

2019 年 1 月吉日

各位

株式会社三菱総合研究所

「2019 年度生活者市場予測システム (mif) オープニングセミナー」のご案内

時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

三菱総合研究所は、生活者の変化の潮流と広がるビジネスチャンスを見逃さず「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、様々な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 (mif) の概要

- 「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 150 万件蓄積 (2019 年 1 月現在) 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 2019 年度サービス (2019 年 4 月~) の詳細をご紹介します「2019 年度 mif オープニングセミナー」を 2019 年 2 月 28 日 (木) 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した。特別講演では、NHK 放送総局 大型企画開発センター チーフ・プロデューサー 阿部 博史氏より「NHK のビッグデータ分析 ~社会課題が生み出すニーズをキャッチし、大衆心理を掴む~」をご講演いただきます。現況データからの将来予測を踏まえ、社会課題が生み出すニーズからマーケティングにかかわる大衆心理を掴む手法をご紹介します。

本セミナーの内容は、貴社の今後の成長戦略策定のご参考としていただけるものと考えております。

オープニングセミナーの詳細につきましては、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。

本サービスの販売は株式会社三菱総合研究所のグループ会社である「エム・アール・アイ リサーチアソシエイツ株式会社」が担当しております。なお、サービスの企画・開発は株式会社三菱総合研究所が行います。今後とも変わらぬご愛顧のほど何卒よろしくお願いいたします。