

## VRの生活者セグメント『ひとセグ』開発、発表 ～あらゆる角度から生活者の“内面”を捉える新しい切り口～

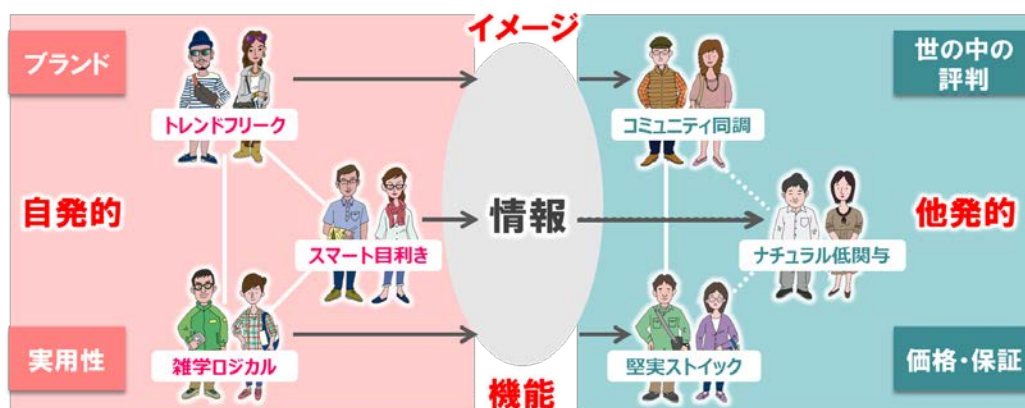
2014年11月27日  
株式会社ビデオリサーチ

株式会社ビデオリサーチ(本社:東京、社長:秋山創一)は、11月26日(水)に、VR Solution Seminar「コミュニケーション・カオス ～氾濫する情報から生活者は何を選ぶのか?～」を開催し、デモグラフィックだけではない、あらゆる角度から生活者の“内面”を捉えた新しい切り口として、生活者セグメント『ひとセグ』を発表いたしました。

『ひとセグ』は、性別やライフステージに加え、その人の「性格」、生活における「価値観」、「情報」への意識や購買などの“選択”行動、テレビCMなど広告表現に対する「嗜好」、また特定のターゲット層としてシニア世代を捉えた「シニア価値観」などの様々な切り口の総称です。セミナーでは、この中から、“情報”への意識や購買などの“選択”行動＝「情報×選択セグメント」を中心にご紹介いたしました。

世の中に大量の情報があふれ、生活者自身も発信者となり得るなど、コミュニケーションがカオス化している現代において、生活者は何をどう選んでいるのか。ビデオリサーチでは、生活者を真摯に見つめ直し研究した独自の視点から、生活者には物事に対する一貫した“考え方のクセ”があり、商品カテゴリーが何であるかに関わらず、それによってあらゆる情報や商品の選択をしているというシンプルな法則を導き出しました。

“考え方のクセ”は性別・年齢に関わらず6タイプに分類され、タイプごとに選択する情報や商品、届きやすいメッセージが違います。それぞれのタイプに合わせた的確な情報やメッセージを伝える・届けることで、情報や商品は選択されやすくなることを、具体的事例を交えてご紹介しました。



「ユーザーが理解できなくなってきた」「ターゲットに届けるにはどうコミュニケーションするのがいいのかわからない」「あらたなユーザーを囲い込みたい」などのマーケティング課題に対して、生活者を『ひとセグ』で捉えることで、商品への、メディアへのよりよいアプローチ方法を見出すことが可能です。

なお、『ひとセグ』は一般生活者1万人以上に調査実施している国内最大規模のシングルソースデータである弊社『ACR/ex』をリソースとしているため、多角的な視点で生活者を読み解くことが実現できます。

本件の詳細については下記までお問い合わせ下さいませよう、お願いいたします。

■お問い合わせ先■(株)ビデオリサーチ コーポレートコミュニケーション室

Tel.03-5860-1723 Fax.03-3556-8914 E-mail:info@videor.co.jp