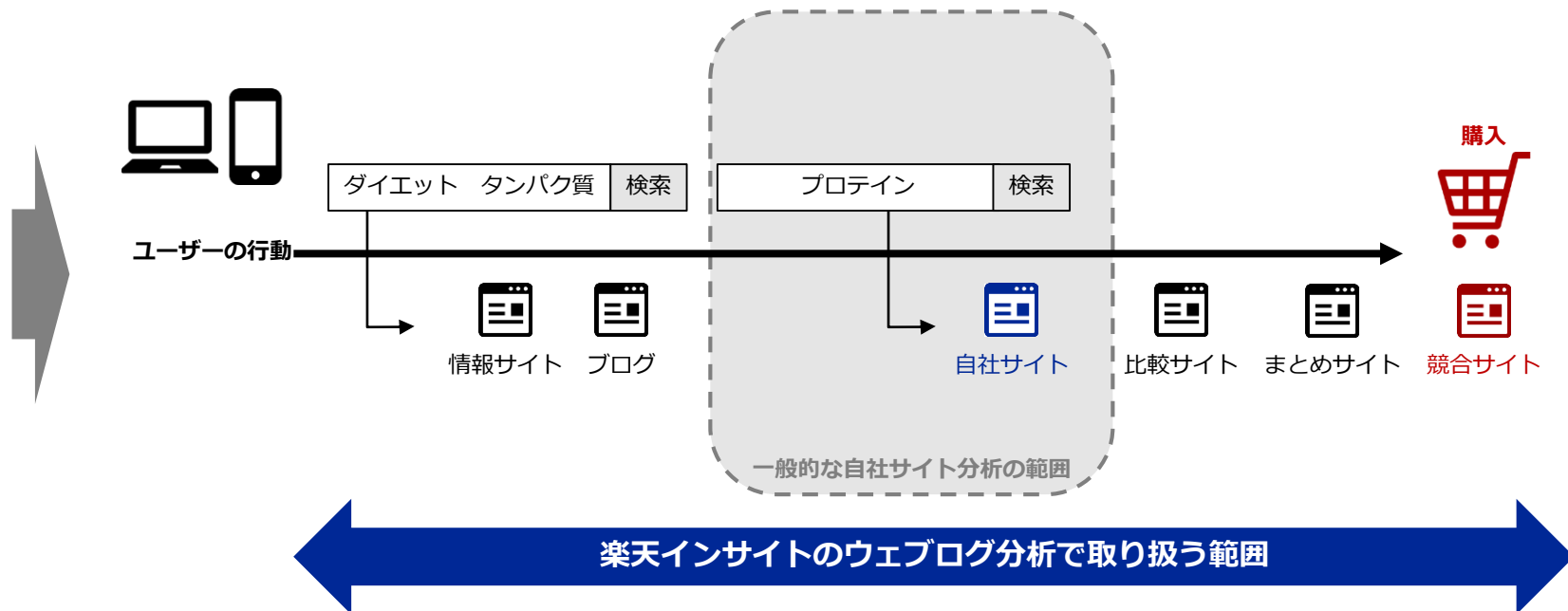
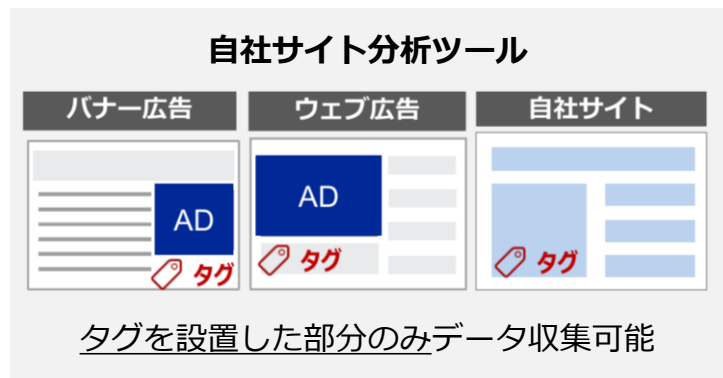
世界でもユニークな分析データ基盤：全体像

「国内最大級のアンケートパネル（220万人）」と「多種多様なビッグデータ」をシングルソース（楽天IDベース）で繋げて分析できる、とてもユニークなデータ基盤を活用してゆきます。



分析データ基盤例：ウェブログデータ

Webサイト側に計測タグを埋め込んで訪問者の解析をするのではなく、楽天ウェブ検索を通じて収集したウェブサイトのブラウジングデータを分析します。
そのため、競合サイト等の自社サイト以外のユーザー行動や、ジャーニーの分析をすることも可能です。



注記：*機微な個人情報や楽天グループ内の秘匿情報などの特定情報においては、分析対象から外させていただく場合がございます。

イノベーターマーケティング®

イノベーター理論をベースにした、**楽天インサイトならではの独自のセグメンテーションアプローチ**を用いて、特定の商品カテゴリに特化した「業界特化型」、情報への感度を基にした「業界横断型」を提供しております。

従来型のセグメンテーションアプローチ



- ・意識データによる分類
- ・主観による分類



- ・アンケート結果をそのまま反映して判別

楽天インサイトならではのセグメンテーションアプローチ



- ・意識データによる仮分類
- ・主観性の担保

+



- ・行動データによる仮説検証*
- ・客観性の担保



- ・行動分析を踏まえずとも、行動分析結果を盛り込んだロジックを活用して毎回の判別が可能**

ラインナップ

イノベーターの種類***

1. 業界特化型イノベーター



自動車イノベーター
(2018年10月リリース)



食イノベーター
(2018年11月リリース)



未病・健康イノベーター
(2019年3月リリース)

2. 業界横断型イノベーター



情報感度イノベーター
(2018年10月リリース)

3. カスタマイズ（お客様のニーズに対応した、オーダーメイドイノベーターセグメンテーション手法の開発）

注記：*行動データは事前の仮説検証にて利用、お客様へ提供する判別手法には含まれません。

**研究結果が再現するような判別ロジックを都度アンケートに組み込む形で実現します。

***2020年5月時点

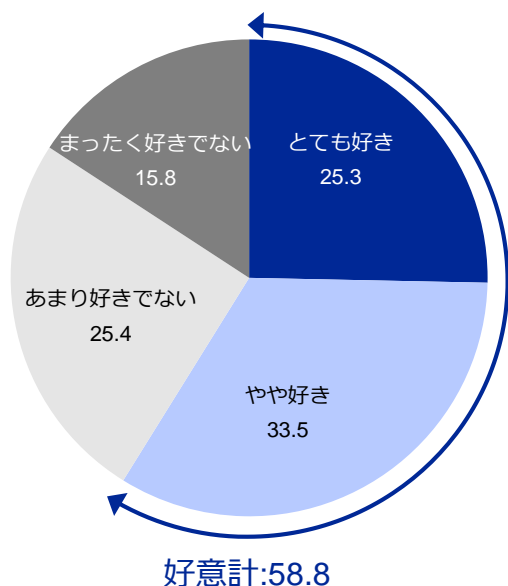
イノベーターマーケティング®

◆ 活用事例（新たな市場創造）

イノベーターやアーリーアダプターに着目して受容性が高いことを確認することは、従来のような生活者全体における受容性を見るのと異なり、**新製品の受容性ポテンシャルの見落としを防ぐ**ことが可能です。

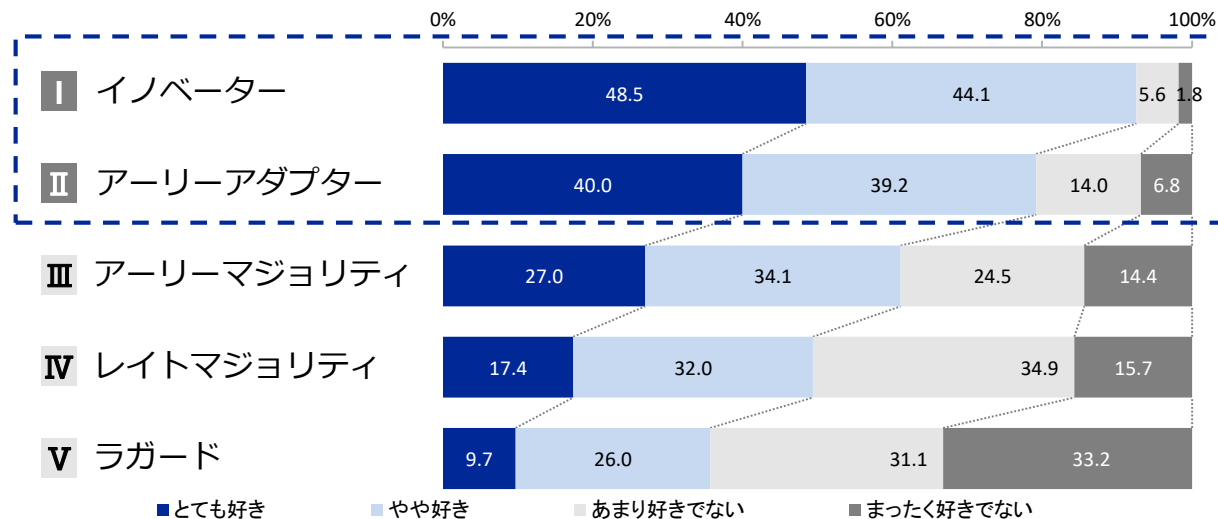
たとえば、以下のようなリサーチ結果がある場合、「アーリーマジョリティ及びレイトマジョリティーは、アーリーアダプターの評価に影響を受ける層であるから、イノベーター及びアーリーアダプターの評価ポイントを確実に訴求することにより、今後全体の好意度が底上げされる可能性を持っている」という判断が出来ます。

全体評価 (N=〇〇〇〇)



セグメント別の評価

イ
ノ
ベ
ー
タ
ー
尺
度



データエンリッチメント

楽天インサイトでは**独自で保有する220万人のパネル情報をID連携**し、クライアント様のDMPに提供しています。クライアント様が保有するデータに**楽天グループ内の他事業部のデータを含めた様々な情報を付加**することで顧客像が明確となります。また、拡張配信することで広告のターゲティング精度を向上させることもできます。

インサイトパネル

- 基本属性情報
- デモグラフィック
- 各種インダストリーの購入、購入意向
- ライフスタイル etc

■ データの提供例



性別	年代	都道府県	自動車	世帯年収
女性	40代	神奈川	トヨタ	500-700万



性別	年代	都道府県	自動車	世帯年収
男性	20代	東京	なし	700-1000万

■ データの活用例

1 顧客分析 (CRM)

- 楽天グループ内の他事業部のデータを含めた多種多様なデータを活用し、ユーザープロファイリングやチャーン分析を可能に

2 広告配信のセグメント

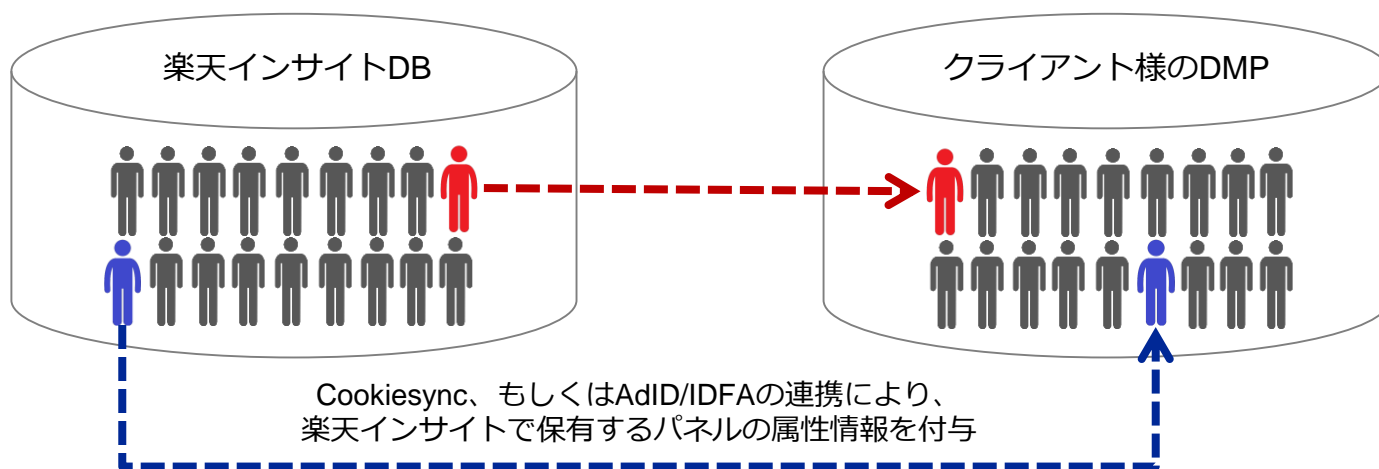
- 大規模かつ細かい粒度まで取得している様々なデータを活用し、クライアント様のニーズに合わせた詳細なターゲティングを可能に

3 教師データ

- 拡張（推計）ロジックやAIの精度検証用に、弊社ならではの高精度、高品質なデータを正解データとして活用することでプロダクトの改善が可能に

4 追加アンケート

- IDsync者に対してアンケートを配信することで、独自データの付加や、キャンペーンの効果測定をシングルソースで行うことも可能に



注記：クライアント様のご状況によっては、データの提供をいたしかねる場合がございます。
データの利用にあたっては利用規約がございます。詳しくは専任の担当よりご返答しますので、担当営業までお問合せください。

Take Clients One More Mile

コンシューマーインサイトに関わる「プロフェッショナル」として、
わたしたちは、クライアントの皆様をゴールに向かって
もう1歩近づけるべく支援します。



Rakuten Insight