

# USER INNOVATION DISCOVERY

ソーシャルデータの中からユーザーハックアイデアを発掘し、  
消費者のアンメットニーズを捉えるソーシャルリスニング探索調査

IPSOS - SOCIAL INTELLIGENCE ANALYTICS

21 February, 2022



synthesio  
AN IPSOS COMPANY



# User Innovation Discovery

## こんなお悩みありませんか？



### アイデアが 思いつかない

- ✓ 製品開発アイデアが既存製品の焼き直しや微細な改良にとどまってしまう



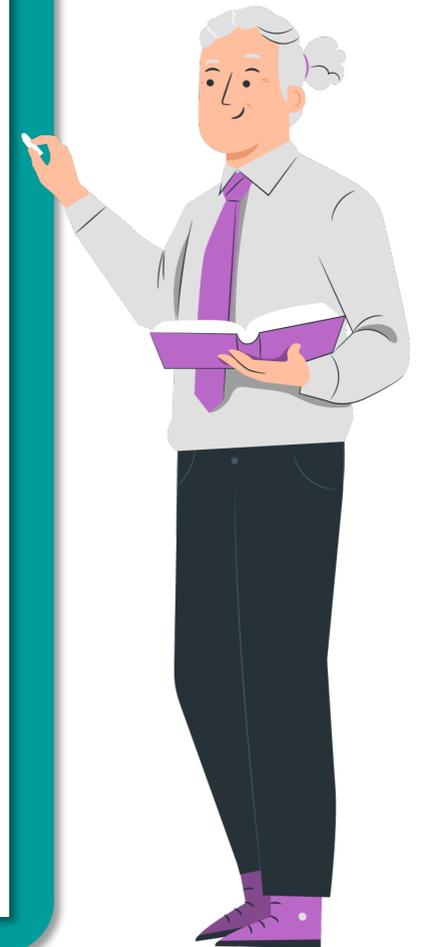
### トレンドをいち早く 察知したい

- ✓ 目まぐるしく変化する世の中のトレンドを把握・理解して、素早くコミュニケーションに活かしたい



### 競合より先にトレンド の芽を見つけたい

- ✓ 競合が察知するよりも早く消費者トレンドを把握し、製品開発・コミュニケーションに活かして先行者利益を得たい



# “イノベーションに失敗はつきもの”とは言うが、その間に新興の競合の脅威が増していく

## 90%は失敗



ビジネスを持続的に成長させるためにはイノベーションの成功が不可欠だが、約90%のイノベーションは失敗に終わっている

## イノベーション？



多くの企業が“真に画期的なイノベーション”を目指してはいるものの、実際にはほとんどのイノベーションは既存製品や過去の成功の小改良にとどまってしまっている

## 新興の台頭



一方で新興のチャレンジャーブランドが次々に誕生し、消費者のアンメットニーズやペインポイントを解決する新しいコンセプトや製品でカテゴリーリーダーに挑戦し続けている



成功するイノベーションの共通点  
「消費者基点の発想」

## User Innovation Discovery

# イノベーションの成功の秘訣は、消費者発信のトレンドを捉えること 特に“ユーザーハック”はアンメットニーズの宝庫



### ■イノベーション成功のカギ

- ✓ メーカー起点ではなく、「リードユーザー」のアイデアを起点に製品開発をしたイノベーションが成功してきた、との研究があります。（成功例：使い捨ておむつ、バグレス掃除機、ストリーミングサービスなど）



### ■「リードユーザー」とはだれか？

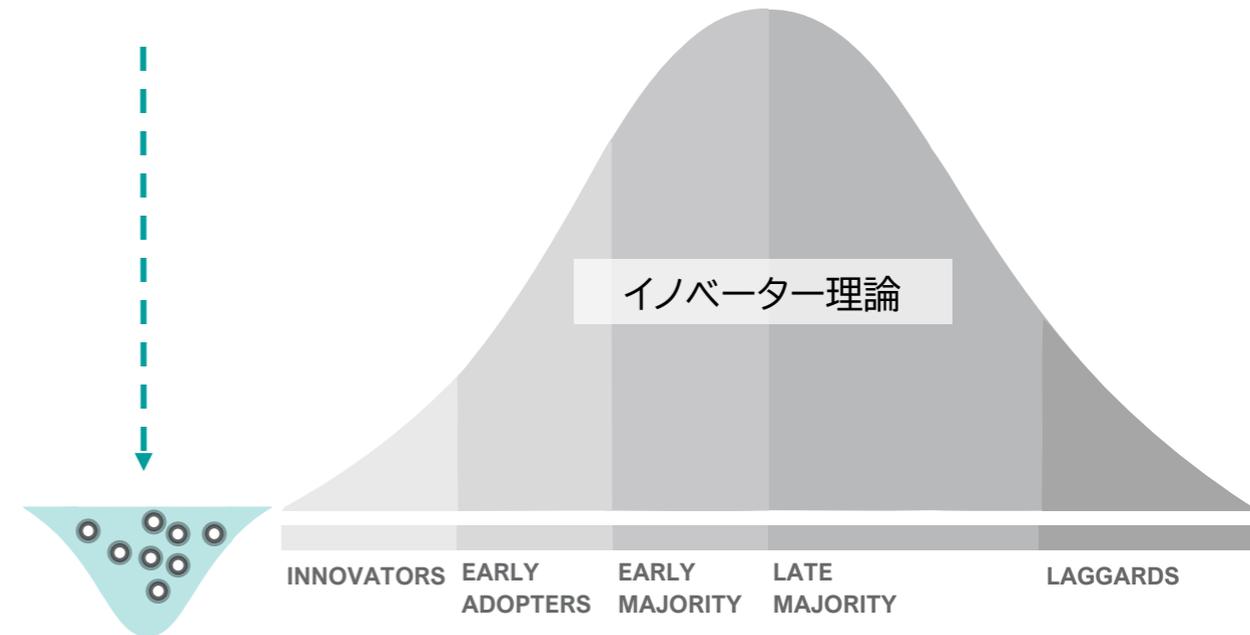
- ✓ 既存の製品では満たせないニーズを独自の工夫やアイデアで補うことで満たしている、満たそうとしている消費者
- ✓ イノベーター理論が始まるよりも前に存在するような存在している方々です。



### ■リードユーザーアイデアの見つけ方

- ✓ 彼らのアイデアは「ユーザーハック」という形で具現化され、SNSに投稿されています。
- ✓ SNSで、イノベティブなアイデアが詰まっている「ユーザーハック」を捉えることで、製品・コミュニケーション開発のヒントを得ることができます。

製品が登場する前のリードユーザーのアイデアに、イノベーションの種が詰まっている



# 一言で“ユーザーハック”といっても様々なパターンが存在します

## ユーザーハックのタイプ



1

### 使用するシーンの工夫

製品の使用方法は正しいけれども、使用するシーンや場面が異なるアイデア



2

### 使用方法の工夫

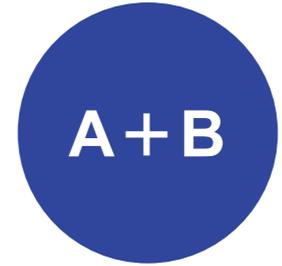
製品の使用方法が正しいけれども、使用時間が長い・分量が多い等の工夫がされているアイデア



3

### 全く新しい使い方

本来想定している使用方法と異なる新規の製品活用アイデア



4

### 他のものと混ぜる

製品を他のものと組み合わせて(混ぜて)使用するアイデア

## User Innovation Discovery

**USER INNOVATION DISCOVERY**は大量のソーシャルデータからユーザーハックを見つけ、消費者の潜在的なニーズを捉える手法です

消費者の自発的な発信が大量に集まるソーシャルデータの中には、まだ市場の中で大きくなっていないリードユーザーの“ハックアイデア”が隠されています

イプソスのUser Innovation Discoveryはそのような“ユーザーハックアイデア”をソーシャルデータの中から発掘し、そこからアンメットニーズを捉える画期的なソリューションです

※データマイニングの探索的なソリューションであるため、カテゴリーやブランドによっては既知の情報しか出ない可能性もあることをご了承ください

# User Innovation Discovery

## 調査の流れ

### 1 探索するテーマの決定

ユーザーハックの分析対象とする製品カテゴリーや生活行動・シーンを決定します。



### 2 データ収集

N=1レベルのアイデアも収集するために、**全量データ収集が可能**な弊社のソーシャルリスニングツール”Synthesio”を使用いたします。できる限り多くのアイデアを収集すべく、**様々な行動・シーンを特定する検索ワード**を作成し、複数の方向からデータにアプローチします。



### 3 中間ミーティング

ステップ3で作成したリストをクライアント様に共有いたします。またレポーティングにあたり**どのアイデアを深堀するか、どのようなアウトプットが良いか**ご相談させていただく機会を設定いたします。



### 4 アイデアのリストアップ/分類

収集されたデータから**ユーザーハックやカスタマイズアイデア**と思われるものをピックアップし、**定性的にアイデアの分類**を行います。



### 5 レポートの作成

ステップ4でご相談した内容をもとに、レポートを作成いたします。レポートには各アイデアの詳細だけでなく、**アイデア全体を俯瞰したときにどのような共通したニーズを特定し、そこからクライアント様のビジネスに向けたご提案**もいたします。



## User Innovation Discovery

# 大量のデータの中から効率的かつ網羅的にユーザーハックを取り出すために、5つのシーンからデータにアプローチします

イプソスでは基本的に以下の5つのシーンを対象として検索ワードを設定し、データを収集します。(※対象カテゴリによって具体的なワードは異なります。) これらのシーンにはユーザーハックやイノベティブな製品利用の事例が多く含まれている可能性があります。



### トライ・チャレンジ

- 消費者が現状満たされていないニーズを解決するために試行錯誤しているシーン。
- 製品の新たな応用可能性や既存製品では解決されていないアンメットニーズを把握できる。



### ミックス・組み合わせ

- 異なる製品を組み合わせで使用しているシーン。
- 組み合わせることでアンメットニーズを解消したり、製品価値をより高められるなどの「相乗効果」を把握できる。



### 使用時の工夫

- 「本当はこう使うんだけど、私は〇〇してる」など消費者ならではの工夫を共有しているシーン。
- イノベーター的な製品利用をしているユーザーを特定できる。



### 想定外

- 製品の既存用途や使用目的とは全く別の使われ方をしているシーン。
- 消費者が独自に見出している製品価値を発見することができる。



### 失敗

- 消費者の望み通りになっていないシーン。
- 現状の製品への不満や、既存製品では解決されていないアンメットニーズの特定につなげられる。

## User Innovation Discovery

# “ユーザーハック”というファクトから、ニーズを捉え、 ビジネスにとって意味のあるインサイトへと昇華させます

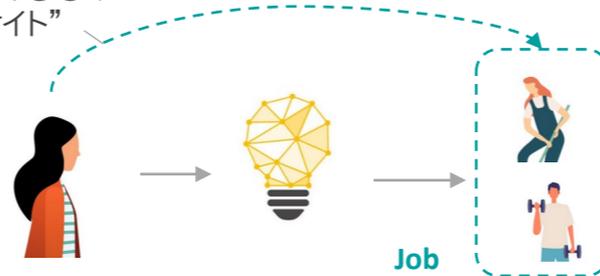
イプソスではニーズの把握に「ジョブ分析」が有効だと考えています。カテゴリや製品にとらわれず、行動の背景にある「ジョブ」を分析することで、消費者目線でニーズを捉え、本質的なインサイトへと導きます

ユーザーハックだけでは限定的に  
しか消費者を理解できない



消費者の”ジョブ”を基点に分析すること  
で、ユーザーハックの本質に迫る

本当に求めるもの  
= “インサイト”

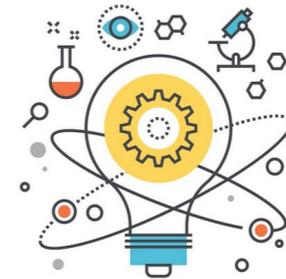


ユーザーハックから得る便益は何のためなのか(消費者のどのようなジョブをかたづけるものなのか)まで掘り下げることで、消費者がユーザーハックに求める本質的なニーズを特定できます。

ジョブの例

- ユーザーハックをすることでなりたい姿
- ユーザーハックを通して解消したい不満
- ユーザーハックをすることで片付けたい用事

消費者インサイトの核心をついた  
イノベーションを実現



- 消費者がどのような工夫・ハックを行っているか、**それ自体は単なるファクト**です。
- ファクトに過ぎないユーザーハックの事例をそのままビジネスに活かすことは**困難**です。消費者がユーザーハックを行っている製品領域での応用に限定されまったり、あまりにもブランドイメージ・製品価値からかけ離れてしまう場合が想定されるからです。

- 消費者が行うユーザーハックはジョブを解消するための手段に過ぎません。
- よってユーザーハックで用いている**製品そのもの**についてだけでなく**消費者のジョブそのものを理解**することで、製品領域にとらわれずに**消費者インサイトの核心をついたイノベーション**が可能です。

# User Innovation Discovery

## 費用・スケジュール・アウトプットイメージ

### Key Questions

- 製品カテゴリー、もしくは自社ブランドや製品に関する消費者発言の中にはどのようなユーザーハックが存在するか？
- なぜ消費者はそのような工夫を行っているのか？ニーズ・アンメットニーズは何か？
- 今後の製品開発において注力すべきポイントは何か？
- 既存製品の価値を高めるためにはどのようなコミュニケーションを展開すべきか？

### Output Image



≈30  
PPT形式のレポート



8~  
週間



250~  
万円

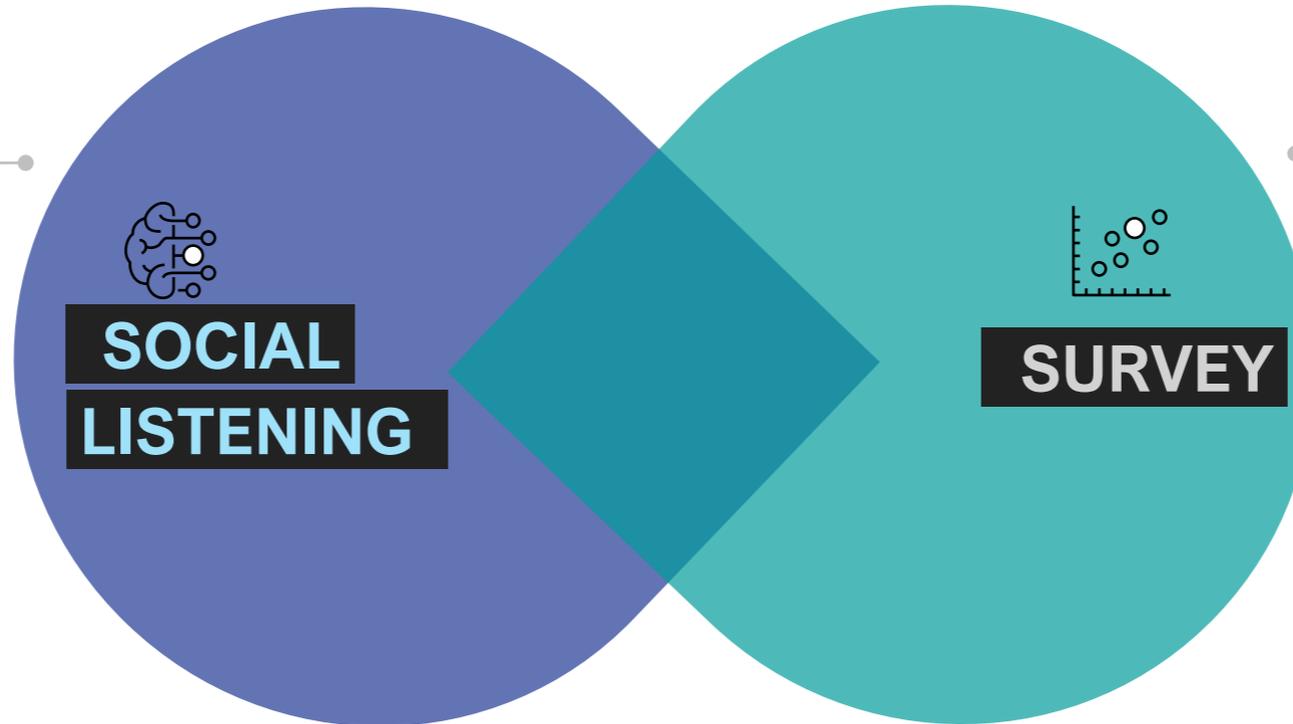
## Quick Survey

# USER INNOVATION DISCOVERYから導き出した潜在的ニーズを サーベイでクイックに評価することもできます

## 探索的に

消費者ニーズを発見

- ✓ 消費者の自発的発信をベースとした「リアルな」消費者理解
- ✓ 従来型の調査では捉えづらい消費者インサイトやトレンドの芽の抽出



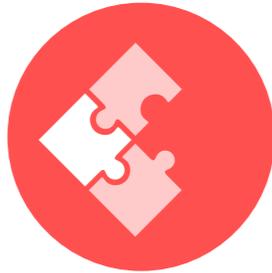
## 定量的な

ビジネスポテンシャル把握

- ✓ RED指標により「ニーズの規模感・重要度」「支払意思」「差別性」を明らかにします
- ✓ 属性別に分析することでターゲットの明確化も可能です

## Quick Survey

# イプソス独自の「RED指標」によって、 ビジネスポテンシャルが高そうなニーズを相対的に判断します



## R

**elevance (ニーズの規模・重要度)**

提示される課題・ニーズに対して、  
どれほどの消費者(規模)がどの程度(重要度)共感できるか



## E

**xpensiveness (支払意思\*)**

お金を払ってでもどの程度解決したいと思っているニーズか



## D

**ifferentiation (差別性)**

そのニーズを満たす競合製品が市場にあるか(ユニークさ)

\*本来の支払意思は製品コンセプトを提示したうえで支払意思額(WTP)を聴取するのが望ましいですが、本オプションではニーズの相対的なポテンシャルを測るため、金額の聴取は行いません

# THANK YOU

© 2020 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential, Trade Secret and Proprietary Information.

The contents of this document constitute the sole and exclusive property of Ipsos Japan ("Ipsos") and/or the addressee and may not be used in any manner without the prior written consent of Ipsos. Ipsos retains all rights, title and interest in or to any of Ipsos' trademarks, technologies, norms, models, tools, proprietary methodologies and analyses, including, without limitation, algorithms, techniques, databases, computer programs and software, used, created or developed by Ipsos in connection with Ipsos' preparation of this document. No license under any copyright is hereby granted or implied.

The contents of this document are confidential, proprietary and are strictly for the review and consideration of the addressee and its officers, directors and employees. No other use is permitted, and subject to a separate written agreement between Ipsos and the addressee, the contents of this document (in whole or part) may not be disclosed to any third party, in any manner whatsoever, without the prior written consent of Ipsos.



synthesio  
AN IPSOS COMPANY

