

～データエクステンジコンソーシアムにて、キッコーマン等が複数のビッグデータを用いた分析を実施～
若者の醤油購買層のライフスタイルを分析
さらに、SNS 上で話題となっている“醤油×●●”の食トレンドも発見

データエクステンジコンソーシアムで結成された顧客トレンドチームは、複数データを組み合わせることで、よりきめ細やかな顧客トレンド分析を行う手法を作り上げるべく、醤油を利用する若者世代のライフスタイルについて調査しました。今後も各社では、企業間連携によるデータ活用を通じて、顧客の声を活かした商品企画、宣伝・販売コンテンツの開発などに取り組む予定です。

■調査結果イメージ



○調査結果解説

醤油を購入している若者を分析したところ、「SNS への投稿ネタづくり」や「食にこだわる自分を演出」するために、ちよい足し醤油、珍味レシピ、MY 醤油など「醤油のちょっとこだわった使い方」を楽しむ姿がみられました（＜醤油のちょっとこだわった使い方の事例＞参照）。

また、醤油に関心のある若者世代の生活シーンを分析したところ、【A.お酒や手料理が好き】【B.ふだんは質素だが、食べ歩き・外食は好き】【C.グルメ情報の収集・発信が好き】の3類型が見つかりました。

さらに、醤油を「買った」若者は、「買わない」若者と比べて、【①高級ミニアイスをよく買う】【②グルメ情報よりレシピサイト、旅行サイト、美容・健康サイトを閲覧し、ポイントを利用して節約している】【③Twitter や Instagram、ニコニコ動画より、Facebook や Youtube をよく活用する】といった傾向がみられます。

以上を踏まえて、顧客トレンドチームでは、「醤油」を買う若者は、**いつもは質素な食生活でも、外食・旅行や口コミ検索で目は肥えているため、本当は料理にも少しこだわりたい傾向にある**と帰結しました。

＜醤油のちょっとこだわった使い方の事例＞



醤油×みかん



醤油×ヨーグルト



MY 醤油

SNS 上では、「醤油×バニラアイス」など既によく知られた食べ合わせの他にも、様々な組み合わせが話題を集めています。「醤油×マンゴー」「醤油×柿」「醤油×ぶどう」など醤油とフルーツを組み合わせる例、「醤油×ヨーグルト」「醤油×りんごジュース」など既成品と組み合わせる例など、多くの事例が見つかりました。携帯用に MY 醤油を持ち歩くなど、醤油自体にこだわる人も現われています。

キッコーマンによると、「元々醤油中には300種類以上の香り成分が確認されており、その中には花や果物の香りの主成分も含まれています。その他、甘味を引き立てる効果もあります」とのこと。そのため顧客トレンドチームでは「醤油はフルーツやヨーグルトにかけても相性が良い。先進的な醤油の使い方をする人たちの間では、もはや“隠れた新定番”ではないか」と考えています。

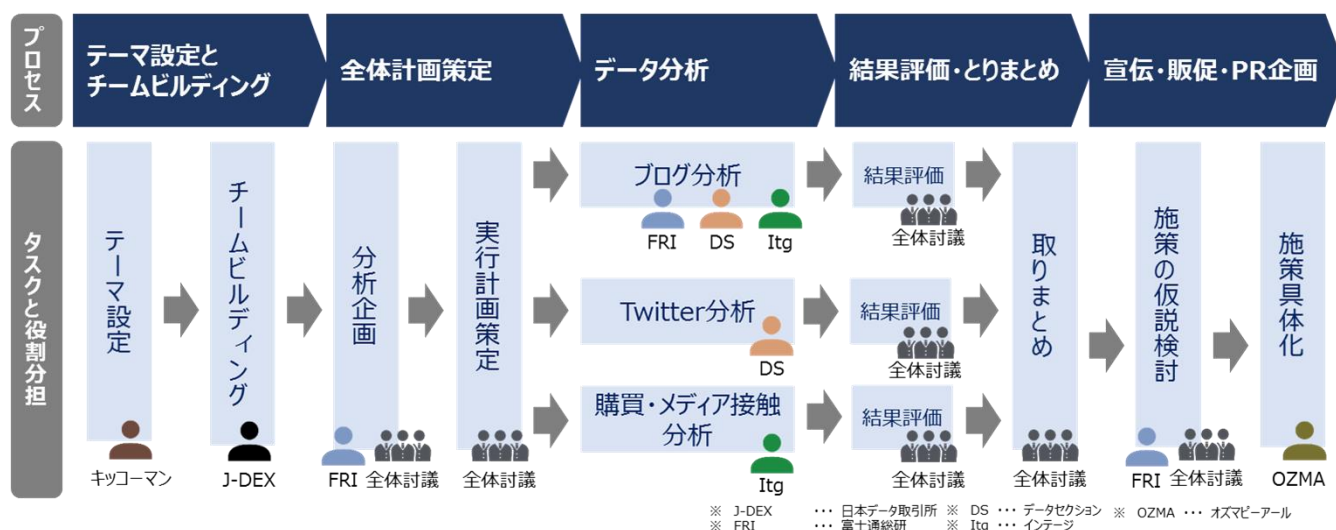
■調査概要

○調査目的

本調査は、醤油の新しい顧客層である若者世代の価値観やライフスタイルを分析し、商品の想起から接触ポイントまでを一貫して捉えることで、「若者世代に支持される商品企画、宣伝・販売コンテンツ」につなげる目的で行いました。また、調査の実施を通じて、複数データを組み合わせ、よりきめ細やかな顧客トレンド分析を行う手法を作り上げることも狙いとしました。

○調査スキーム

本調査は、調査事項の定義や仮説づくり、データの前処理、実データのチェック、結果の評価など、各工程をそれぞれ得意分野が異なる各社のチームプレイで進めました。また、アンケート調査、SNS データ、購買データ、Web メディア接触データを各社が持ち寄り、データ状態のチェックや前処理、特徴量の抽出をボタンパス形式で行ったことで、企業間のデータ流通をスピーディに進めることができました（詳細は次ページの各社プロフィールをご参照下さい）。結果として、誰もがよく知る商品でも、複数データを組み合わせることで、よりきめ細やかな顧客理解を行うための手法を作りあげることができました。



■今後の展望

今後も各社では、企業間連携によるデータ活用を通じて、顧客の声を活かした商品企画、宣伝・販売コンテンツの開発などに取り組む予定です。

■データエクスチェンジコンソーシアムについて

企業や組織を越えたデータ流通を促進するため、必要な知見の共有、環境整備、ガイドライン作りを行う団体です。参加企業が共同で、自社データを組み合わせた実証実験を行うほか、個人情報保護や人材育成、プラットフォームについての検討会も開催しています。

■顧客トレンドチームについて

顧客トレンドチームは、顧客の価値観やライフスタイルを分析し、商品の想起から接触ポイントまでを一貫して捉えることで、「顧客に支持される商品企画、宣伝・販売コンテンツ」につなげることを目的に結成しました。チームの参加企業は、キッコーマン株式会社、株式会社富士通総研、データセクション株式会社、株式会社インテージ、株式会社オズマピーアール、株式会社日本データ取引所の6社です。

＜本リリースに関するお問い合わせ先＞
 データエクスチェンジコンソーシアム事務局
 E-mail : info@data-xc.jp

■参加企業

○キックマン株式会社

本社所在地 : 千葉県野田市野田 250
代表者 : 代表取締役社長 CEO 堀切 功章
設立 : 1917 年 12 月
事業内容 : 持株会社としてのグループ戦略立案及び各事業会社の統括管理
食品の製造と販売/「食と健康」に関わる商品とサービスの提供
URL : <https://www.kikkoman.com/jp/>
本業務の役割 : キックマンは消費者本位を基本理念としておりますが、本活動においては、消費者本位を実践するため消費者理解の新手法検討として「複数のデータを活用し若年世代の価値観やライフスタイルを理解する」というテーマを提案いたしました。

○株式会社富士通総研

本社所在地 : 東京都港区海岸 1 丁目 16 番 1 号 ニューピア竹芝サウスタワー
代表者 : 代表取締役社長 本庄 滋明
設立 : 1986 年 6 月
事業内容 : コンサルティング・研究開発・経済研究
URL : <http://www.fujitsu.com/jp/group/fri/>
本業務の役割 : コンサルティング会社として、各種検討におけるファシリテーション・とりまとめ・情報提供を行い、調査の全体企画～詳細設計～実行を一気通貫でご支援しました。また、「生活者行動分析サービス Do-Cube」のサービスプロバイダとして、Blog ユーザーの属性・趣味興味データを提供するとともに、Blog データの解析を行いました。

※生活者行動分析サービス Do-Cube は、アマーバログユーザーの属性・趣味興味データを分析するツールです。本分科会では、アマーバログのユーザー24 万人について、過去 1 年間の投稿内容を解析し、デモグラフィック属性の推定や趣味・興味分野への関心度合いのスコアリングを行ったユーザーリストデータを提供しています。ユーザーリストは、Web のクロールと、専門サーバーを用いた記事解析によって生成しております。

○データセクション株式会社

本社所在地 : 東京都渋谷区渋谷 2-17-2 太陽生命渋谷ビル 7 階
代表者 : 代表取締役社長 CEO 澤 博史
設立 : 2000 年 7 月
事業内容 : 消費者マーケティング事業・風評リスク対策事業・画像解析事業・ソリューション開発事業・海外 SNS 分析事業
URL : <http://www.datasection.co.jp/>
本業務の役割 : データセクションは調査のための SNS データ (Twitter、Blog) の収集、ならびにそれらのデータの分析を行いました。

○株式会社インテージ

本社所在地 : 東京都千代田区神田練堀町 3 番地 インテージ秋葉原ビル
代表者 : 代表取締役社長 石塚 純晃
設立 : 2013 年 4 月 (持株会社制への移行に伴い、新設・事業を承継。創業 : 1960 年 3 月)
事業内容 : マーケティング支援 (消費財・サービス) 事業。独自に収集した各種データ・リサーチノウハウ・データ解析力などを基盤とした信頼の情報を提供し、お客様のマーケティング戦略立案や課題解決に導く。
URL : <http://www.intage.co.jp/>
本業務の役割 : マーケティングリサーチ会社として、弊社が独自に収集しております消費者購買データ (SCI データ) および消費者メディア接触データ (i-SSP データ) の提供と、消費者セグメント分類の一環として Blog データの形態素解析を行いました。

※SCI データは、調査対象者に携帯端末機を配布し、購入時に商品のバーコードをスキャン (読み取る) いただくことで、データ捕捉しております。
i-SSP データは、モニターにアプリケーションをインストールしていただくことで、利用ログを、リアルタイムに自動捕捉しております。

○株式会社オズマピーアール

本社所在地 : 東京都千代田区紀尾井町 3-23 文藝春秋新館
代表者 : 代表取締役社長 境 信幸
創業 : 1963 年 10 月
事業内容 : 国内、海外の企業、政府関係機関、公的団体などのクライアントに企画立案から実施まで、総合的な広報 (パブリックリレーションズ) サービスを提供。
URL : <https://ozma.co.jp/>
本業務の役割 : PR 会社の知見を用い、コミュニケーション発想によるデータの取得・データ分析の戦略設計の示唆、及び分析したデータを用いた具体的なコミュニケーション施策の提案と実施を行いました。

○株式会社日本データ取引所

本社所在地 : 東京都渋谷区恵比寿西 2-19-9

代表者 : 代表取締役社長 森田 直一

設立 : 2016 年 2 月

事業内容 : データ取引市場の提供、企業のデータ活用に関するコンサルティング事業、各種ガイドライン策定、ビッグデータ並びに AI に関する研究。

URL : <http://www.j-dex.co.jp/>

本業務の役割 : データエクスチェンジコンソーシアム事務局として、研究会の組成、会議体編成、利用したデータの収集・管理、議事とりまとめ、進行管理、法務文書の統括、発表資料の編集・整理などのデータスチュワード機能を担当しました。

○データエクスチェンジコンソーシアム有限責任事業組合

本社所在地 : 東京都渋谷区恵比寿西 1 - 3 2 - 1 6 COMBOXビル4F (株式会社デジタルインテリジェンス内)

職務執行者 : 横山 隆治 (株式会社デジタルインテリジェンス 代表取締役)
林 健人 (データセクション株式会社 COO)

設立 : 2014 年 3 月

事業内容 : データエクスチェンジコンソーシアムの企画・運営

URL : <http://www.data-xc.jp/>