

2015年1月吉日

各 位

株式会社 三菱総合研究所

## 「2015年度生活者市場予測システム(mif)オープニングセミナー」 ご案内

厳寒の候、貴社ますますご清祥のこととお喜び申し上げます。

三菱総合研究所では、大量生産・大量消費が当たり前だった時代を「オールドノーマル」、リーマンショック、東日本大震災以降の新しい消費の時代を「ニューノーマル」ととらえ、新たな消費スタイルが定着してきたことに注目しています。

三菱総合研究所は、そうしたニューノーマル時代において、生活者の変化の潮流と広がるビジネスチャンスを鳥瞰する「海図」と、自社の立ち位置と進むべき方向性を明確化する「コンパス」としてご活用いただくため、2011年8月より国内最大規模の生活者情報データベースサービス「生活者市場予測システム(mif: Market Intelligence & Forecast)」の提供を開始し、現在800社を超える企業の皆様にご利用いただいております。また、日本経済新聞、週刊東洋経済、ダイヤモンド・オンライン等で紹介されるなど、マスコミ各社からも注目を集めています。

生活者市場予測システムは、「定量」と「定性」からなる調査データで消費者の「変化」を多角的に捉えます。

- 「定量」では、日本全国20歳から69歳までの30,000人、50歳から80歳代までの15,000人の2つのアンケートパネルをご用意。それぞれ2,000問に及ぶアンケート調査を実施し、回答を時系列でデータベース化。WEBを介してこのデータベースに自由にアクセスすることで、必要な生活者の、必要な情報を、必要な視点で分析でき、マーケットの先読みを実現できます。
- 「定性」では、国内初の常設型MROC\*パネルを設置。女性200名とシニア300名の食、住、ファッションなどさまざまな生活分野に関する発言が約41万件蓄積(2014年10月時点)され、さらに毎月約1万件が追加されています。WEBから、発言内容を簡単に検索・閲覧ができ、生活者のリアルな生活実態・本音を捉えられます。

\* MROC: Marketing Research Online Communities 特定テーマに関与度の高く、発信力の高い方々(数十名~数百名)をネット上のリサーチ専用コミュニティに集め、ソーシャルメディアを活用して、議論・意見交換させ市場創造に役立つインサイトを抽出する手法。

このたび、「生活者市場予測システム」の2015年度サービス(2015年4月~2016年3月)の詳細をご紹介します。「2015年度 mif オープニングセミナー」を2015年2月25日(水)に開催することとなり、ぜひご参加いただきたくご連絡申し上げます。特別講演では、顧客のエクスペリエンスを基軸にしたマーケティングプロセス刷新をテーマに、電通 局次長 兼 エクスペリエンスマーケティング部長 朝岡 崇史様より、ご講演いただきます。

オープニングセミナーの概要につきましては、添付のご案内をご参照ください。

ご参加を心よりお待ちしております。