

生活者市場予測システム（mif） 2023年度サービス資料



生活者市場予測システム（mif）とは

国内最大級の生活者データで、生活者の心理や行動を分析し、未来予測を支援。

アンケートパネルとMROC（Marketing Research Online Community）、定量×定性のハイブリッドなリサーチシステム

mif Market Intelligence & Forecast

=

アンケートパネル
(定量調査) **mif** Market Intelligence & Forecast

×

MROC
(定性調査) **Listnr**

時系列・
世代分析

13年にわたるデータ蓄積

- 2011年より毎年6月に調査を実施
- 13年間のデータを時系列で分析可能
- 世代の特徴を捉える分析ができる

圧倒的な
ボリューム

国内最大級のアンケート調査

- 生活意識・行動、価値観、社会課題意識など、2000項目以上の調査項目
- 全国20～69歳、3万人を対象とするベシック調査に加え、ティーンズ（16歳以上）、シニア（89歳まで）のデータも保有

ブラウザで
高度な分析

簡単かつ多彩な分析機能

- 高度な集計がブラウザ上で可能
- すぐに使える数表・グラフの出力機能（Excel形式）・検定機能
- 操作研修を随時実施（有料会員向け）

インサイト
発見

インサイト発見のプラットフォーム

- 独自のMROCシステム「Listnr」を保有
- 生活者のリアルな言葉や写真から、生活シーンや消費に繋がるインサイトを発見。具体的な施策につながるヒントを得られる
- 長期の実施により、ターゲットの背景や人物像、深層心理まで深い理解が可能

連携
効果

定量データと定性データの連携で リアルな仮説を抽出・検証

- 定量データで発見した仮説を、MROCで深堀
- MROCで得られたヒントから新たな仮説を抽出、定量的に検証することで、より確かな仮説を構築

mifアンケートパネルの構成

生活者市場の縮図ともなる日本最大級の年代別パネルが、多彩な切り口での分析を可能にします。

※ アンケートパネル種類

※ 調査項目は、3パネルともほぼ共通です。

調査名	調査対象	サンプル数	調査開始
ベーシック調査	20歳以上69歳以下の男女インターネット利用者 (人口構成比とインターネット利用率に基づいて割付)	30,000人	2011年～
シニア調査	50歳以上89歳以下の男女インターネット利用者 (2021年よりベーシック調査の50～60代に70代以上を4000サンプル追加)	15,000人以上	2012年～
ティーンズ調査	16歳以上19歳以下の男女インターネット利用者 (2021年より16～69歳の人口構成比とインターネット利用率に基づいて割付)	1,800人以上	2020年～

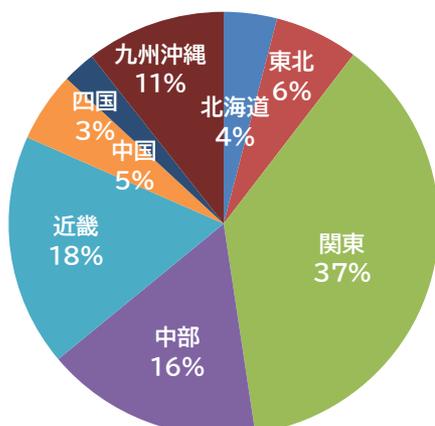
※ ベーシック調査のサンプル構成

※ 2022年度mifベーシック調査 (N=30,000)

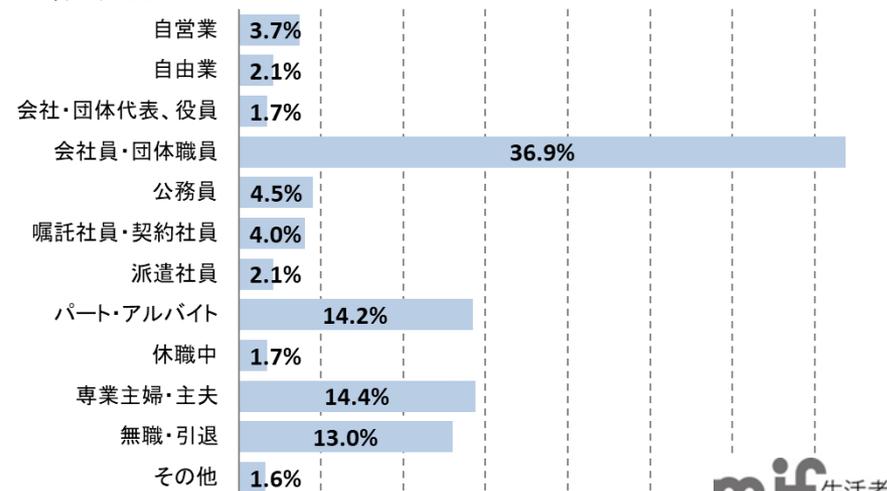
◆ 性年代別



◆ 地域別



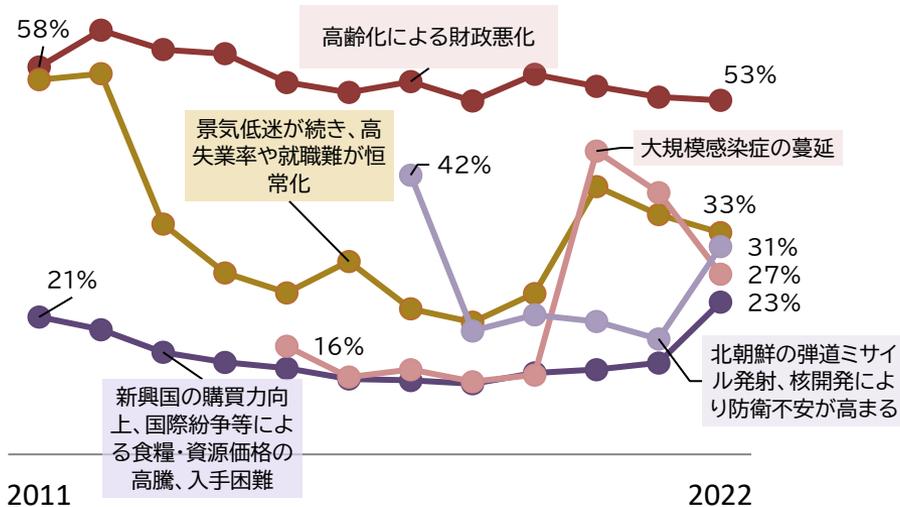
◆ 職業別



長期的な生活者意識の変化を把握

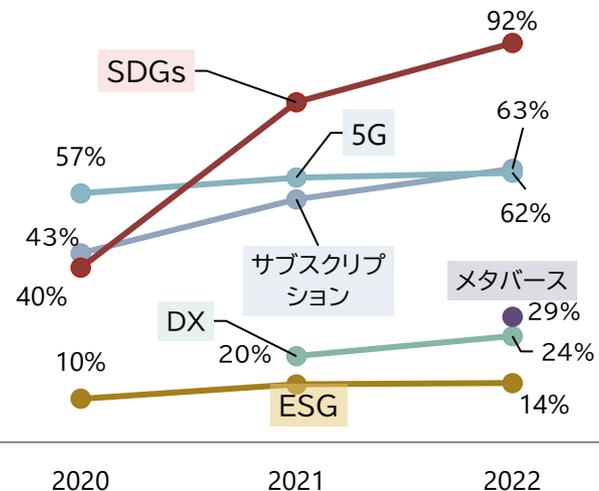
10年以上蓄積したデータが、アフターコロナへ向かう生活者の「変化」を描き出します。

日本社会の不安



新キーワード認知

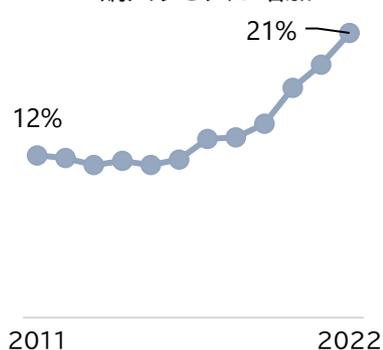
内容まで知っている～聞いたことがあるの合計割合



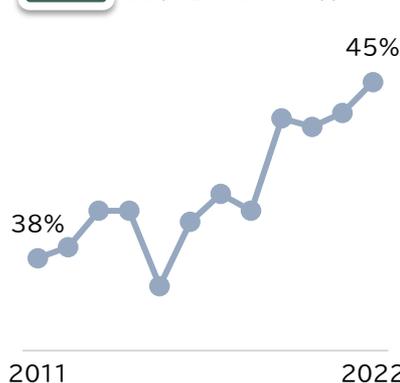
消費・生活スタイル

*は、あてはまる+ややあてはまるの合計割合

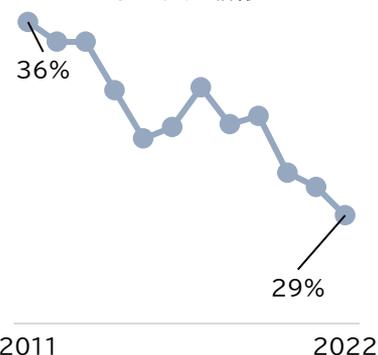
全体 性別を気にせず、衣類を購入する人が増加*



男性 洗濯をする人が増加



女性 アイロン掛けをする人が減少



20~30代 マネーセミナーに参加する人が増加*



ライフスタイルの変化を詳細に把握

400以上のライフスタイルトレンドの変化から、ポストコロナの生活を見通します。

2020-2021 コロナ禍の長期化による影響もあり、2020年変化の継続傾向

2021-2022 アフターコロナの兆し、オンライン化の拡大、世界情勢不安や物価高騰等による変動

コロナ禍継続・変化小
 2020年度から変化した項目は少なく、変化幅も小さい
 個別ライフスタイルアップトレンド※は
 料理の動画サイト利用、エコバッグなど4項目のみ

コロナ禍の影響定着・揺り戻し
 外食・余暇活動の減少がやや回復
 アップトレンドは公的電子申請利用、
 無人レジ・スマホ決済・リボ払いの利用、
 型落ち製品・プライベートブランド利用の増加等

2020→2021変化



2021→2022変化



あてはまる+やや
あてはまるの合計
の割合で作成

今後の変化
2021-20年

今後の変化
2022-21年

※アップトレンド = 前年との比較において、現在の状況も今後の意向も、2ポイント以上増加したものと定義

書籍、メディア、白書でも活用

mif調査結果は、書籍として発表されている他、各種新聞、メディアでも報道されています。



アンケートパネルサービス (1)

※ アンケートパネルデータベース

- ◆ 約2,000問の基本設問を持つ生活者パネル
- ◆ 追加調査がいつでも実施可能
- ◆ 時系列で変化を捉える
- ◆ 仮説検証から仮説発見へ

アンケートパネル概要

- 調査地域、時期：全国、毎年6月
- 調査方法：Web調査
- 設問数：2000問

【ベーシックパネル】

男女20～69歳 30,000ss※1

【シニアパネル】

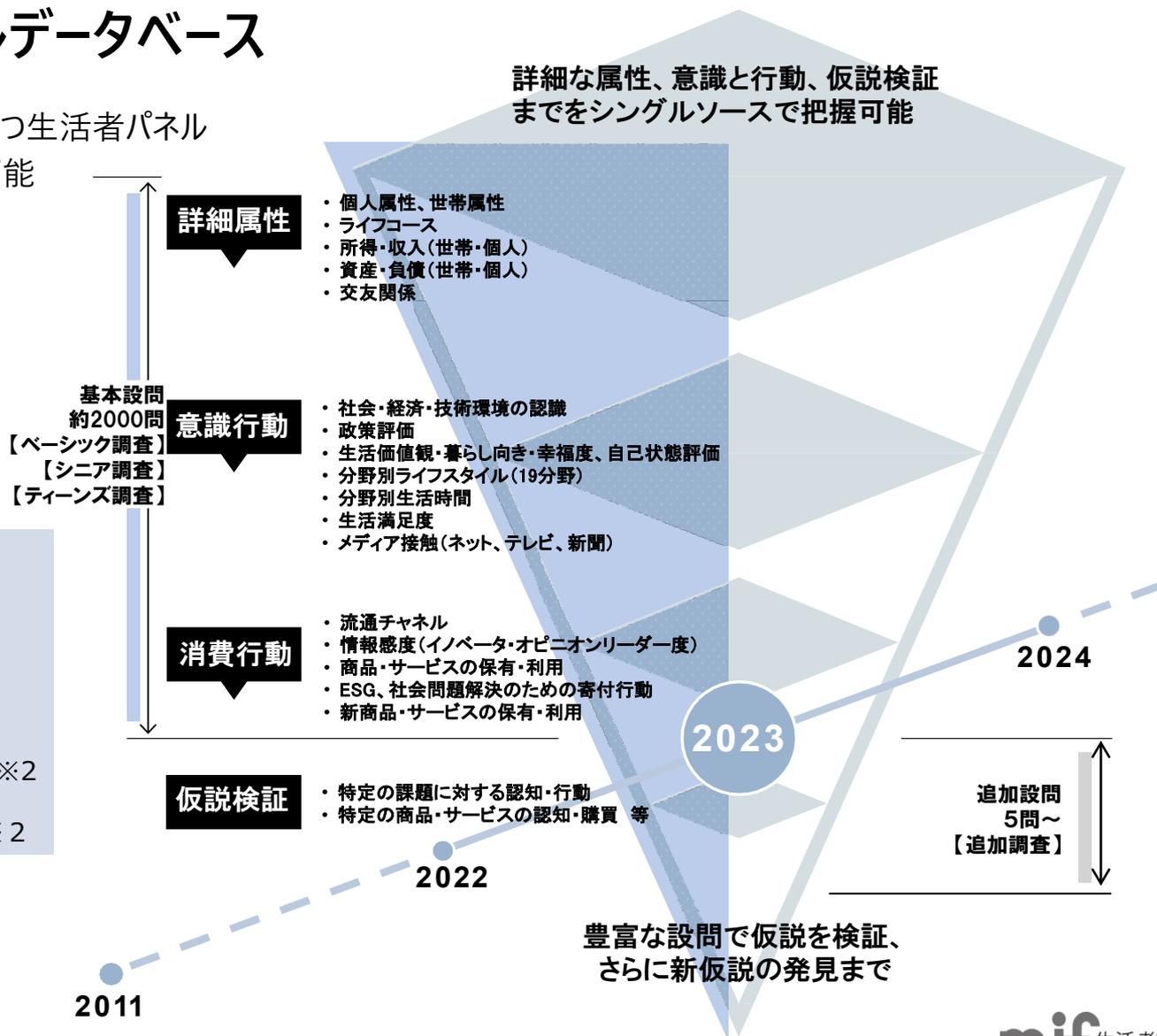
男女50～89歳 15,000ss以上※2

【ティーンズパネル】

男女16～19歳 1,800ss以上※2

※1 インターネット利用人口構成比に合わせて割付

※2 各実施年で異なる



アンケートパネルサービス (2)

＊ アンケートパネルデータベース

◆ 詳細な属性情報から分野別ライフスタイル、社会・経済・技術環境に対する認識まで幅広くカバー

1	個人属性、世帯属性、ライフコース (本人・配偶者)
2	所得・収入 (世帯・個人)
3	資産・負債 (世帯・個人)
4	社会・経済・技術環境の認識 (日本社会の不安、生活分野に関する社会問題、先進技術に対する期待と不安、新キーワード認知度、新型コロナウイルスによる感染症の拡大以前からの行動変化、今後の感染症拡大時における国や公的機関への期待等)
5	政策評価 (SDGs (持続可能な開発目標)、政策方針支持 (2択)、各国好感度)
6	生活価値観・暮らし向き、幸福度評価、自己状態評価 分野別ライフスタイル (食、飲酒、ソフトドリンクなどの飲料、ファッション、住、家事・家電、健康、美容、余暇・レジャー全般、教育・学習、仕事、家族、恋愛・結婚、老後 (リタイア)、情報リテラシー・通信、エコ、金融 (銀行、保険、証券等)、移動行動、ギフトの19分野) 分野別社会問題 (「食料・農水産業」「防災・セキュリティ」「社会インフラ・街づくり」「健康」「教育・人材育成」「仕事・働き方改革」「エネルギー・環境・資源」「交通・物流」の8分野)
7	交友関係 (所属団体・友人、孤独度、人とのつながり時間)
8	交友関係 (所属団体・友人、孤独度、人とのつながり時間)
9	分野別生活時間
10	生活満足度
11	メディア接触 (ネット、テレビ、新聞)
12	流通チャネル
13	情報感度 (イノベータ・オピニオンリーダ度、ブログ・SNSに書き込むテーマ)
14	商品・サービスの保有・利用 (商品所有、サービス利用、ESGに取り組んでいる企業の商品/サービスの購入意向、社会問題解決のための寄付行動)
15	新商品・新サービスの保有・利用

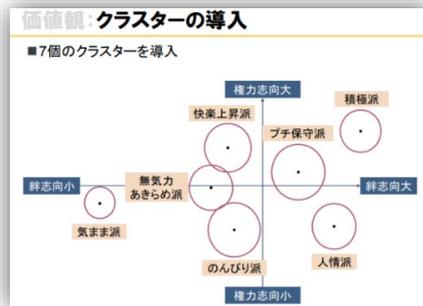
◆ 使いやすいWeb集計システム

WEB集計サービスで利用可能な集計・分析例

【クロス集計】	すべての項目間のクロス集計を瞬時に実施します。4重クロス集計まで可能です。
【バッチ集計】	全問 (約2000問) との一括クロス集計で、幅広い分野から関係性の高い項目を抽出します。
【プロフィール集計】	知りたい特定ターゲットのプロファイルをまとめてクロス集計し、検証することができます。
【セグメント分析】	決定木手法を用い、基準となる変数を様々な説明変数で自動的にセグメンテーションを行います。
【関連度算出】	特定の設問と全設問とのクロス集計の関連度 (クラメールの連関係数) を算出します。分析したい設問項目に対して関連性が高い設問を全設問から探索することができます。

◆ 豊富なセグメント軸

価値観・ライフスタイルクラスター



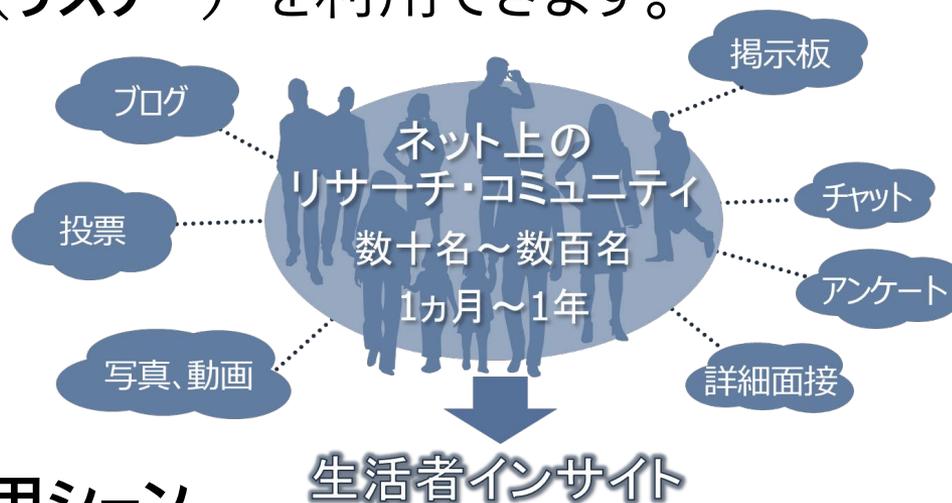
■ このクラスター分析では最初に因子分析で因子と因子負荷量を計算。因子負荷量にもつきクラスター分析を実施。

名簿	概要	構成比率
お手軽「ながら」派	ファーストフードなどのお手軽な食事を一人で、何かやりながら食べることが多いタイプ	15%
やりくり自作派	クックパッドなどのレシピを見ながら、またレトルトなども使いながら自作することが多いタイプ	12%
厨房にたまたず派	食べ歩きも少なく、自作も少ない。家族と併に食事をすることが多いタイプ	17%
食べ歩き派	高級なレストランやエスニック料理等外食がやや多い一方、家族との食事が少なく「ながら」食事が多いタイプ	17%
ごたわり自作派	食の安全の意識も高く、自作で和食の頻度も高い。また家族でろって食事をするタイプ	15%
エンジョイ派	カカオを利用したりお気に入りの情報を入手し食べ歩きを楽しむ一方、クックパッドなどレシピを調べ、自作することも。またレトルトやファーストフードなどのお手軽食事も頻度が多いタイプ	14%
ごたわりグルメ派	ながら食や面食、お手軽食が少ない一方、食べ歩きや家族との食事等食のこだわりが高いタイプ	9%

MROC

※ MROCとは

MROC（Marketing Research Online Communities）は、ネット上のリサーチ専用のコミュニティに数十名から数百名の生活者を集め、掲示板、ブログなどを活用して、議論を促し、**市場創造に役立つインサイトを抽出する手法**です。プラットフォームには、三菱総合研究所が独自に開発したListnr（リスナー）を利用できます。



powered by  Listnr

※ MROC活用シーン

- ① リアルな生活シーンの把握
- ② 消費に繋がるインサイトの発見
- ③ 新たな仮説の構築
- ④ ペルソナの作成
- ⑤ コ・クリエイション（共創）の実現

MROCサービス

※ 3つのMROCサービスをご提供 ※MROCリサーチ・MROCプラットフォームは、無料会員様もお申込が可能です。

→ MROCリサーチ

個別のニーズに合致したきめ細やかなリクルーティングを実施することで、貴社の課題、ご要望に応じたコミュニティの構築・運営を行います。

<お題>

ジェンダーギャップについて

MC NEW

世界経済フォーラム（WEF、本部スイス・ジュネーヴ）が2019年12月17日に発表した各国の男女格差を調べる「ジェンダーギャップ（男女格差）報告書」で、日本が過去最低となる121位だったことをご存知でしたか？

詳しくは【→こちら→】をクリック！

●あなたがジェンダーギャップを感じた出来事ってありますか？ご自身のことでも見聞きしたことでも結構です。

（例：「以前勤めていた会社で、お客様のお茶を出すように言われ、ジェンダーギャップがあります」「出産後、私が育児を取り、家事、育児（夫が育児を取り、私が働くという選択が感じています」など）

<投稿>

2020-02-04 15:31

私の勤務する職場で、何名か女性の方が出世して管理職になる時期がありました。しかし、能力があっても出世したわけではなく、会社のパフォーマンスです。女性が活躍する企業・を揃ってですが、それはどうなのだろうと。能力が伴ってならわかりますが、男だから、女だからと単純に括って、個人の能力で判断しない(*_*) 一人一人が認められる社会になってほしいです。

共感！

ローズさん、 tomatoloveさん、他5人が共感

2020-02-04 15:45

さん

一時そのような時期がありましたよね。結局上層部になると自分は「エライ」って勘違いする事あるしね。もしそのような事で管理職になったら一層努力して認めさせてやろう！ってバネに出来れば良いのにね

共感！

yurikaさんが共感

2020-02-05 08:20

さん、こんにちは。コメントありがとうございます！

そうですね。エライと勘違いをして、間違えた方向になる方(>_<) それをいっきかけにして、前向きになる人が多い企業は、これからの将来性がありますよね(>_<)

共感！

2020-02-05 09:53

さん、おはようございます。

女性の社会進出について叫ばれはじめてはしばらくしてから叔母が「最近男女関係なく上のポストに上がらせるが、とにかく年功序列で上げられていくから下につく人間は大変だ。」ぼやいていたのを思い出しました。

長い時間一緒に仕事してんだからこの人は上司に向いてない、とか分かりそうなんなのにならぬに何故か上げるのか？？と考えると結局うちは男女平等に取り組んでますよ

→ MROCプラットフォーム

三菱総合研究所が開発したMROCプラットフォーム「Listnr」をレンタルにてご利用いただけます。

- 参加者数：50～500名
- 期間：2週間～
- サポート体制：平日10:00～18:00（有料）
- オプション：必要に応じ、TOP画面設定、初期システムサポート、研修のサービスあり（有料）

→ MROCライブ러리

女性およびシニアの生活者の様々な生活分野におけるリアルな発言を8年間（2012～2020年）蓄積したデータベースをご利用いただけます。

女性コミュニティ（女性）

- 発言者：20～70歳代
- 発言者数：約200名（1掲示板あたり）
- 掲示板数：約590
- 総発言数：約70万件

シニアコミュニティ（男女）

- 発言者：50～80歳代
- 発言者数：約300名（1掲示板あたり）
- 掲示板数：約520
- 総発言数：約120万件

アンケートパネル 価格表①

※ 基本サービス

() 内は無料追加調査分の金額 ※消費税別

プラン名		単年	経年	シルバー	ゴールド	ダイヤモンド
利用パネル						
ベーシック		30万円	50万円	80(37.4)万円	210(187)万円	500(494)万円
シニア		30万円	50万円	80(37.4)万円	210(187)万円	500(494)万円
ティーンズ		20万円	30万円			
ベーシック+シニア		50万円	90万円	120(37.4)万円	250(187)万円	540(494)万円
ベーシック+ティーンズ		50万円	80万円	110(37.4)万円	240(187)万円	530(494)万円
ベーシック+シニア+ティーンズ		70万円	120万円	150(37.4)万円	280(187)万円	570(494)万円
ID数		1 ID		2 ID		5 ID
無料会員	mifのWEBコンテンツの閲覧、セミナーへの参加、MROCの一部サービスへのお申込(有料)が可能です。					

(1) 会員期間・お支払について

- お申込日から起算して、お申込月 + 12ヵ月間利用できます。
- お支払は加入時一括をお願いしていますが、他のお支払方法をご希望の場合は、事務局までお知らせください。

(2) 利用パネルについて

- 「ベーシック」「シニア」「ベーシック+シニア」「ベーシック+シニア+ティーンズ」から選択できます。「ベーシック+シニア」「ベーシック+ティーンズ」「ベーシック+シニア+ティーンズ」は、通常合計価格よりお得です。

(3) IDについて

- IDとパスワードは、100名以下の同一組織内で共有できます。ただし、同時に利用できるのは1IDにつき1名のみです。

(4) プランについて

- 「単年」は最新年度の調査結果のみ利用できます。9月に最新の調査結果をリリースします。プラン「経年」以上は過去の調査結果も利用できます。
- 「シルバー」「ゴールド」「ダイヤモンド」プランは、各プランの「経年」と「追加調査」がセットになったお得なプランです。料金表の() 内に無料追加調査分の金額を記載しています。無料追加調査は有料会員期間内で、数回に分けて利用できます。

(5) 各種オプションサービスについて

- オプションサービスのご利用には基本サービスへのご加入が必要です。

アンケートパネル 価格表②

※ 追加調査（本調査）価格表（有料基本サービスへのご加入が必要です。）

- アンケートパネルから抽出した対象者に追加調査を行うことができます。

※消費税別

サンプル数	設問数（5問のみ特別レンジにより事前調査不可）									
	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50
100	43	112	152	188	226	262	298	332	36	398
300	53	160	206	252	296	338	378	418	456	492
500	69	220	278	334	388	440	490	540	586	628
700	86	282	354	422	486	550	610	670	724	776
900	105	352	440	520	598	674	744	814	876	938
1,000	110	374	466	548	630	710	782	854	920	984
1,500	156	542	668	784	894	1,004	1,104	1,202	1,290	1,376
2,000	201	708	872	1,018	1,160	1,298	1,424	1,548	1,658	1,768
3,000	279	1,006	1,230	1,430	1,620	1,810	1,980	2,146	2,294	2,442
4,000	346	1,282	1,554	1,802	2,036	2,268	2,474	2,682	2,862	3,042
5,000	401	1,532	1,850	2,136	2,406	2,676	2,914	3,152	3,360	3,568
6,000	447	1,760	2,112	2,428	2,730	3,030	3,294	3,560	3,790	4,020
7,000	519	2,046	2,454	2,820	3,168	3,514	3,820	4,124	4,392	4,656
8,000	550	2,238	2,670	3,058	3,424	3,790	4,114	4,436	4,716	4,996
9,000	598	2,470	2,938	3,360	3,758	4,154	4,506	4,856	5,160	5,464
10,000	610	2,620	3,100	3,530	3,936	4,342	4,700	5,060	5,370	5,678
15,000	849	3,774	4,438	5,032	5,592	6,152	6,648	7,142	7,568	7,992
20,000	1,069	4,884	5,714	6,462	7,162	7,862	8,484	9,106	9,638	10,166

【設問カウント方法】

- MA質問／SA質問は20カテゴリまで1問扱いです。
- マトリクス質問は、10項目×10選択肢まで1問扱いです。
- 音声・動画の提示は、10秒につき1設問とみなします。
- HPを閲覧させる設問は、1ページにつき5設問とみなします。
- 静止画の提示、選択肢のランダムイズは無料です。

【自由回答（FA）の取り扱い方法】

- FAクリーニングは、1問100文字以内で100サンプル以内のみ承ります。1問につき20千円です。
- アフターコーディングは別途お見積となります。

アンケートパネル 価格表③

※ 追加調査価格表（その他）

※すべて消費税別

【事前調査（スクリーニング）】

※本調査が10問以上の場合に実施可能

サンプル数	設問数 単位：1,000円			
	3	5	7	10
5,000	42	70	98	120
10,000	72	120	168	200
20,000	132	220	308	360
30,000	192	280	388	520

【割付】

割付セル数 単位：1,000円	
10	無料
24	140
36	192
48	300
72	400

【クロス集計】

集計軸数	設問数 単位：1,000円				
	10	20	30	40	50
2軸	50	80	110	140	170
4軸	80	110	140	170	200
6軸	110	140	170	200	230
8軸	140	170	200	230	260

※ オプションサービス（有料基本サービスへのご加入が必要です。）

サービス名	内容	費用
追加調査 設問設計支援	追加調査の調査票の作成支援を行います。任意の調査設計や、聴取項目からアンケート用の調査票を作成します。	10問 5万円～
新変数追加	アンケートパネルのデータや追加調査のデータから、新しい変数（数値、SA、MA）を作成して、mifシステム上のデータとして利用できます。自由記述は対象外です。	1変数 1万円 (元変数3つまでの場合)
追加調査 2000問ローデータ接続	特定の追加調査の回答者1万件分を上限に、2000問ローデータを利用することができます。	600円／1件
ALL調査	年1回の2000問調査の実施時に、貴社独自の設問を追加で聴取できます。お申込み締切は各年5月初旬です。	1問 50万円
分割 ローデータ販売	設問パート別等、必要なローデータを提供します。	個別 ご相談
オーダーメイド集計	アンケートパネルや追加調査のデータから、ご要望や課題に合わせた集計・分析を行います。	
レポート作成	ご要望や課題に合わせた分析結果の報告書を作成します。	

MROC 価格表①

※すべて消費税別

※ MROCリサーチ 価格表 (無料会員へのご加入が必要です。)

- 日本国内で専用コミュニティを構築し、週2回掲示板を開設した場合
(コミュニティガイド作成、参加者招集・管理、コミュニティ運営、発言録・発言まとめ(ラップアップ) 作成)

【MROCリサーチ実施費用】

参加者数	コミュニティ運営期間		
	1ヵ月	2ヵ月	3ヵ月
50名	2,077	3,516	4,956
100名	2,546	4,254	5,963
200名	3,484	5,730	7,977
300名	4,422	7,206	9,991

単位：1,000円

【MROCオプションサービス】

サービス名	内容	費用
ペルソナ作成サービス	mifデータ、スクリーニング回答における属性や発言から任意の条件のペルソナを作成します。	15万円~/1体
ワークショップサービス	コーディネーター2名を派遣し、発言録に基づき、貴社スタッフを対象にしたワークショップを開催。結果を取りまとめたレポートを作成します。	100万円~/1回
分析レポートサービス	発言をセグメント毎に分類、有望セグメントの実態やニーズ、マーケティング提案をまとめたレポートを作成します。	50万円~/1PJ

MROC 価格表②

※すべて消費税別

※ MROCプラットフォーム 価格表（無料会員へのご加入が必要です。）

- MROCプラットフォーム（Listnr）をお貸しします。
コミュニティの参加者募集・運営はお客様自身で行っていただく必要があります。（サポートは有料です）

参加者数	初期サポート費	ご利用期間		
		2週間	1ヵ月	3ヵ月
50名	10万円	25万円	30万円	50万円
100名		30万円	35万円	55万円
200名		40万円	45万円	65万円
300名		50万円	55万円	75万円

※他有料サポート有：MROC運営研修/TOP画面カスタマイズ/言語追加/ヘルプデスク代行等。
価格表に記載のない参加者数・期間等、詳細はお問合せください。

※ MROCライブラリ 価格表

- 2020年3月までの常設MROCの掲示板を閲覧できます。（ご利用可能期間：お申込月 + 12ヵ月間）
- 「閲覧」プランは、3掲示板まで発言データ（EXCEL）をダウンロード可能です。
- 「ダウンロード」プランは、掲示板の閲覧と、発言データの無制限ダウンロードが可能です。

プラン名	閲覧	ダウンロード
利用パネル		
女性	20万円	50万円
シニア	20万円	50万円
女性+シニア	30万円	80万円



[お問い合わせ先]

株式会社三菱総合研究所 「生活者市場予測システム (mif)」事務局

(エム・アール・アイリサーチアソシエイツ株式会社 データサイエンス事業部)

E-mail : mif@mri.co.jp TEL : 03-6858-3477

〒100-0014 東京都千代田区永田町2-10-3 東急キャピトルタワー

会員登録・お申込みはこちらから (登録料無料)

<https://mif.mri.co.jp/>