定量調査とSNSデータのベストミックスに関するPOV

Social Listening by Ipsos

Social Intelligence Analytics

24 November, 2022

synthesio
AN IPSOS COMPANY

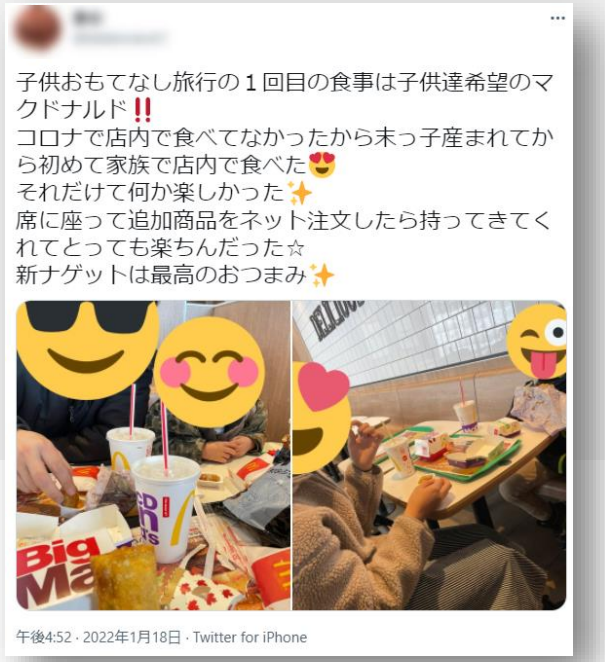
Ipsos

© 2020 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos

ソーシャルリスニングによる分析結果の深化と拡張

自発的なSNS投稿には、生活文脈に根差したリアリティがあります。
これらを定量調査と組み合わせることで、リサーチの新たな可能性が広がります。

子供おもてなし旅行の１回目の食事は**子供達希望**のマクドナルド!!
コロナで店内で食べてなかったから未っ子産まれてから初めて家族で店内で食べた😍
それだけて何か楽しかった✨
席に座って追加商品を**ネット注文したら持ってきてくれてとっても楽ちん**だった☆
新ナゲットは最高のおつまみ✨

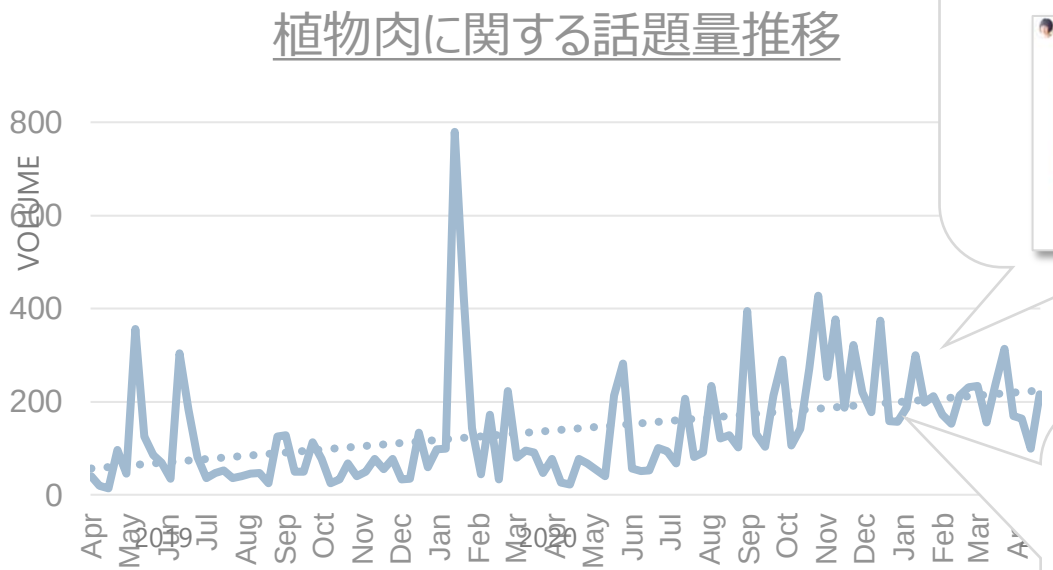


ソーシャルリスニングによる分析結果の深化と拡張

SNS内での自発的な発言・会話は、消費者意識の写し鏡です

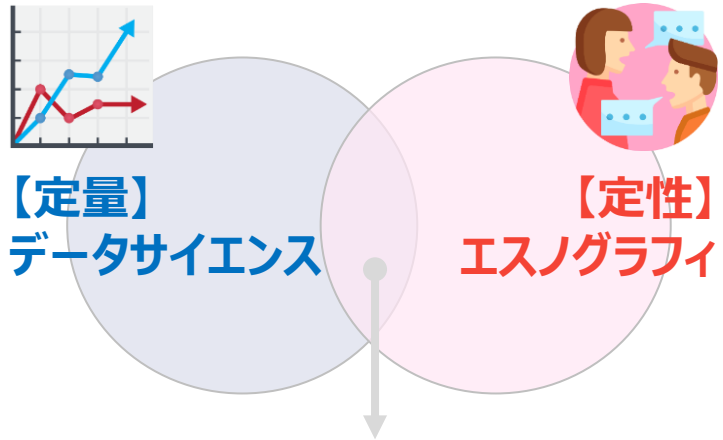
データサイエンスとエスノグラフィを融合させることでインサイトを見つけます

消費者からの「自発的な」発言・会話を抽出することで、植物肉関する人々の関心度の変化や、植物肉への認知、態度、心理、行動を捉えることができます。



データの1つ1つを生み出している投稿には、人々の心理や行動が描かれています。

データの1つ1つを生み出している投稿には、人々の心理や行動が描かれています。



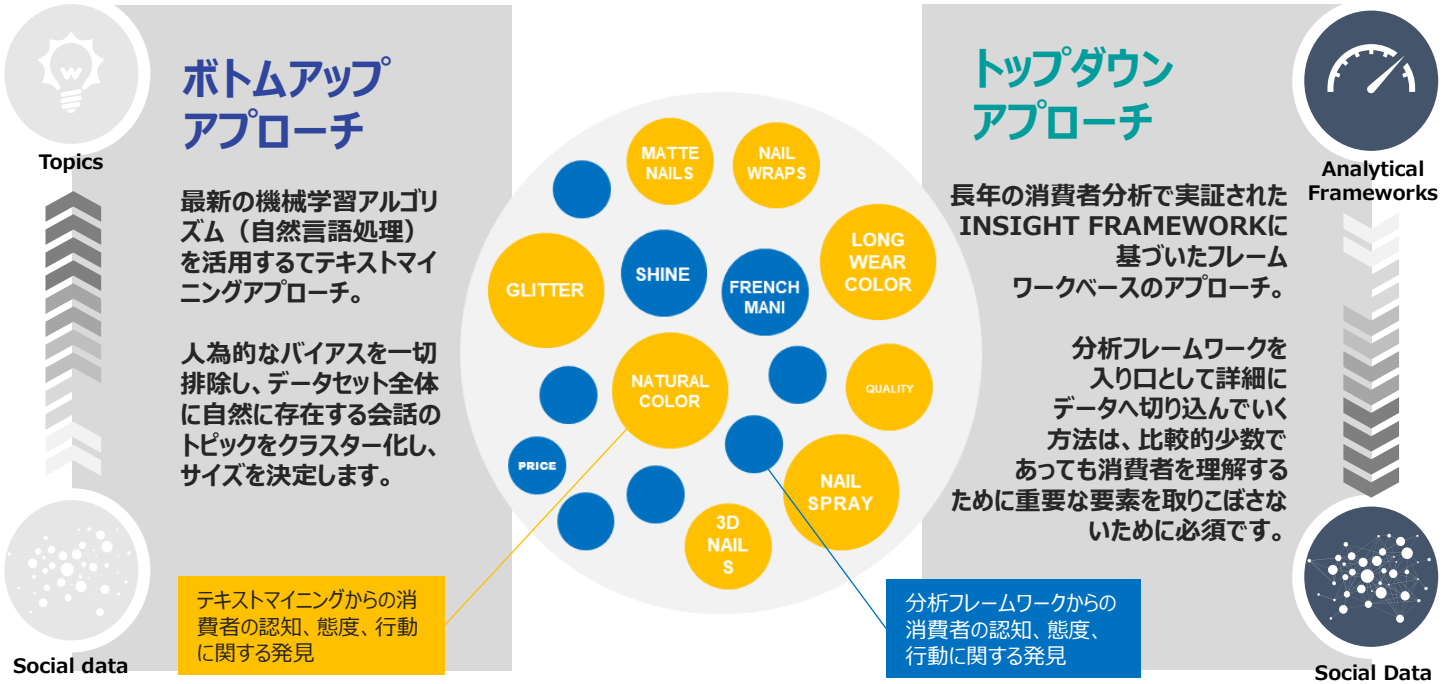
「大量データを正しく扱う」「定量的な傾向・変化を理解」するための**データサイエンス**と、データの裏にある「人々の心理と行動」を個別の投稿から読み取る**エスノグラフィ**がソーシャルリスニングで重要なことです。

ソーシャルリスニングによる分析結果の深化と拡張

Ipsosのデジタルエスノグラフィー手法

インサイト理解のために「意味のある投稿」を見つけ出し、SNS上の日常会話からインサイトを洞察する技術体系があります

膨大なビッグデータ（SNSデータ）から、本当に注目するべき発言にたどり着くIpsos独自のアプローチ



エスノグラフィ・定性調査のテクニックを応用した分析フレームワーク

ニーズ構造

- 消費者の持つニーズ構造のレイヤー構造

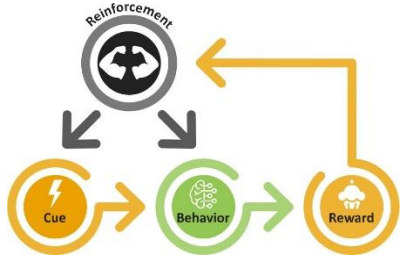
センシディアム

- 消費行動へのモチベーションの類型化

カルチャーツリー

- 人々がある行動・習慣を受容する際の必須要素

ハビットホイール



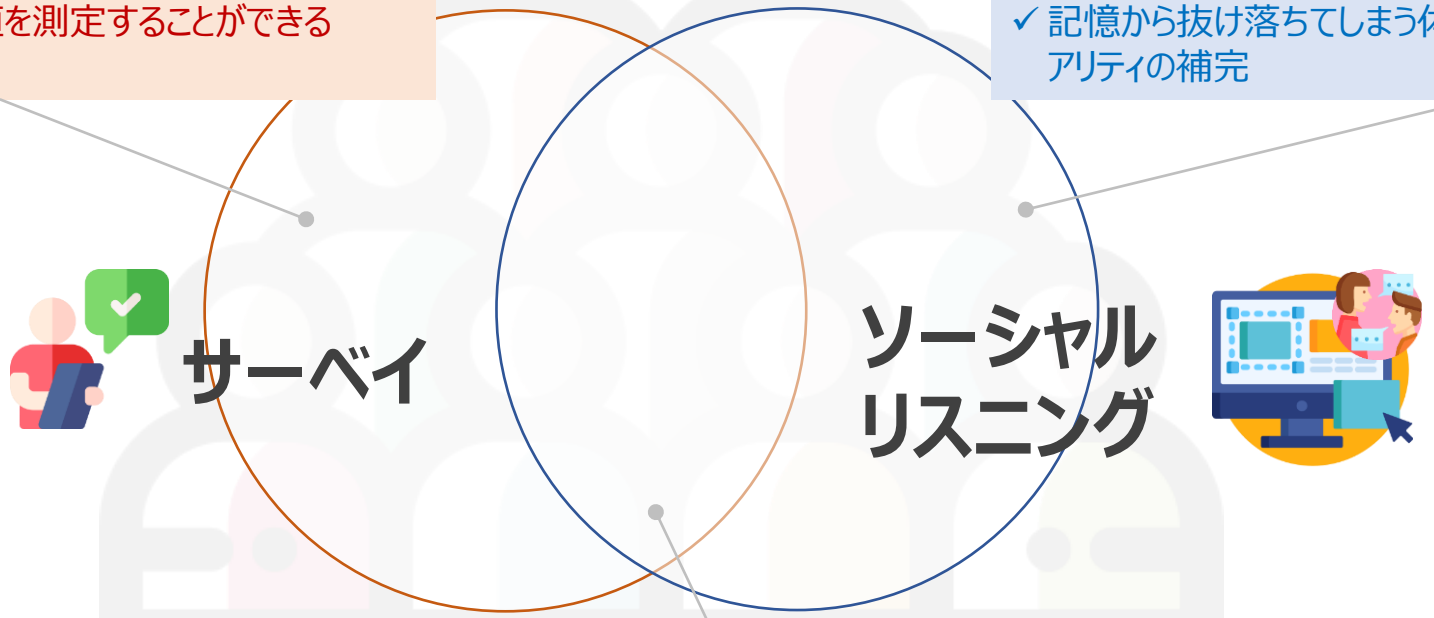
- 人々がある行動を習慣化するときの行動原則とその構造

ソーシャルリスニングによる分析結果の深化と拡張

サーベイにソーシャルリスニングを重ね合わせることで、さらに深く・より広い視点での分析結果を得ることができます

【サーベイだから実現可能な特長】
- ✓ 調査の根幹部分
- ✓ 市場代表性のある絶対値を測定することができる
- ✓ 定量的で高度な解析

【ソーシャルリスニングのユニークな特長】
- ✓ パネルバイアス、調査バイアスの外側にあるリアルを見れる
- ✓ 記憶から抜け落ちてしまう体験、記憶の塗り替えを受けないリアリティの補完



【ソーシャルリスニングでサーベイを強化】
- ✓ 定量での聴取内容のコンテキストの深堀
- ✓ 数字の裏にある消費シーン、オケージョン、心理、行動、ニュアンスを肉付けすることによる解像度アップ

ソーシャルリスニングによる分析結果の深化と拡張

ソーシャルリスニングがサーベイの価値を拡大できる３つの分析

- **①高解像度化分析**
  - ハイレゾ分析

この結果を
どう解釈すればいいのかな？
に答える

- **②想定外理由分析**
  - バックサイト分析

どうして
こんな数字になったんだろう？
に答える

- **③視点拡張分析**
  - ミッシング分析

これで全部
カバーできている？
に答える

ソーシャルリスニングによる分析結果の深化と拡張

高解像度化分析

【どんな問いに答えるものか】

- この結果をどう解釈すればいいのかな？に答える

【サーベイへの効果】

- 定量の結果に対して、定性的な肉付けを行う
- 数字が意味することをより高い解像度で理解し、インプリケーションやレコメンデーションを深く、具体的な内容に拡充することができる

【分析イメージ】

① 定量結果から重要な指標を特定

② 当該指標と同じ意味をもつSNS投稿を定性的に深堀り分析（シーン、オケージョン、行動、心理など）

③ 定量結果と複合してインプリを深める

定量調査の結果、Aのブランド力強化のためには、「本格感」が重要な要素であることが確認された。

定量サーベイとソーシャルリスニングを組み合わせる流れ

「本格感」を感じている投稿をソーシャルリスニングで定性的に分析

ふむふむ、「本格感」といってもこういう種類の本格感ね。
こんなシーンでこんな形で本格感を感じているので、こんな要素が大事になるんだな。

レコメン

Aのブランド力向上のためには「本格感」が重要です。
消費者はAの本格感を〇〇な場面で、△△な点から感じている様子が見られるので、今後のコミュニケーションでは、〇〇なオケージョン訴求で△△を前面に出したメッセージが重要になっていくと考えられます。

定量サーベイのみでの流れ

レコメン

Aのブランド力向上のために「本格感」をさらに強化・訴求していきましょう！

ソーシャルリスニングによる分析結果の深化と拡張

想定外理由分析

【どんな問いに答えるものか】

- どうしてこんな数字になったんだろう？に答える

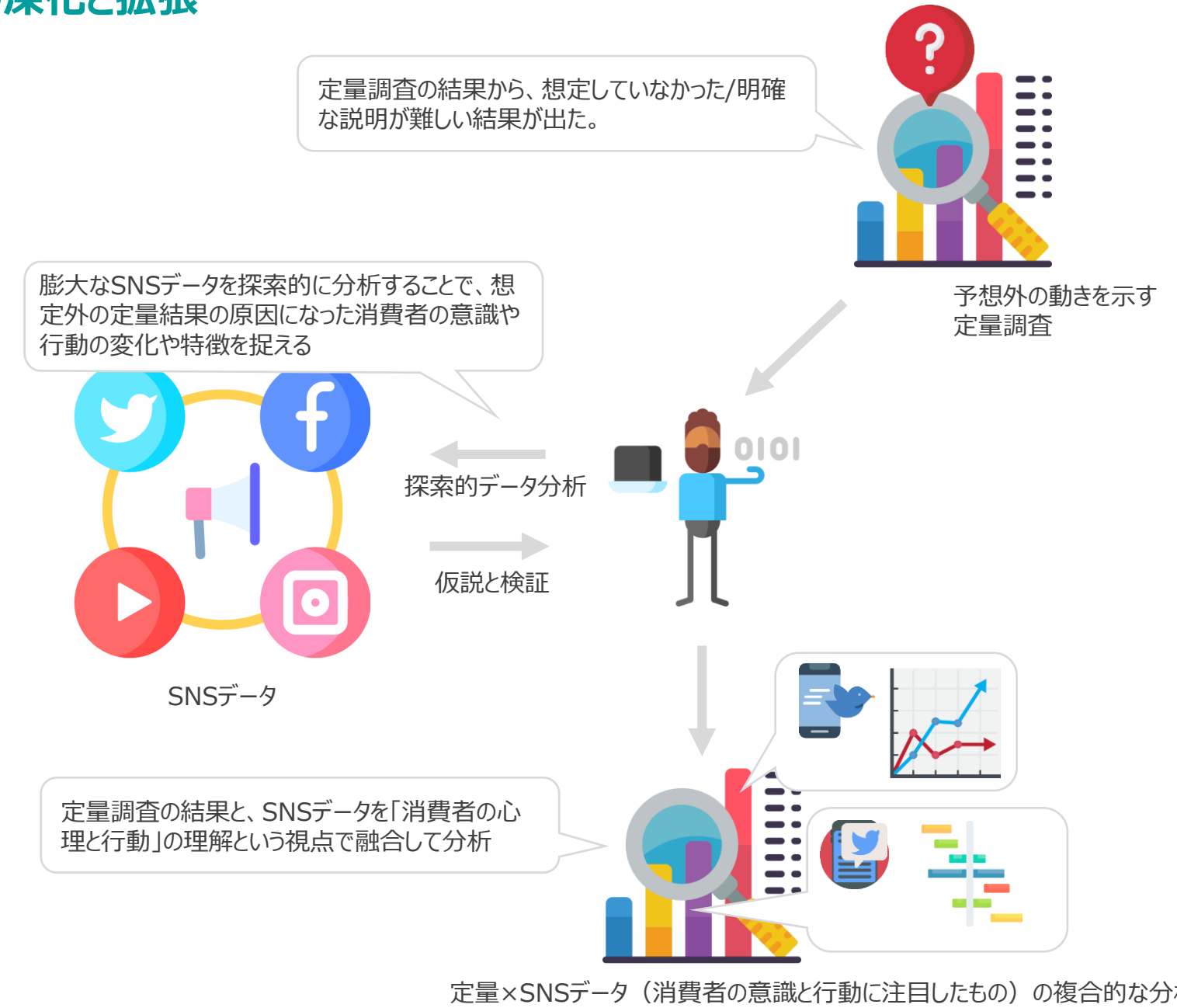
【サーベイへの効果】

- 定量調査で想定外の変化、傾向、特徴が発覚したが、聴取した他項目からは納得感のある説明が出来ない場合
- SNSデータから上記の説明変数を特定し、想定外の動きの理由を明確化する

【分析イメージ】

① SNSデータから探索的に様々な変数を生成し、想定外の動きと因果関係が推論できるものを特定

② 定量の結果とSNSデータ分析を組み合わせることで、想定外の動きの裏で何がおきていたのかを分析



視点拡張分析

【どんな問いに答えるものか】

- これで全部カバーできている？に答える

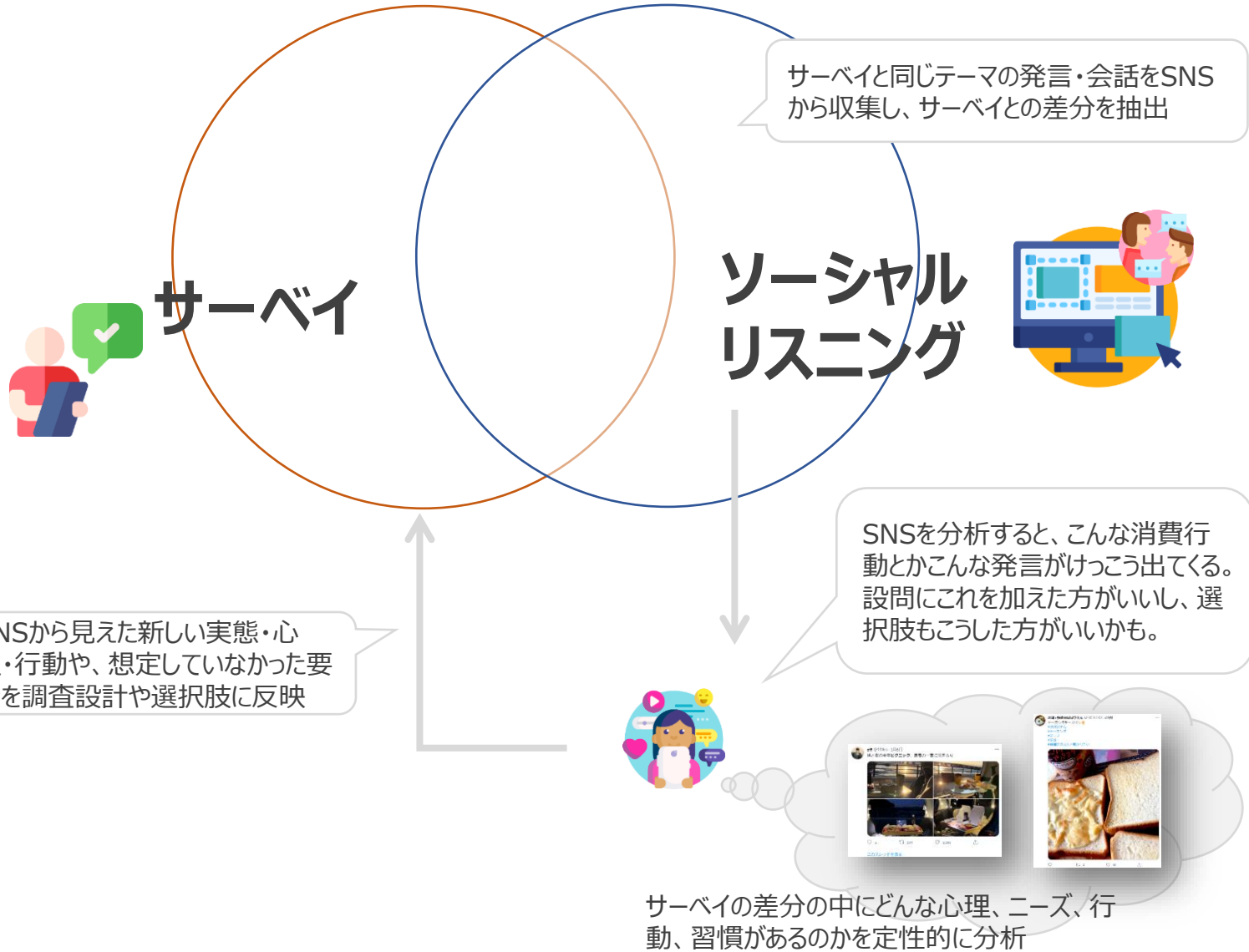
【サーベイへの効果】

- 市場の変化が激しい今、今まで使っていた設問内容、聴取項目で市場の実態を正確にカバーしているのか確証が持てない
- SNSから見える膨大な消費者のエピドートを調査票に反映し、より網羅的な視点で調査票設計が可能になる。

【分析イメージ】

① 定量調査設計と同じテーマで、SNSから広範囲の投稿・会話・写真を収集

② 既存の調査票内容とSNSから見える生活実態の「差分」に注目し、調査票で捉えられていない消費実態、消費者意識・行動を分析する



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 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

Ipsos