

DENTSU MACROMILL INSIGHT, INC.

電通マクロミルインサイトの デスクリサーチ紹介



電通マクロミルインサイトの デスクリサーチ

あまたある情報を把握・整理するには
デスクリサーチが最適です。



デスクリサーチとは

オープンソースの情報（各種統計、インターネット、新聞、雑誌、図書等）を元に、電通マクロミルインサイトが長年の経験から培ったキュレーション力で価値ある情報をピックアップ。お客様の課題に応じた情報整理を的確に行います。

デスクリサーチで出来ること

- 課題に応じた情報をクイックにリストアップ
- 特定市場状況やプレイヤー、新製品情報等を集めた市場分析レポート作成
- 社会トレンド・ライフスタイルや価値観・該当カテゴリにおける注目商品や消費者インサイトを集めたトレンドレポート作成

デスクリサーチ内容/費用

課題に応じて、大きく2つのメニューをご用意しています。

	内容	アウトプット	費用
01 リストアップ	<p>情報収集をメインに、収集した情報の整理・リスト化まで行います。</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 新規顧客開拓の企業リスト✓ 競合企業のサービスリスト など	エクセル	8万円～
02 レポート作成	<p>製品やサービスの市場性や競合他社動向、生活者意識などについて、各種データの整理・分析を行います。</p> <ol style="list-style-type: none"><u>1. 事例レポート</u><ul style="list-style-type: none">✓ 各種テーマに沿ったケーススタディ<u>2. カスタムレポート</u><ul style="list-style-type: none">✓ 市場分析レポート✓ トレンドレポート など	パワー ポイント	20万円～

※ご要望に応じて様々なテーマ、フォーマットでレポート作成いたします。費用はご相談内容によって前後します。

※第三者が著作権を有する画像や写真等を使用します。当レポートは社内資料でありそのまま社外に配布することはお控えください。



人気メニュートレンドレポート 調査手順・作成フロー

電通マクロミルインサイトの トレンドレポート

業界トピックから

兆しやトレンドを探る調査手法です。
クライアントの事業領域や関心領域に
フォーカスし情報を収集いたします。



話題のヒット商品

競合他社の動向

消費者意識、社会トレンドなど

多方面の情報を整理し

傾向をとらえ

兆しやトレンドを発掘します。

FLOW
01

キュレーション 情報をエクセルでリスト化

お客様のご要望領域について、マクロ環境、消費者意識等
多方面から情報を収集・キュレーションし、リスト化を行います。

トピックスをキュレーション

FLOW
02

情報整理 カテゴリズを行いキーワードを抽出

収集した様々な情報を横断的に整理し、傾向を大きくとらえます。
続いてキーワードごとに事例をピックアップし、レポートを作成します。

事例作成

FLOW
03

ファインディング サマリー作成、兆しを見つける

リサーチ領域における大きなトレンドの潮流や兆しを
レポート内から見つけ出し、サマリーを作成します。

ご要望に応じたデータをまとめあげ

調査例 | 2.レポート作成

CUSTOM REPORT

例) 企業のパーパスケーススタディ

☑ テーマの事例を収集・選定し、要素別に整理いたします。

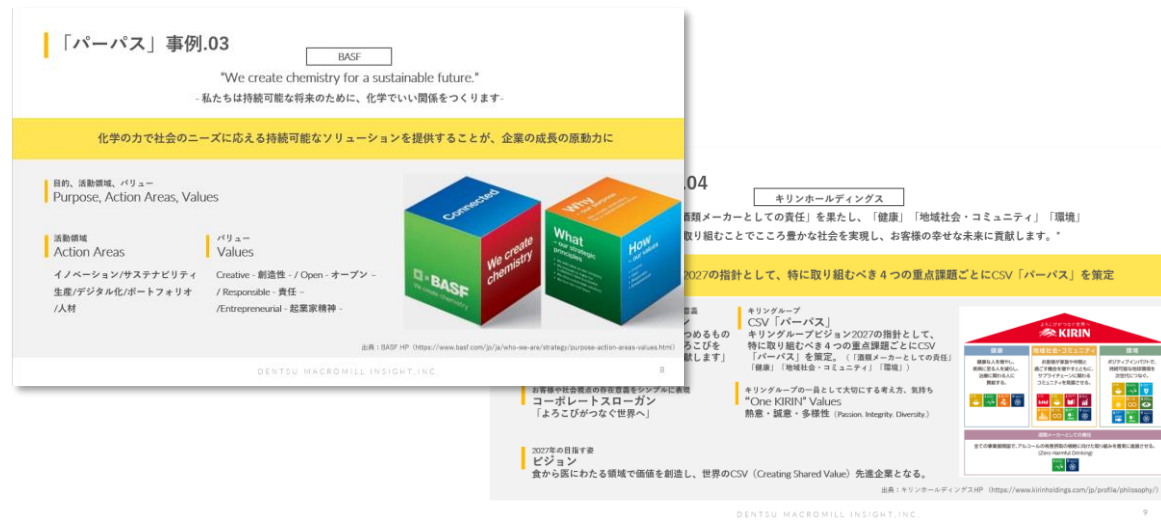
①事例のサマリ文

②事例の概要

③事例の関連ビジュアル

※事例に含める要素はご要望にお応えいたします。

アウトプットイメージ



- 費用 Power Point 10枚 30万円（税抜き）～
- 納期 10営業日前後（情報収集含む）

※情報の有無を確認する「事前簡易検索（40分以内）」は無料で実施致します。

※テーマやレポート内容により費用・納期は変動いたします。

調査例 | 2.レポート作成

CUSTOM REPORT 市場分析レポート

- 特定領域の市場規模、シェア、ブランド一覧、競合情報、市場トレンド、トピックスなどを整理します。

アウトプットイメージ



- 費用 1業界あたりPower Point 2枚 10万円（税抜き）～
- 納期 1業界あたり5営業日前後（情報収集含む）

※情報の有無を確認する「事前簡易検索（40分以内）」は無料で実施致します。

※テーマやレポート内容により費用・納期は変動いたします。

調査例 | 2.レポート作成

CUSTOM REPORT

例) コロナ禍のトレンドレポート

- 特定領域をテーマに沿って括り、サービス、商品事例を整理しトレンドを把握します。

アウトプットイメージ

Now & Future コロナ禍によるトレンドの変化

「コロナ禍」を軸に私たちの価値観やライフスタイルのトレンドを整理。

これから続くトレンド	コロナ禍で価値観のパラダイムシフトが起こり、今までナシ・ムリだったことが「アリ」になり、世の中から許容されるようになったコト・モノ・サービス	例) テレワーク (ハイブリッド) ● 食のデリバリー ● リアルの価値向上 ● マンツングアプリ
否応なきコロナシフト	リアルをバーチャルで、外で行うことを家の中で楽しむなど置き換え、それなりに成立しているものの、何かを「ガマン」しているコト・モノ・サービス	例) ● 自炊 (外食をガマン) ● オンライン飲み会 ● オンラインライブ ● 屋外スポーツ/屋外レジャー
既存トレンド		

Now & Future コロナ禍を経た「9」つのトレンド

- 働き方の自由化が高まる**
働き方の多様化。働く場所の自由化が進み、ワークライフの両立や、副業・兼業が広がりつつある。働き方の自由化が進んだことで、働き方の自由化が進んでいる。
- 家に求めるものの変化**
自宅環境が生活の中心になり、快適な環境が求められる。また、オンラインでの生活が中心になり、ネット環境の整備が進んでいる。
- コミュニケーション**
オンラインサービスの充実とリアルでの価値向上。オンラインサービスの充実とリアルでの価値向上が同時に進んでいる。
- 人間関係**
数人が下がるバーチャルの人間関係と、数人が上がるリアルでの人間関係。
- 社会/価値観**
サステナブルを重視した商品、企業、消費者が増加。環境に優しい商品やサービスが求められるようになる。
- 消費**
買物のデジタル化が進む。オンラインでの買物が主流になり、リアルでの買物が減っていく。
- スポーツ/レジャー**
屋外でできるスポーツレジャーが人気。健康意識の高まりから、屋外でのスポーツレジャーが人気になる。

オンライン学習

オンラインで本格的な音楽レッスンが受けられる新サービス「フォニム」が人気

フォニム：PHONIM MUSIC

- 最大級のスタートアップ・フォニムが提供するオンライン・高品質な音楽レッスンサービス「PHONIM MUSIC」が家での音楽をより好きになっている。
- 2020年7月サービス開始。1年半、全国で毎月平均30%増で稼働している。
- 月額料金は10ドル・プラン1,500円(税込)のサブスクリプション・プラン4,480円。
- 登録ユーザーと提携し、月5000円程度が電子楽器の購入先に行っており、1年半利用すると自分の楽器になる。
- 毎月音楽家さんから送られるオリジナルの動画や、レッスン動画の特典を早く定期的な更新で受講できることから人気となっている。

<特徴>

- 著名音楽家による解説動画で指導する。
- 音楽家自身がライブに出演する。
- ユーザーに感想や質問を寄せ、ライブに即座に返信が可能な仕組み。
- ユーザーが24時間いつでも自分のペースで学習できる。
- ※ユーザーは数人の講師とは別人、フォニムの専任の専任講師、インストラクターが担当する。

<レッスンの様子>

- 著名音楽家による解説動画で指導する。
- 音楽家自身がライブに出演する。
- ユーザーに感想や質問を寄せ、ライブに即座に返信が可能な仕組み。
- ユーザーが24時間いつでも自分のペースで学習できる。
- ※ユーザーは数人の講師とは別人、フォニムの専任の専任講師、インストラクターが担当する。

- 費用 Power Point 30枚 40万円 (税抜き) ~
- 納期 10営業日後 (情報収集含む)

※情報の有無を確認する「事前簡易検索 (40分以内)」は無料で実施致します。

※テーマやレポート内容により費用・納期は変動いたします。

調査例 | 2.レポート作成

CUSTOM REPORT

例) 社会を取り巻く注目トピックス

☑ 統計データや社会トレンドを整理します。

☑ 人口減少・少子高齢化やサステナビリティへの関心の高まりなどを背景とした「まちづくり」分野の注目事例を紹介するとともに、withコロナの視点から予測される「今後のまちづくり」のトレンドを整理しました。

アウトプットイメージ

The image displays several pages from a report. The top-left page is titled '少子高齢化、人口減少の進行' (Progress of Aging and Population Decline) and includes a bar chart showing population trends from 2010 to 2060. The middle-left page is titled 'まちづくりのトレンド予測' (Trend Prediction for Urban Planning) and lists various urban planning topics. The right side of the collage features two pages about 'オープンスペースへのニーズ拡大' (Expansion of Demand for Open Spaces), including a section on 'Human parking spots' and another on 'より多くのオープンスペースを確保するため、道路や屋上などの余剰空間利用が進む?' (To ensure more open spaces, utilization of surplus spaces like roads and rooftops is progressing?).

- 費用 Power Point 30枚 40万円（税抜き）～
- 納期 10営業日後（情報収集含む）

※情報の有無を確認する「事前簡易検索（40分以内）」は無料で実施致します。

※テーマやレポート内容により費用・納期は変動いたします。

調査例 | 2.レポート作成

CUSTOM REPORT

海外ナマゴエ

例) 欧州でヒットしている日本製品

☑ 長年現地に居住し、現地情報に通じた日本人スタッフによる生活者視点でのリサーチ。

(約150か国360地域)

☑ リサーチャー、コーディネーター、翻訳など現地で活躍するメンバーから適任者をアサイン。

※例：日本、パリ両国の百貨店食品バイヤー経験のあるリサーチャー（パリ在住）

アウトプットイメージ

メーカー名	日本製品名	商品名	現地市場名	商品写真	カテゴリ	特徴	現地市場の状況 (市場規模、人口、GDP、インフレ率、為替レート)	競争相手 (現地市場の競争相手)	現地市場での販売状況 (販売額、シェア率)	現地市場での販売戦略 (価格設定、プロモーション)
アサヒ飲料	アサヒ飲料	アサヒ飲料	アサヒ飲料		飲料	アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。	アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。	アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。	アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。	アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。
アサヒ飲料	アサヒ飲料	アサヒ飲料	アサヒ飲料		飲料	アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。	アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。	アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。	アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。	アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。

1. 全体サマリ

今回ピックアップした18事例から見えてきた「価値」キーワードをまとめた以下のような傾向が見られる。

Product 商品

日本・日本人・日本企業への信頼、日本食への関心

安心・安全・健康・ヘルシー・日本食

あられ、分りやすい、日本文化

3-0x1にマツダ

Price 価格

価格が安い

「あられ」が「あられ」に近い価格帯を競いあう

Place 流通

スーパー系

百貨店、専門店、専門店のポイント

日本食

日本人、海外

高級感、稀少性

アム、人気

Promotion プロモーション

「あられ」が「あられ」に近い価格帯を競いあう

「あられ」が「あられ」に近い価格帯を競いあう

●日本食、日本製品、日本企業に対しての安心・安全シカケが強いのは大きなキーワード。
 ●健康・ヘルシーに支持される機会が多い。アム人は日本人が年々増えており、若い世代に「あられ」が人気。
 ●日本人の嗜好品として、日本食・飲料への関心が高まっている。アム人は日本人が年々増えており、若い世代に「あられ」が人気。

2. Product ②

健康・ヘルシー

日本食は健康的でヘルシーであるという認識が前提として、ダイエット効果的、低カロリー、栄養価が高いなどの商品が人気を集めている（日本人は年々増えており若い世代に「あられ」が人気。アム人は日本人が年々増えており、若い世代に「あられ」が人気。）

健康に良い

アサヒ飲料

アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。

ダイエットに効果的

アサヒ飲料

アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。

体調を整える

アサヒ飲料

アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。

体調を整える

アサヒ飲料

アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。アサヒ飲料は、日本国内で最も人気のある飲料メーカーの一つです。

- 費用 50万円（税抜き）～
 - 納期 20営業日後
- ※現地の情報収集、日本でのレポート作成までを含みます
 ※テーマやレポート内容により費用・納期は変動いたします。

調査例 | 2. レポート作成

CUSTOM REPORT 簡易有識者調査

☑ 各業界・分野の第一線で活躍するエキスパートにヒアリングを行い、オープンソースでは得られない情報や経験知を取得することが可能です。

☑ 取得内容をコンパクトにサマライズし、詳細情報を分かりやすく整理いたします。

アウトプットイメージ

例：アイスクリーム市場の展望について
今後、市場は拡大するのか、縮小するのか。またその背景も教えてください。
※有識者（業界経験者<現役・実績含む>、コンサルタント、研究者など）約5名分の回答を得ることができます。



- 費用 20万円（税抜き）～
- 納期 7営業日前後

※有識者へのヒアリング、レポート作成までを含みます

※テーマやレポート内容により費用・納期は変動いたします。

電通マクロミルインサイトとは

私たちは、電通とマクロミル、2社の資産と強みが融合したマーケティングリサーチ会社です。

電通のリサーチ会社として数多くのマーケティング関連プロジェクトに参画した経験、

マクロミルが保有するデータとテクノロジーを活用・分析できる環境があります。

専門性の高いリサーチャーやアナリストが、豊富なデータ活用と独自メソッドを活かし生活者インサイトとビジネスを力強くブリッジすることでクライアントビジネスの成功を導きます。

01

STRENGTH

電通の コミュニケーションノウハウ

電通との共同プロジェクトで培った
ノウハウを活かした提案が可能です。

02

STRENGTH

マクロミルの 豊富なアセット

国内No.1リサーチ企業のマクロミルの
豊富なアセットを活用できます。

03

STRENGTH

100名以上の リサーチャー/アナリスト

専門性の高いリサーチャー/アナリストが
貴社の課題解決を支援します。

ABOUT US



ADDRESS :

TOKYO OFFICE

〒104-8171

東京都中央区銀座7-4-17

電通銀座ビル

OSAKA OFFICE

〒530-0003

大阪市北区堂島2-1-31

京阪堂島ビル

CONTACT :

03-3289-6711

info@ml.dm-insight.jp

dmi_rpct@ml.dm-insight.jp

www.dm-insight.jp

DENTSU
MACROMILL
INSIGHT

a Macromill Group company

