

【報道関係各位】

**業界初、生活者のアイデアを「いつでも」「あつという間に」「楽しく」集められる
ユーザトークサービス『ミルトーク』を正式に提供開始**

2015年2月24日
株式会社マクロミル

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表執行役：小西克己、以下「マクロミル」）は、企業の担当者がいつでも生活者と直接コミュニケーションを行うことができる、業界初^{※1}のユーザトークサービス『ミルトーク』の提供を2015年2月24日（火）より正式に開始いたします。



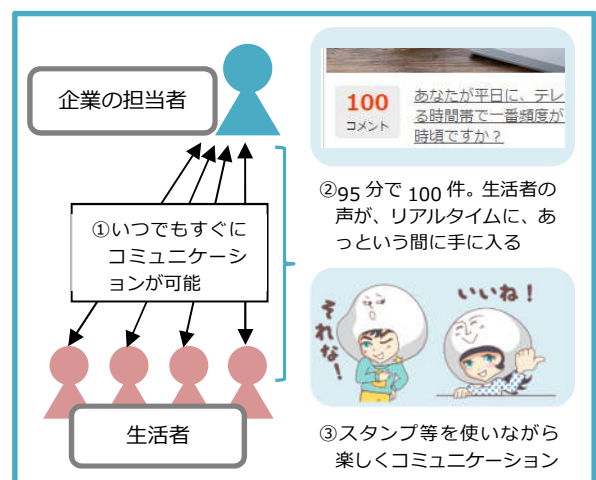
■サービス化の背景

2000年の創業以来、マクロミルはネットリサーチで日本のマーケティングリサーチ市場を牽引して参りました。マーケティングリサーチの品質を維持しながら、スピードと手軽さを併せ持つネットリサーチは、インターネットの急速な普及とともに市場を拡大し、今や最も利用されているリサーチ手法に成長しました。近年はスマートフォンの普及によって、モニタが場所を選ばずアンケートに回答できるようになり、ネットリサーチのプレゼンスはますます向上しています。

一方、ソーシャルメディアが登場したことで企業は調査会社を介することなく、生活者の声に容易に触れられるようにもなりました。ソーシャルリスニングと呼ばれるこの手法は、生活者のインサイトを集める新しい手法として注目されていましたが、膨大なデータの中から有益情報だけを集めることは難しく、十分に活用がなされているとは言えません。このような課題に対しマクロミルは、ソーシャルリスニング要素を盛り込んだ新たなサービスとして、企業が生活者と楽しく交流しながら有意義な意見やアイデアを簡単に集めることのできる、業界初のユーザトークサービス『ミルトーク』を独自開発しました。

■ミルトークとは

企業のマーケターや商品開発担当者が、生活者と直接コミュニケーションを行うことができるウェブサービスです。サイトに登録して掲示板を作るだけで、多種多様な世代・属性の生活者からの意見やアイデアをすぐに集めることができます。登録している生活者はすべてマクロミルモニタ^{※2}のため、手軽でありながらも質の高い意見が集まります。また、テキストだけでは伝わらない感情を表現するオリジナルの『スタンプ』や、モニタに感謝の意思を伝えるソーシャルボタン『ありがとう』など、活発なコミュニケーションを後押しする工夫も数多く用意しています。ソーシャルメディア感覚で気軽に利用でき、マーケティングが楽しくなる、新しいジャンルのサービスが実現しました。



■『ミルトーク』の世界観

※1：リサーチ会社が管理するモニタに対し、企業がマーケティングを目的としたコミュニケーションを直接行えるウェブサービスとして（2015年2月現在）。

※2：マクロミルがインターネット上で募集し、自社管理するアンケート専用モニタ。

■利用の流れ



■ミルトークでできること

①掲示板『きいてミル』

「最近の若者の流行は？」、「なぜあの商品は売れている？」等、ちょっと生活者に聞いてみたいことを掲示板として作成すれば、すぐにモニタから生の声が集まります。



①『きいてミル』

②モニタと直接会話出来る『トークルーム』

掲示板で気になる意見を投稿しているモニタを最大 10 人まで招待し、リアルタイムでグループトークが行える機能です。スタンプや顔文字を使ってカジュアルに、双方向でコミュニケーションが可能なので、掲示板よりもより臨場感があり、より多くの声を集める事が可能です。



②『トークルーム』

③生活者の声から気づきを得る『きょうのひとこと』

日々のちょっとした困りごとから、「こんなものがあたらいいのに」という要望まで、生活者が感じていることが時系列に並んで集まるフィードです。検索も可能で、ウェブ検索よりも簡単に生活者から新商品アイデア等の気づきが得られます。



③『きょうのひとこと』

ミルトークのスマートフォンアプリ、
3 月末に提供開始予定！

■ミルトーク URL

<http://service.milltalk.jp/> (サービス紹介ページ)

<https://milltalk.jp/> (サービスサイト)

■活用事例 (2015 年 1 月 13 日 (火) よりβ版を公開、会員企業 5 7 社の協力を得てテストを実施)

○パナソニック株式会社 (広報チーム)

ロボット掃除機「ルーロ」リリースの効果測定にご活用いただきました。リリース直後の消費者の反応を確認するために、ミルトークで生の声を集めてリリース効果を検証されました。「即座に消費者の声を集められて大変便利。内容にもリアリティがある。」との言葉をいただいています。

○株式会社リクルートホールディングス (リクルートベンチャーズ)

新規事業の企画段階での生活者ニーズを集める際にミルトークをご活用いただきました。



■ 価格（リリース記念キャンペーン価格）

きいてミル：掲示板で 100 件まで無料で投稿を受け付けられます（有効期限：2 週間）

- 利用料 : 無料
- 掲示板非表示オプション : 10,000 円/掲示板
 - 他の法人アカウントや未ログインユーザから掲示板が閲覧できないようにします
- 機能拡張オプションパック : 20,000 円/掲示板
 - 掲示板で集められる投稿数が 100 件から無制限に拡大
 - 掲示板に参加できるモニタを 9 つの属性で絞り込みが可能
 - 掲示板を目立つデザインに変更
 - モニタにメールを配信し掲示板へ誘導

トークルーム：気になるモニタを最大 10 名まで招待してグループトークが可能（有効期限：2 週間）

- 利用料 : 70,000 円/1 ルーム

※『きょうのひとこと』の閲覧・検索は無料で行えます。

※機能拡張オプションパックに「掲示板非表示オプション」は含まれません。

■ トークから生まれるイノベーション

ミルトークは、ユーザイノベーションを起こす可能性を秘めたサービスでもあります。ユーザイノベーションとは、「革新的な商品やサービスの企画・開発を、企業ではなく生活者（ユーザ）を中心に推進する」という考え方で、「主婦のアイデアから生まれた商品」や、「学生が開発したアイデアメニュー」などがこれに該当します。潤沢な顧客資産を持つ一部の企業ではすでに試みが始まっていますが、多くの企業にとっては容易に取り組めることではありません。このギャップを解消し、あらゆる企業にユーザイノベーションの可能性をもたらすのがミルトークです。

生活者のあらゆる活動を記録した「ビッグデータ分析」の重要性は高まり続けています。一方で、それだけで生活者の全てを理解出来ると考えてしまうと、生活者との距離はますます遠くなり、顔が見えなくなってしまう。ビッグデータへの対応に苦慮しているマーケティング現場にこそ、データに現れない“気持ち”や“声”など、生活者の息遣いが感じられる質的データが求められています。ミルトークは、マーケティングの原点である生活者と会話・対話する機会を、より多くの企業に提供し、企業と生活者の距離を縮める事が可能です。

マクロミルは、マーケティングビジネス領域全体にイノベーションを挙げ、誰もがマーケティングサービスを利用できる社会の実現を目指します。

以上

【株式会社マクロミル 会社概要】

- 社名 ■ 株式会社マクロミル
- 本社 ■ 東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F
- URL ■ <http://www.macromill.com>
- 設立 ■ 2000 年 1 月 31 日
- 代表者 ■ 代表執行役 小西克己
- 事業内容 ■ インターネットリサーチ事業を核としたマーケティングサービス

－ 本リリース内容に関する報道機関からのお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル 広報室：度会（わたらい）
TEL：03-6716-0707 MAIL：press@macromill.com

－ 本サービスに関するお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル 事業戦略本部 商品開発ユニット：岡田
MAIL：milltalk_support@macromill.com