

NEWS RELEASE



報道関係者各位

2022年1月13日
株式会社ブレインパッド

ブレインパッド、スマホゲーム「モンスト」の顧客インサイト調査を「Brandwatch」で実施 — SNSの生の声からニーズを徹底調査、想像や期待を超えるゲーム開発をスピーディに実現 —

株式会社ブレインパッドは、株式会社ミクシィ（以下、ミクシィ）にマーケティングリサーチツール「Brandwatch（ブランドウォッチ）」を導入したことを発表いたします。

大人気スマートフォンゲーム「モンスターストライク（以下、モンスト）」を開発・運営するミクシィのモンスト事業本部は、新規の企画立案のためのSNS分析によるユーザーインサイト（*1）調査から、プロモーションの効果測定までを「Brandwatch」を用いてスピーディに実施しています。

ブレインパッドは、これまで数多くのお客様のSNSデータの分析を支援してきた実績・知見をもとに、「Brandwatch」導入時のサポートはもちろん、ユーザーインサイト調査に役立つダッシュボードの作成などを行い、「Brandwatch」の活用を通じてモンスト事業を支援しております。



■ヒットするゲーム開発の鍵は、企画段階でのユーザーインサイトの言語化とスピード感

ミクシィは、「ユーザーサプライズファースト」を企業理念に掲げるとおり、びっくり／楽しいを届けるためにユーザーが求めているものに答えることをゲーム開発の基本方針としています。

短期間で新規ゲームを発表していくには、企画の初期段階から「ターゲット」「ニーズ」「新規ゲームをリリースすることで得られる効果」などの要素をロジカルに組み立てていくことが求められます。そのためには、「仮説を持ってユーザーのニーズやインサイトをスピーディに調査できる」ことが重要であり、それが実現できるツールとして「Brandwatch」を採用いただきました。

■ゲームの企画段階の調査は、ほぼ「Brandwatch」のみで実施。正式リリース前後のプロモーションの効果測定でも「Brandwatch」が活躍

モンスト事業本部は、市場調査を行う際に、外部の調査会社への依頼と「Brandwatch」による自社内での調査を、状況に応じて使い分けて活用しています。

新規プロジェクトは、モンストを遊んだことのない人や、遊んだ経験はあるものの離脱してしまった人に再び遊んでもらえるように企画しているため、世の中の人が「何をして遊びたい」と考えているのかを把握することが重要です。納得のいく結果が得られるまで数か月を要することもある調査会社による調査に比べ、「Brandwatch」を活用すれば、ほぼリアルタイムでSNSの分析結果を得られるだけでなく、ゲーム業界特有の切り口を設定するなど自由度の高い調査を実施できるため、モンスト事業本部の企画立案段階の調査は、ほぼ「Brandwatch」を用いて行われるまでになっています。

そして、新規ゲームのリリース前後のプロモーションの効果測定においても、キャンペーンがうまくいった・いかなかったに留まらず、ユーザーニーズを満たしているか、ニーズとの乖離はどこなのかといった調査に「Brandwatch」が活用されており、モンスト事業の市場調査の精度向上と効率化に大きく貢献しています。

■株式会社ミクシィ モンスト事業本部 マーケティング部 檜田 拓也様からのコメント

ミクシィの企業理念である「ユーザーサプライズファースト」には、ユーザーの想像や期待を超える価値を提供したいという想いが込められており、スマホゲーム「モンスト」においても常にユーザーにびっくり／楽しいを届けることを念頭に置いています。

ユーザーの期待を超えるためには、ゲームの開発スピードの速さと企画の質の高さを両立させなければなりません。市場調査会社の調査に頼っているだけではスピード感が出せないため、自社内で調査をするために、「Brandwatch」のようなりサーチツールを導入する必要があると考えていました。

「Brandwatch」は、データ量を気にせず自由に調査を行えるだけでなく、UIも直観的で使いやすい点の評価しています。レポート作成などにおいては、ブレインパッドからの的確なアドバイスやサポートに助けられましたし、ブレインパッドに作成してもらったダッシュボードは今でもフル活用しています。

今後も「Brandwatch」を活用し、多くの人に楽しんでもらえるゲームを開発していきたいと考えています。引き続きブレインパッドの支援に期待しています。

今後もブレインパッドは、SNS データを活用したマーケットリサーチに強みを持つ「Brandwatch」の提供を通じて、お客様のビジネスを支援してまいります。

■株式会社ミクシィによる「Brandwatch」活用内容の詳細を、導入事例として公開しています。ぜひご覧ください。

URL : <https://www.brainpad.co.jp/products/brandwatch/case/mixi/>

- (*1) ユーザーインサイト（顧客インサイト）とは、顧客が商品やサービスを購入するに至った、本質的な購買欲求のこと。何気なく手に取って購入した場合もあるため、購入を決めた本音・本質を顧客自身が認識していないケースもあるため、なぜこの商品を購入したのかと質問しても、明確な回答を得られないケースがある。商品やサービスなどを企画・提供する企業やメーカーにとって、顧客インサイトは顧客の購買欲求を深く理解するために欠かせないものとされる。

■ご参考情報

●「Brandwatch (ブランドウォッチ)」について <https://www.brainpad.co.jp/products/brandwatch/>

「Brandwatch」は、世界のエンタープライズソーシャルアナリティクスのリーダーとして、ユニリーバ、ウォルマート、デルなど 2,000 以上のグローバル企業に活用され、データドリブンなビジネス上の意思決定を可能にしています。「Brandwatch」は、何百万件もの投稿から鋭い洞察を生み出し、ソーシャルメディアを通じたマーケティングキャンペーン、広告宣伝活動を最適化することが可能です。

「Brandwatch」は、英ブライトン、米ニューヨーク、サンフランシスコ、独ベルリン、シュトゥットガルト、仏パリ、シンガポール、豪シドニー（予定）を含む世界中にオフィスを構えています。2013 年には「PeerIndex」、2017 年には「BuzzSumo」の買収を行い、2018 年には「Crimson Hexagon」との合併を経て、世界でのプレゼンスをさらに強化しています

●株式会社ミクシィについて <https://mixi.co.jp/>

本社所在地：東京都渋谷区渋谷 2-24-12 渋谷スクランブルスクエア 36F

設立：1999 年 6 月 3 日

代表者：代表取締役社長 木村 弘毅

資本金：9,698 百万円（2021 年 3 月末）

従業員数：1,168 名（連結、正社員のみ、2021 年 3 月末現在）

事業内容：スポーツ、ライフスタイル、デジタルエンターテインメント

●株式会社ブレインパッドについて <https://www.brainpad.co.jp/>

（東京証券取引所 市場第一部：証券コード 3655）

本社所在地：東京都港区白金台 3-2-10 白金台ビル

設立：2004 年 3 月

代表者：代表取締役社長 草野 隆史

資本金：597 百万円（2021 年 9 月 30 日現在）

従業員数：437 名（連結、2021 年 9 月 30 日現在）

事業内容：企業の経営改善を支援するビッグデータ活用サービス、デジタルマーケティングサービス

■お問い合わせ先

●製品・サービスに関するお問い合わせ

株式会社ブレインパッド

TEL：03-6721-7002 e-mail：info@brainpad.co.jp

●本ニュースリリースに関するお問い合わせ

株式会社ブレインパッド

コーポレート本部 総務部 広報担当

TEL：03-6721-7701 e-mail：marcom@brainpad.co.jp

*本ニュースリリースに記載されている会社名・商品名は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

*本ニュースリリースに掲載されている情報は、発表日現在の情報です。

以上