



Press Release

【報道関係各位】

マクロミル、マーケティング・リサーチ業界初のアイデア発想支援 SaaS
「Coreka（コレカ）」の提供を開始
～3,500 ブランドの市場・生活者データで「探索」を支援、商品開発をワンストップに伴走～

2025 年 1 月 23 日

株式会社マクロミル

(コード番号：3978 東証プライム)

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表執行役社長 CEO：佐々木徹 以下、当社）は、当社の消費者パネルから得られる 3,500 ブランドの市場・生活者データを活用し、商品開発におけるアイデア発想を支援する SaaS、「Coreka（コレカ）」の提供を開始しました。

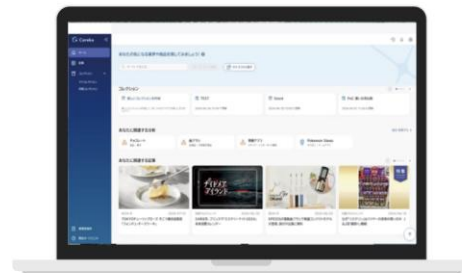


図 1：Coreka のロゴと、プラットフォームのイメージ

■ マーケティングにおける課題

生活者のライフスタイルの多様化や市場環境変化の加速によって、商品・サービスのライフサイクルが年々短縮するなか、新商品・サービス開発の現場ではそれらの変化に対応した「生活者の理解」と「アイデア発想」が求められています。しかし、社内外のさまざまなデータを分析するとともに多面的な生活者理解が必要となるため、データを正確かつ迅速に取得・整理することの難易度が高まっています。実際に、当社の顧客企業からも「自社視点でしか生活者を捉えられていない」「アイデアの論拠となるデータ収集に膨大な時間と費用を要している」といった声が上げられていました。

■ Coreka の役割

こうした課題を解決すべく、当社は「生活者を立体的に捉える意識と行動データ」、「アイデア探索に適した UI/UX」、「活用まで支援する機能とサポート体制」の 3 つに焦点をあてた Coreka を開発しました。Coreka は 2000 年の創業以来 25 年間で培ったリサーチや分析ノウハウを結集したプラットフォームです。当社が独自に構築する消費者パネルから得られる時系列での定量／定性データを搭載し、3,500 ブランドの意識データや購買履歴データ、分析レポートなどにアクセスが可能です。企業の商品開発研究開発担当者が、スピーディーかつ簡単に、必要なデータを収集することができます。このような機能でアイデア発想を支援するプラットフォームは、マーケティング・リサーチ業界で初^(※1)となります。これにより、当社は、商品開発で不可欠な「探索」のステップを Coreka で補完し、顧客企業の商品開発をワンストップで支援します。

Corekaではアイデア発想フェーズにおいて求められる、探索的なデータ活用を実現。

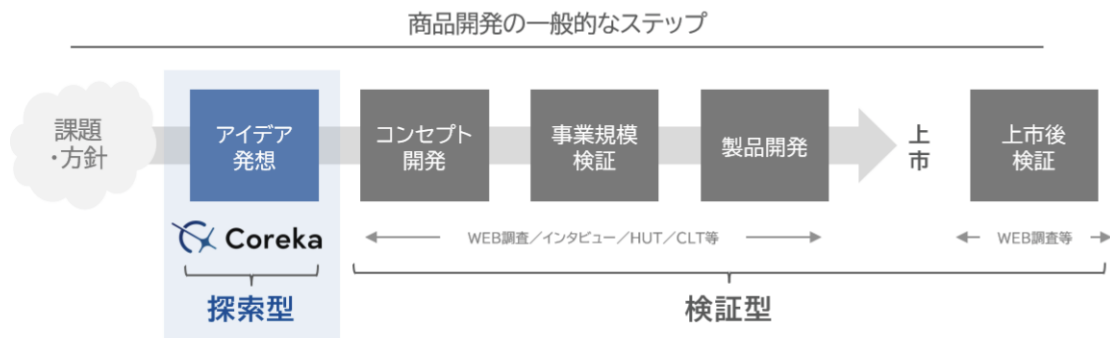


図 2：商品開発ステップにおける Coreka の役割

■ Coreka の特長

1. 180 カテゴリー、3,500 ブランドの市場・生活者データにアクセス可能

新たに市場調査を行うことなく、当社がこれまでに市場横断的に実施した市場・生活者データを利用して、多面的に生活者を見渡し、生活者が価値を感じる要素を見つけることができます。「ブランド」や「カテゴリー」といった軸にとどまらず、「素材・原料」、「ターゲット属性」、「訴求点」といったキーワード軸での探索も可能であるため、新しい気づきやアイデア着想の起点となる情報収集が可能です。

カテゴリー	第2カテゴリー	第3カテゴリー	ブランド
食品	調味料	醤油	醤油(カテゴリー全体)
飲料	乳製品	みそ	イチビキ / 醤油 本醸造しょうゆ
日用品	調理品・冷凍食品	酢	イチビキ / 醤油 無添加国産しょうゆ
化粧品	麺類・スープ	みりん・料理酒	キッコーマン食品 / 醤油 いつでも新鮮
ヘアケア	粉類	和風調味料	キッコーマン食品 / 醤油 こいくちしょうゆ
ファッション	パン・シリアル	中華調味料	キッコーマン食品 / 醤油 減塩しょうゆ
文化用品	加工肉類	ソース	キッコーマン食品 / 醤油 特選丸大豆しょうゆ

図 3：180 カテゴリー、3,500 のブランド関連データにアクセス可能

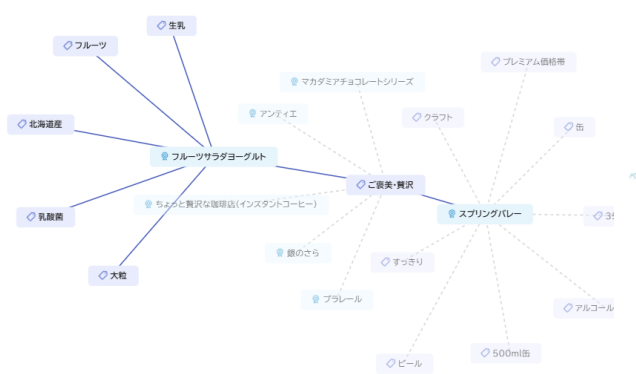


図 4：Coreka マップ
(キーワードを辿って新しいアイデアのヒントを発見)

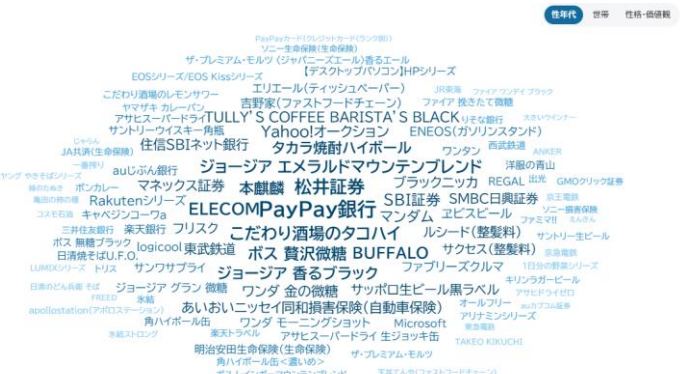


図 5：Coreka クラスタ
(利用者の属性分布が似ているブランドを発見)

2. 調査会社ならではの高品質な分析レポートが閲覧し放題。独自企画テーマで毎週更新

時流やトレンドを反映した当社独自の精緻な分析レポートを自由に閲覧できます。また、マーケティングメディアとのRSS連携により、最新のマーケティング・ニュースも把握でき、日常的な情報収集の場としてもご利用いただけます。



図 6：独自企画の調査分析レポート（一部抜粋）

3. 探索に特化した UI/UX で、定量/定性情報へ網羅的にアクセス可能

探索的な情報収集と検証に適した UI/UX によって、商品開発における仮説検証サイクルのスピードアップを支援します。また、AI によって消費者の生の声である自由記述回答を解析・要約して可視化することで、情報収集と分析の負荷を軽減します。

満足点の要約

満足点分析 ? ⓘ ... AI生成

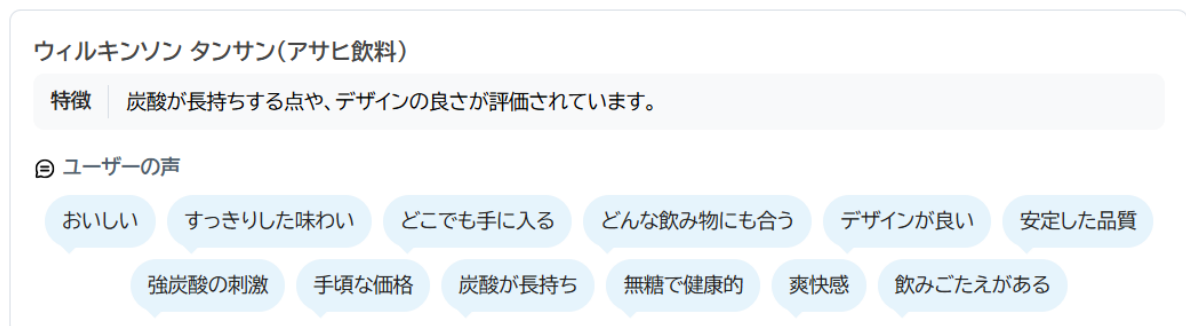


図 7：満足点に関する自由記述回答を AI で要約

■ ご料金プラン、サービスサイト

無料版： 無料公開分析レポートと 3500 ブランドの一部分析データが見放題

有料版： 3,500 ブランドの「購入金額」の時系列データを含む、全分析データが見放題、全分析レポートをダウンロードし放題。10 アカウント 月額 300,000 円～

Coreka サービスサイト URL

<https://www.macromill.com/service/platform/coreka/>

■ 展望

「アイデアの発想をもっと楽しく、アイデアの証明をもっと楽にする」をコンセプトとする Coreka は、マーケターが必要とする有効なデータを瞬時に取得できるソリューションです。今後も、商品開発アイデアの発想を支援する AI 機能開発や企画に役立つ生活者の分析データの更なる拡充を進めてまいります。

以上

(※1) マーケティング・リサーチ協会 (JMRA) の正会員社情報一覧に掲載の企業において初のサービス。自社調べ (2025 年 1 月 23 日時点)。

■ 株式会社マクロミルについて

マクロミルは、国内オンラインリサーチ業界のリーディングカンパニーです。市場シェア No.1[※]の豊富なリサーチ実績とノウハウ、90 以上の国と地域で 1.3 億人へのリサーチが可能なグローバルネットワーク、独自に構築した消費者パネルから得られる多種多様なデータを活用し、お客様のマーケティング課題の解決に向けて最適なソリューションを提供します。創業時から育んできたデータネイティブな発想で、お客様のビジネスに成功をもたらす Data Culture 構築の原動力となることを目指します。

※オンラインリサーチ市場シェア=当社単体及び(株)電通マクロミルサイト、QO 株式会社のオンラインリサーチに係る売上高(2023年6月期)÷一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA)によって推計された日本のMR業界市場規模・アドホック調査のうちインターネット調査分(2022年分)(出典:一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA)2023年6月27日付第48回経営業務実態調査)

【株式会社マクロミル 会社概要】

代表者 : 代表執行役社長 CEO 佐々木徹
本社 : 東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー 11F
設立 : 2000 年 1 月 31 日
事業内容 : マーケティングリサーチおよびデジタル・マーケティング・ソリューションの提供
売上高 : 43,861 百万円 (2024 年 6 月期)
URL : <https://www.macromill.com>

- 本件に関するお問い合わせ先 -

株式会社マクロミル 広報・ブランドマネジメント部 広報ユニット 度會、飯尾

TEL : 03-6716-0707 MAIL: press@macromill.com

URL: <https://www.macromill.com>