

How to Spot Unexpected Competitors & Brand Growth Opportunities

イプソス シンセシオ ウェビナーシリーズ

28th February, 2023



イプソスのウェビナーへようこそ

本日のスピーカー

02/24



Aurore Legentil

マーケティングマネージャー
イプソス シンセシオ



Sandro Kaulartz

チーフイノベーション &
プロダクト デベロップメントオフィサー
イプソス シンセシオ

- Social Intelligence Labによる
Social Intelligence Insider 50
に選出されました。
<https://thesilab.com/social-intelligence-insider-50-results-2022/>



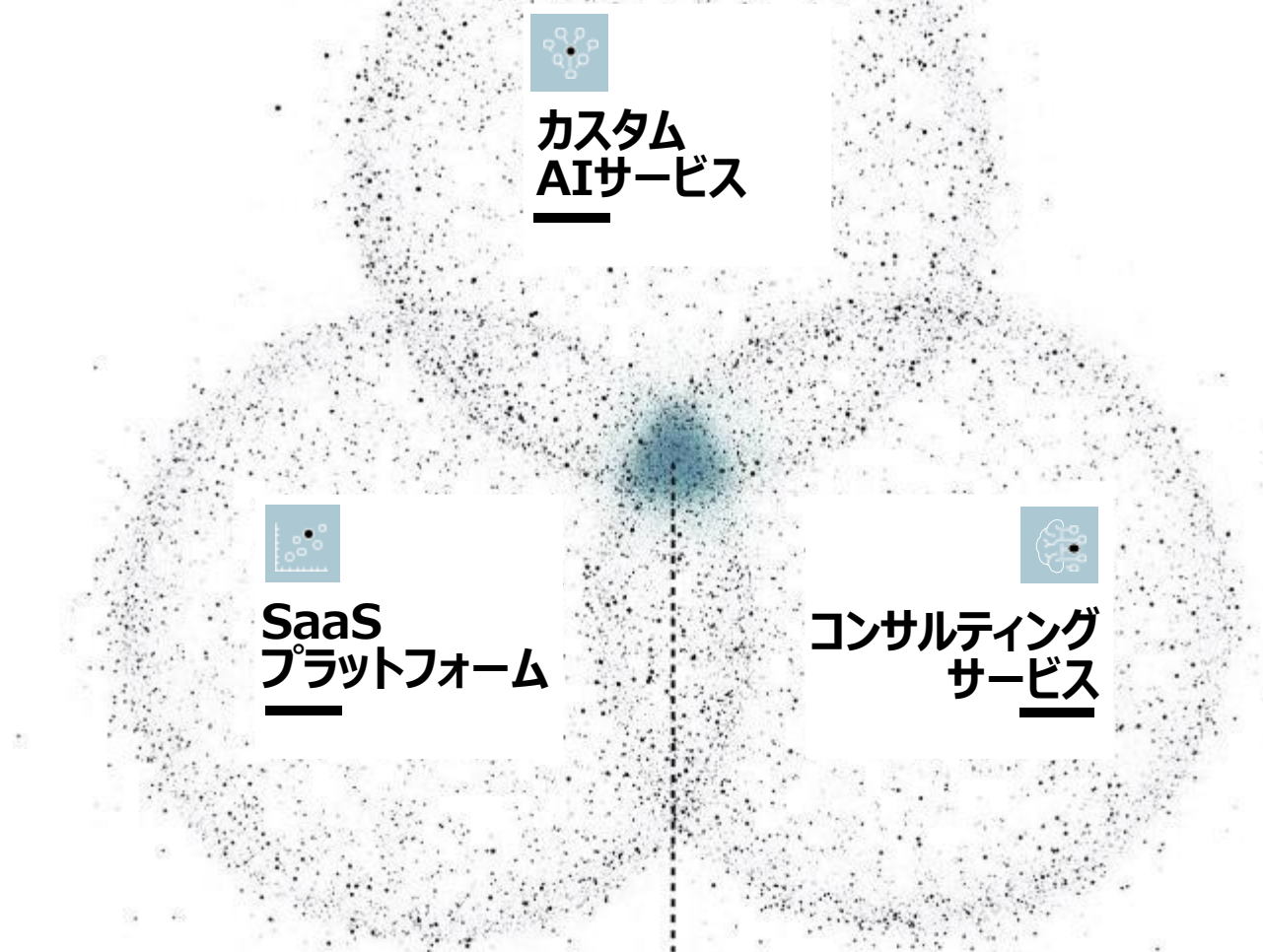
Andrew Bonnici

グローバルソリューション
コンサルティング部門責任者
イプソス シンセシオ

Who we are.

イプソス シンセシオの紹介

03/24



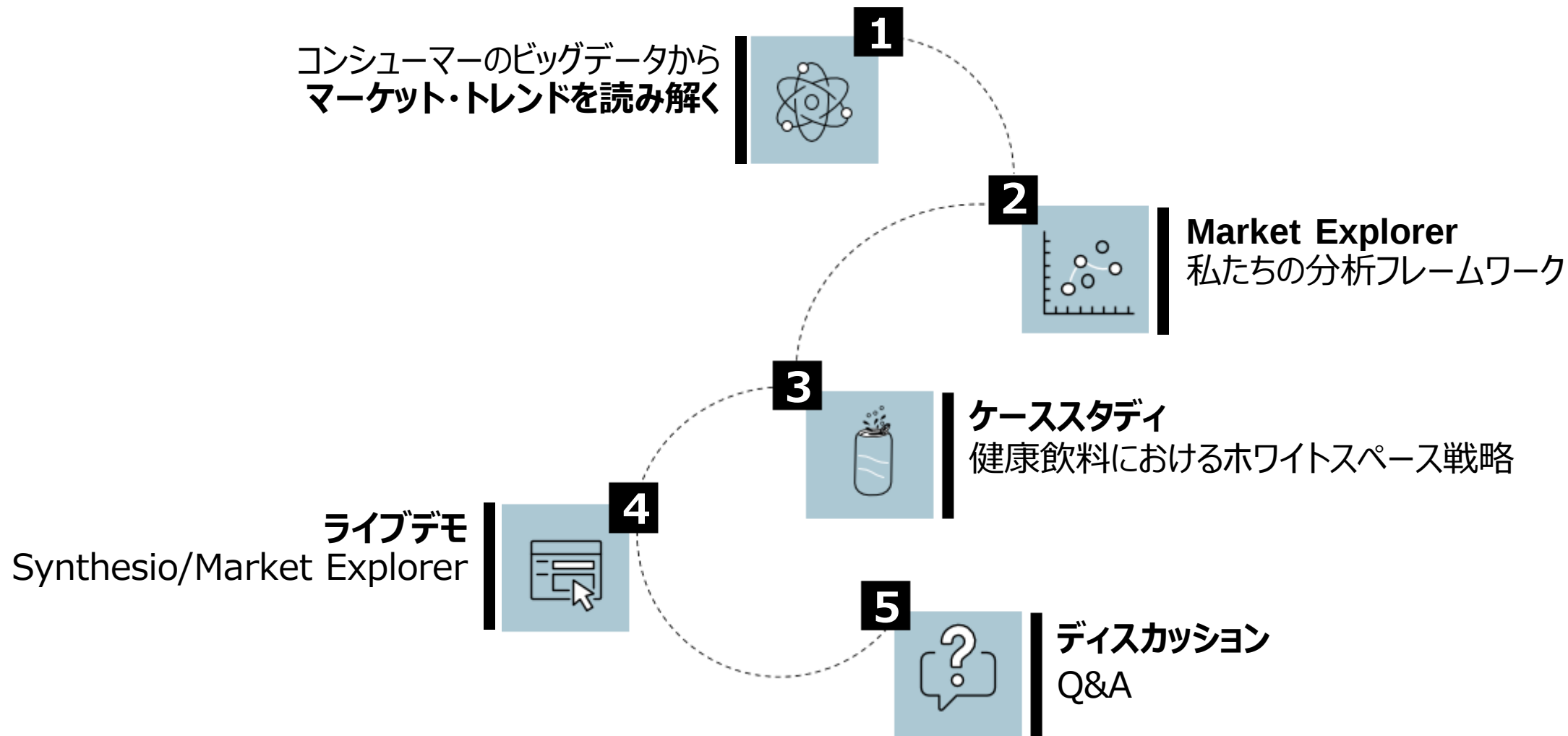
Forrester New Wave Leader 2021の

AI Enabled Consumer Intelligence領域で高く評価されました。

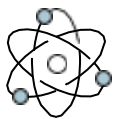
<https://resources.ipsos.com/synthesio-leader-forrester-new-wave-2021-ai-enabled-consumer-intelligence-platforms.html>



本日本日お伝えしたい内容



1



コンシューマーの ビッグデータから マーケットトレンドを 読み解く

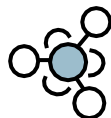


マーケットと競合関係からアプローチする よりダイナミックでコンシューマー主導型のソーシャルインテリジェンスをご紹介します



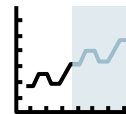
コンシューマー主導で マーケットを理解

コンシューマー自身の言葉から、
コンシューマーが考えていること
やマーケットや競合をどう捉えて
いるのかを理解します。



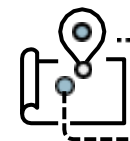
ディープコンテキストで ブランド理解を促進

UGC（コンシューマー・ジェネレー
テッド・データ）から、
自社ブランドと競合社に対するニ
ーズ、トレンド、ベネフィット、モーメ
ントを抽出します。



マーケットトレンドの ドライバーを把握

マーケットに影響を与える主要なト
レンドを深く掘り下げ、
カテゴリーにおける重要なニーズとの
関係を図式化し、イノベーション戦
略に反映させます。



優先すべきホワイト スペースを設定

マーケットの全体像を把握し、
未充足ニーズや期待とのギャップ、
変化要因を明らかにすることで、
優先すべきホワイトスペースを設定
します。

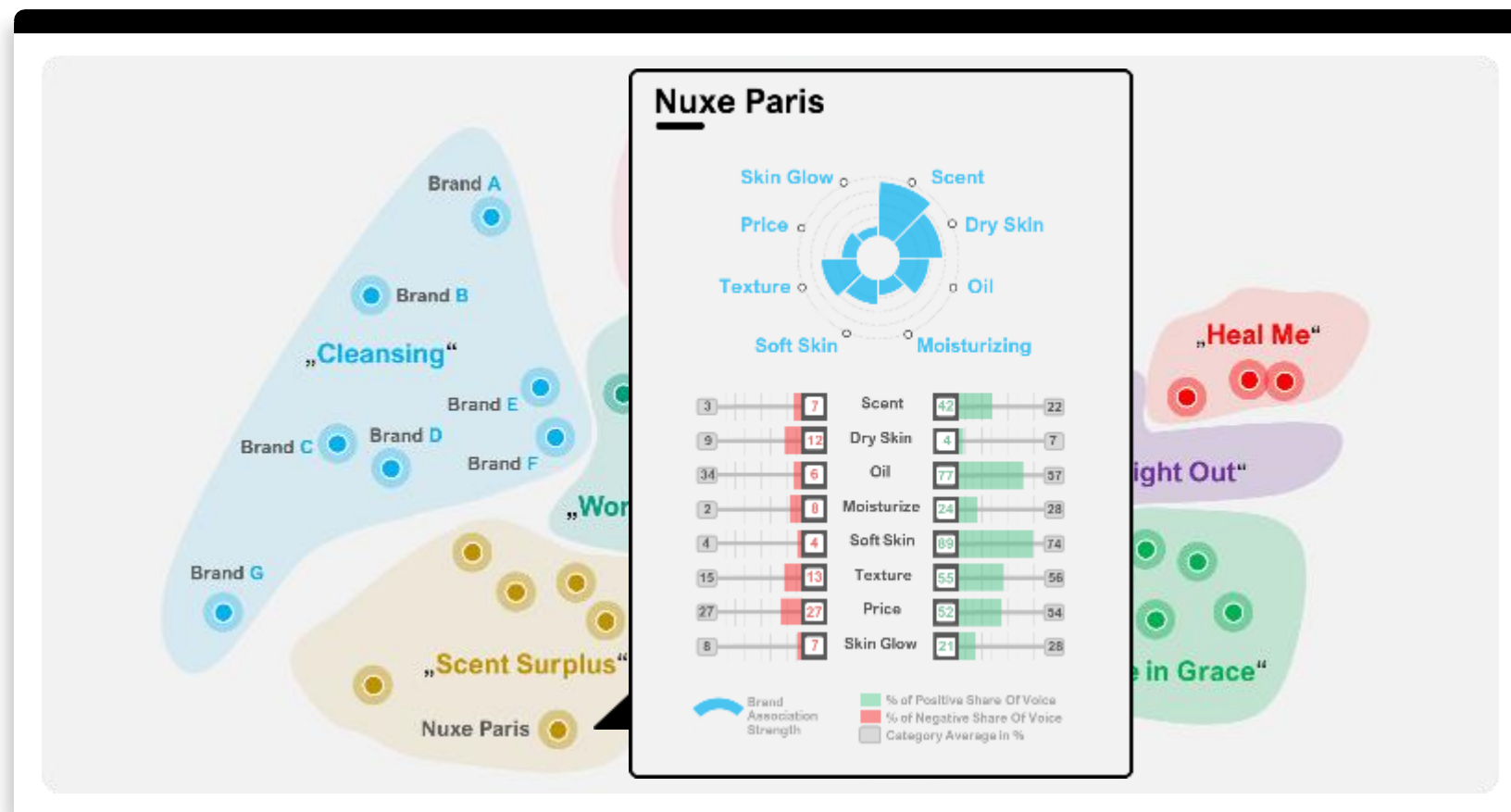
コンシューマーはカテゴリーと競合状況をどのように捉えているのか？



コンシューマーデータを
基にマーケットを読み解く

例

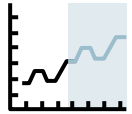
スキンケアカテゴリーにおける
ニーズベースの
ブランドアソシエーション



マーケットニーズ・トレンド・ブランドのインサイトを読み解く

カテゴリーをドライブするニーズは何か？

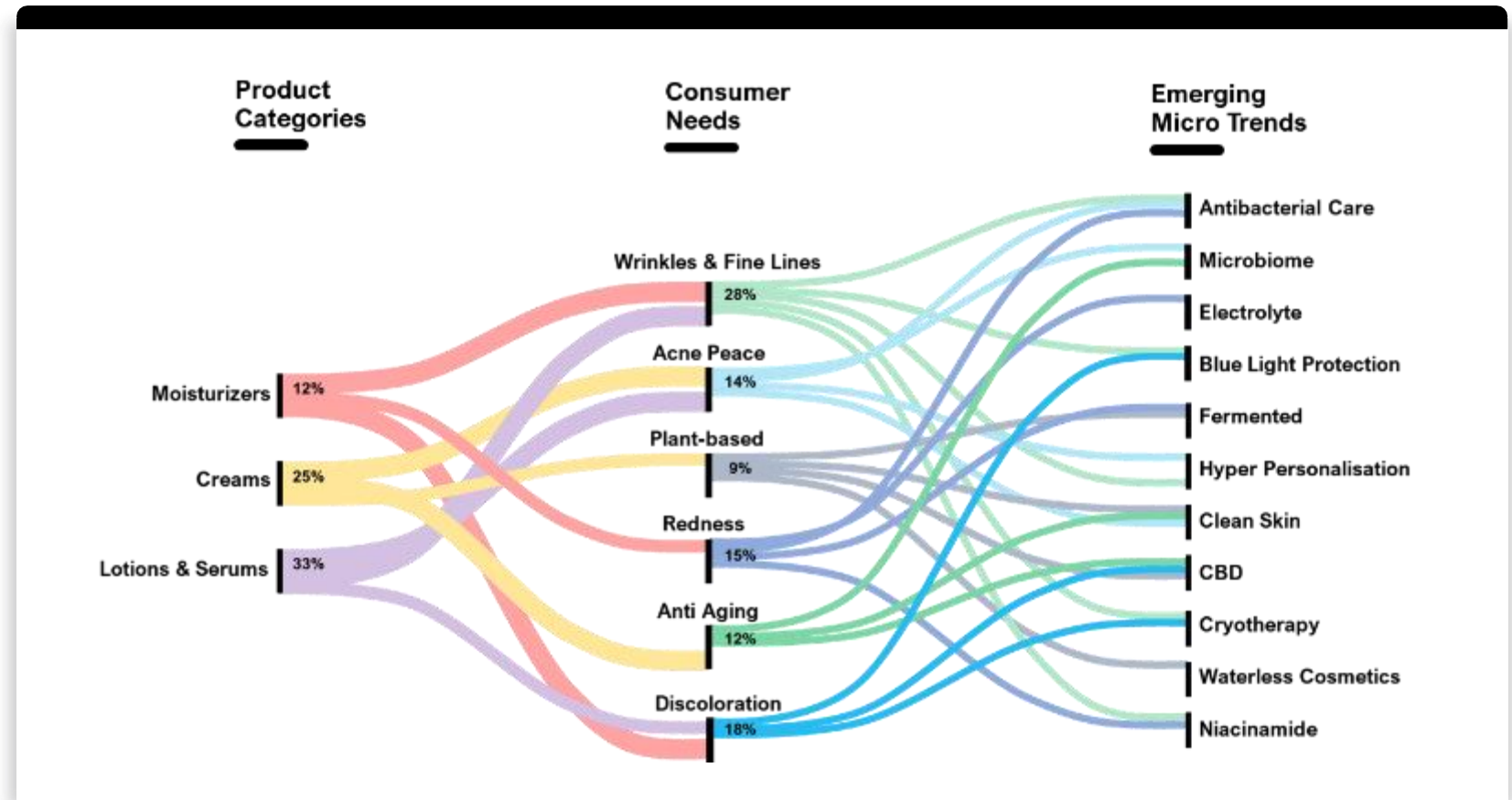
08/24



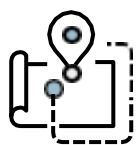
マーケットトレンドの ドライバー

例

スキンケアカテゴリーにおける
トレンドとニーズの関係性を
図式化してドライバーを読み解く



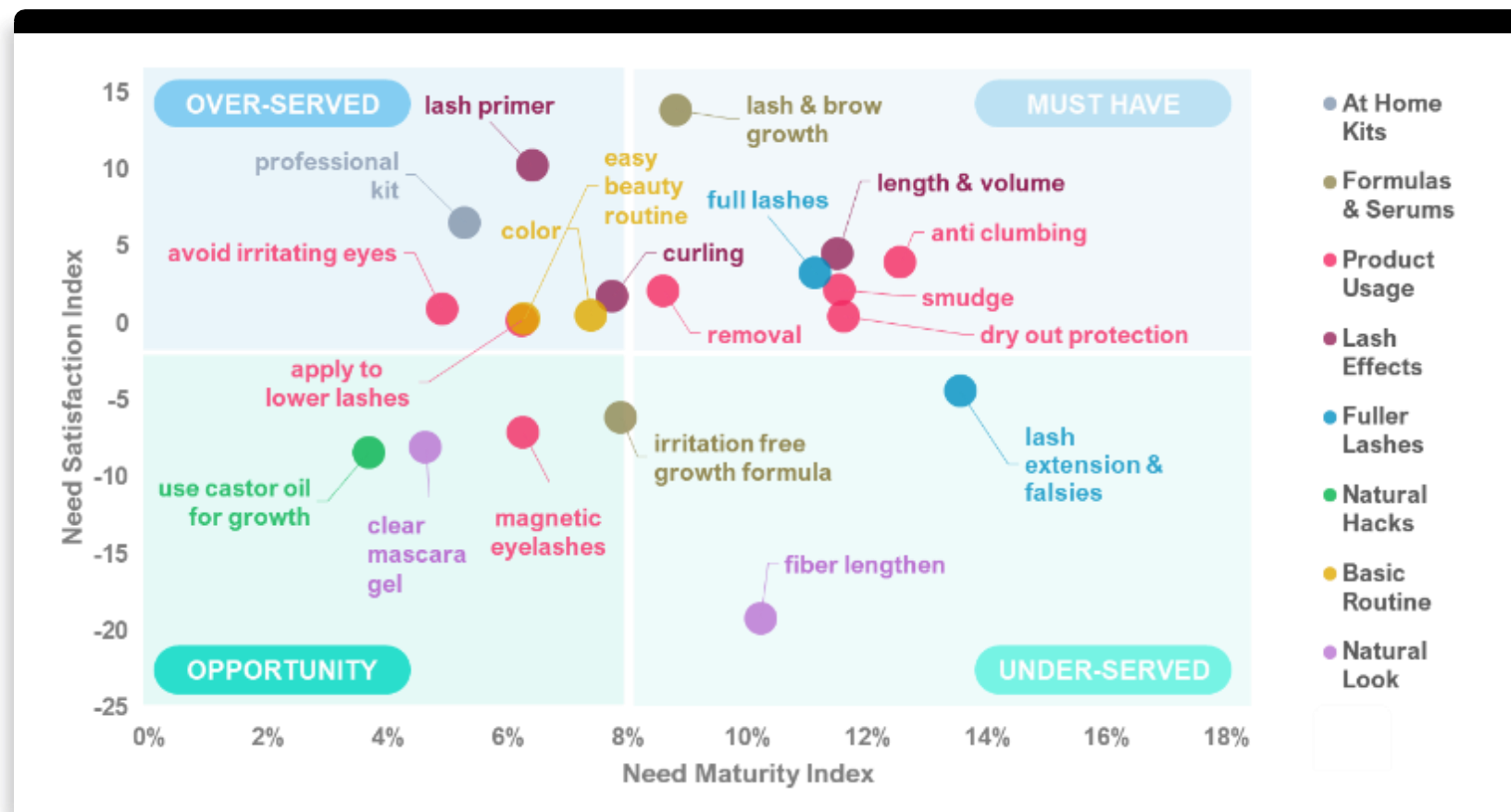
ブランドの成長が期待できるイノベーションのホワイトスペースはどこにあるか？



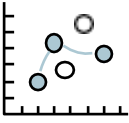
ホワイトスペースに
優先順位をつける

例

アイケアカテゴリーにおける
アンメットニーズと
オポチュニティのマッピング



2



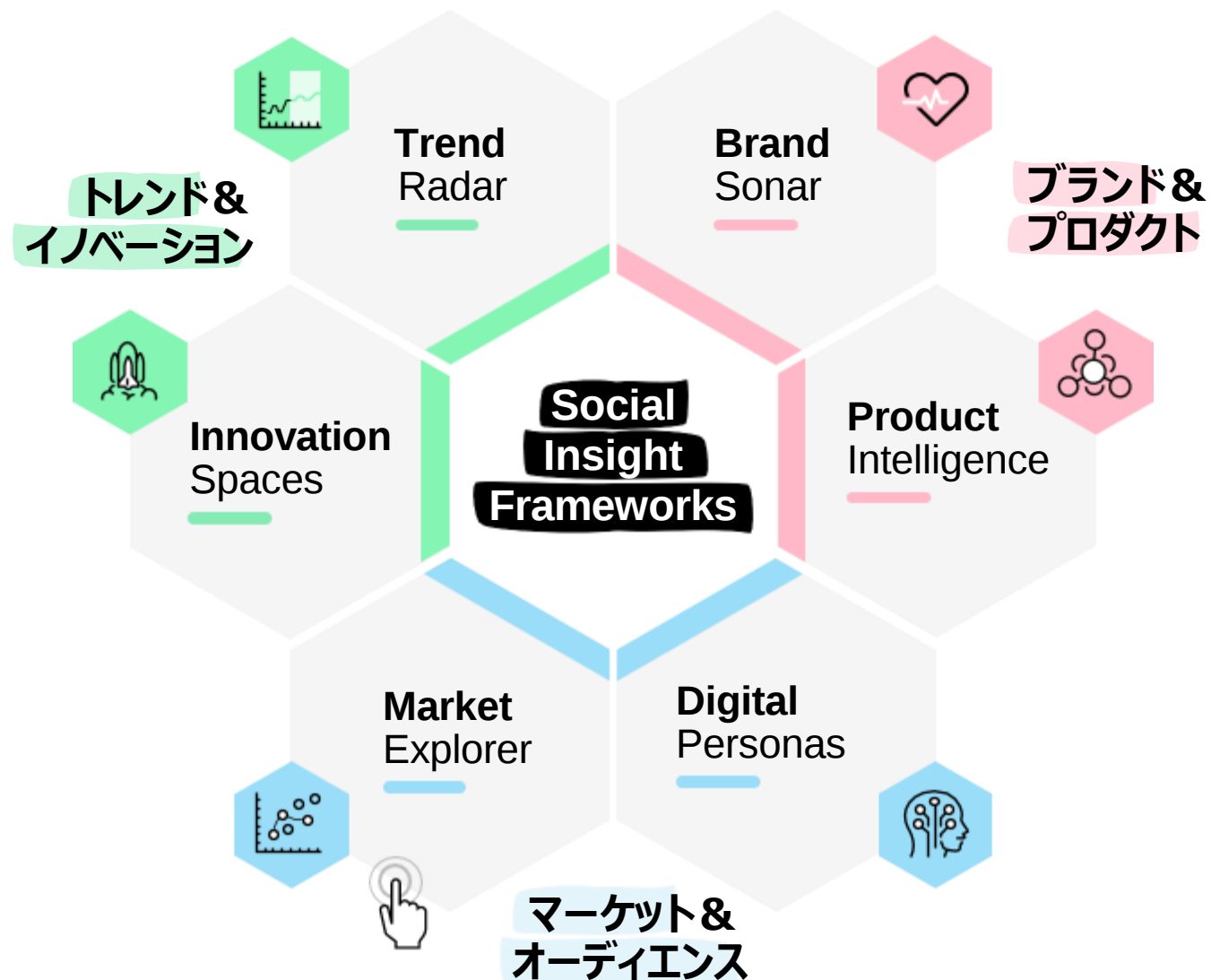
Market Explorer フレームワークの 具体的な仕組み



データをインパクトのあるインサイトに変換するためのバックボーン

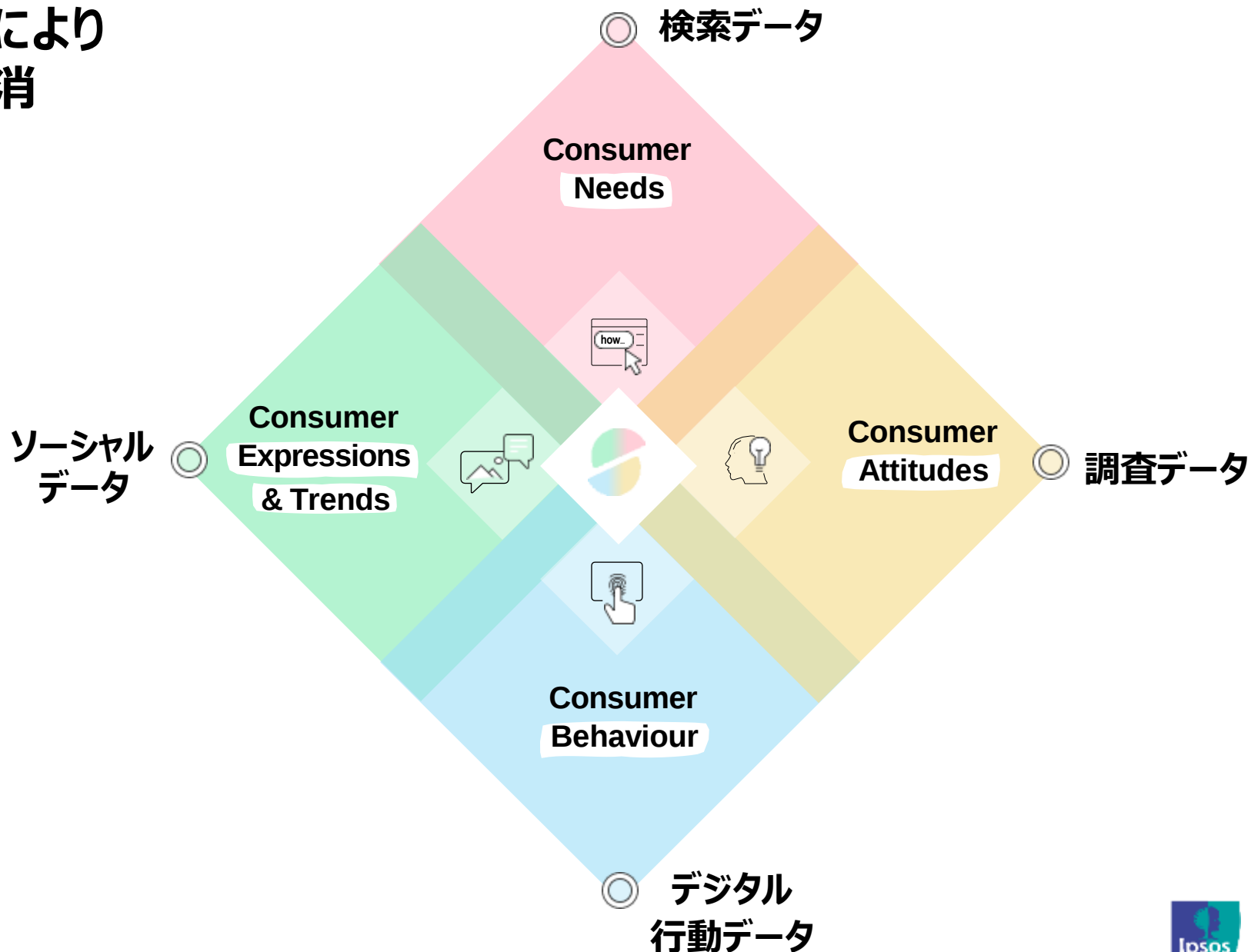
イプソスの数十年にわたる専門領域での経験を踏まえたビジネスナレッジを、ソーシャルインテリジェンス分野に適用しています。

独自の分析フレームワークを用いて、精密なデータ処理精度と、インパクトのあるインサイトを実現します。



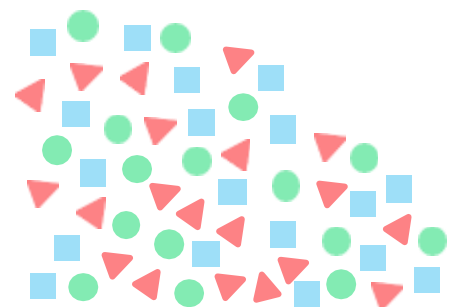
データのハイブリダイゼーションにより データの孤立化/サイロ化を解消

Synthesioプラットフォームでは、AIエンジンによって強化されたアプローチで、ソーシャル・検索・調査、デジタル行動データを体系的に分析することが可能です。分析は世界中の専任コンサルタントによってマネージされ、ユニークなデータ・エコシステムを実現しています。



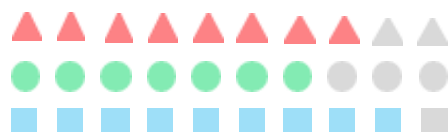
コンシューマーのビッグデータを いかにしてマーケット・トレンド・ブランドのオポチュニティ発見に転換するか？

- ▲ ニーズ&モーメント
- テレンド&ウィークシグナル
- ブランド&プロダクト



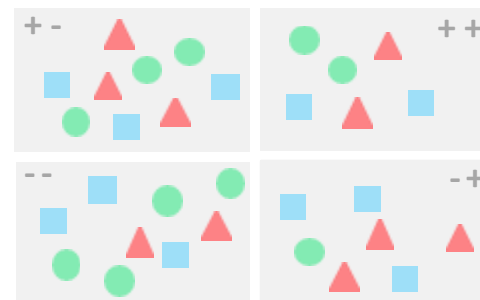
1

トピックモデリング



2

シフト&ベロシティ



3

アソシエーションマッピング



4

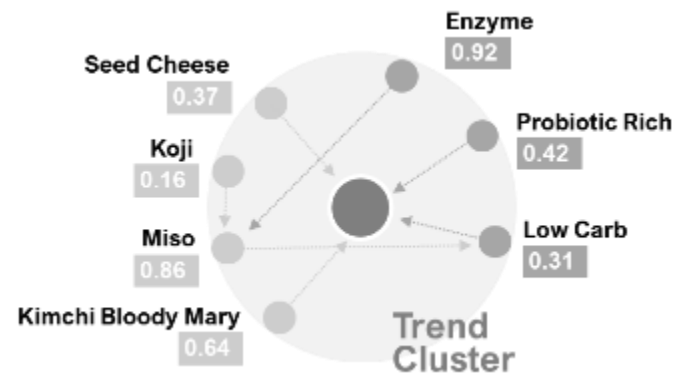
オポチュニティ・イマージョン

機械と人間の知能の融合によりインサイトのバリューを高める

人工知能（マシン・インテリジェンス）は、データを精査し、人の目には見えにくいデータに潜む特徴的なトピックのクラスターやパターンを発見するために非常に大きな役割を果たします。

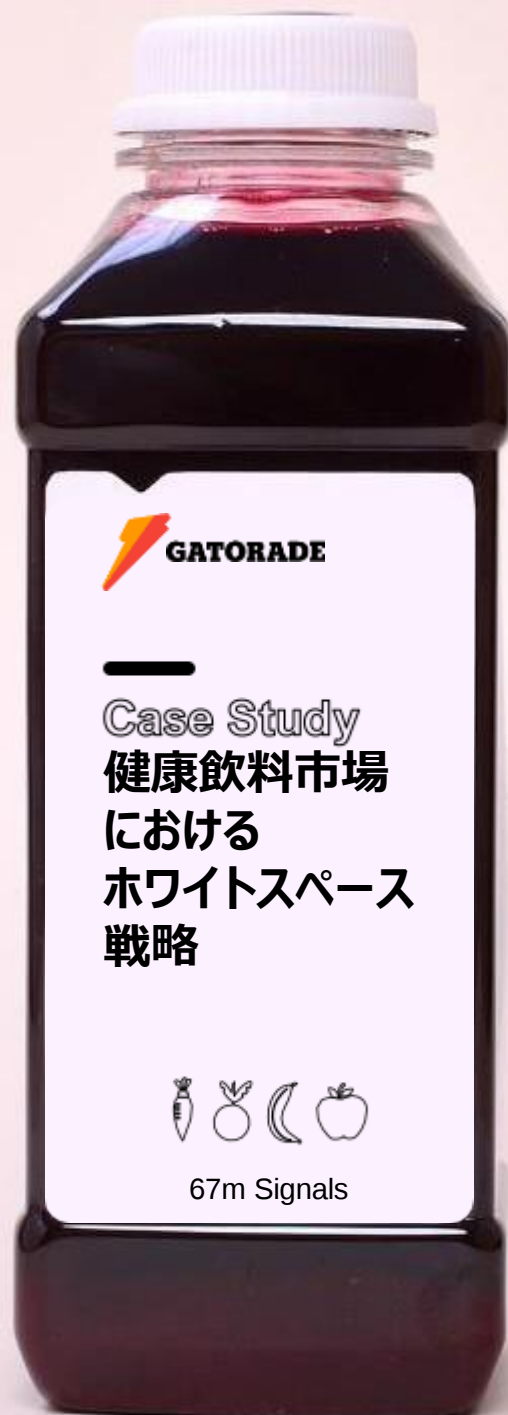
この人工知能によるサポートを得て、トレンドを読み解くためのフレームワークやカルチャーへの深い理解を備えたアナリストによる、トピックやトレンドの背後に潜む真意と文脈を読み解く「ヒューマンインテリジェンス」の基盤が整います。

マシン・インテリジェンス クラスターやパターンを発見する



ヒューマン・インテリジェンス 意味と関係性を読み解く



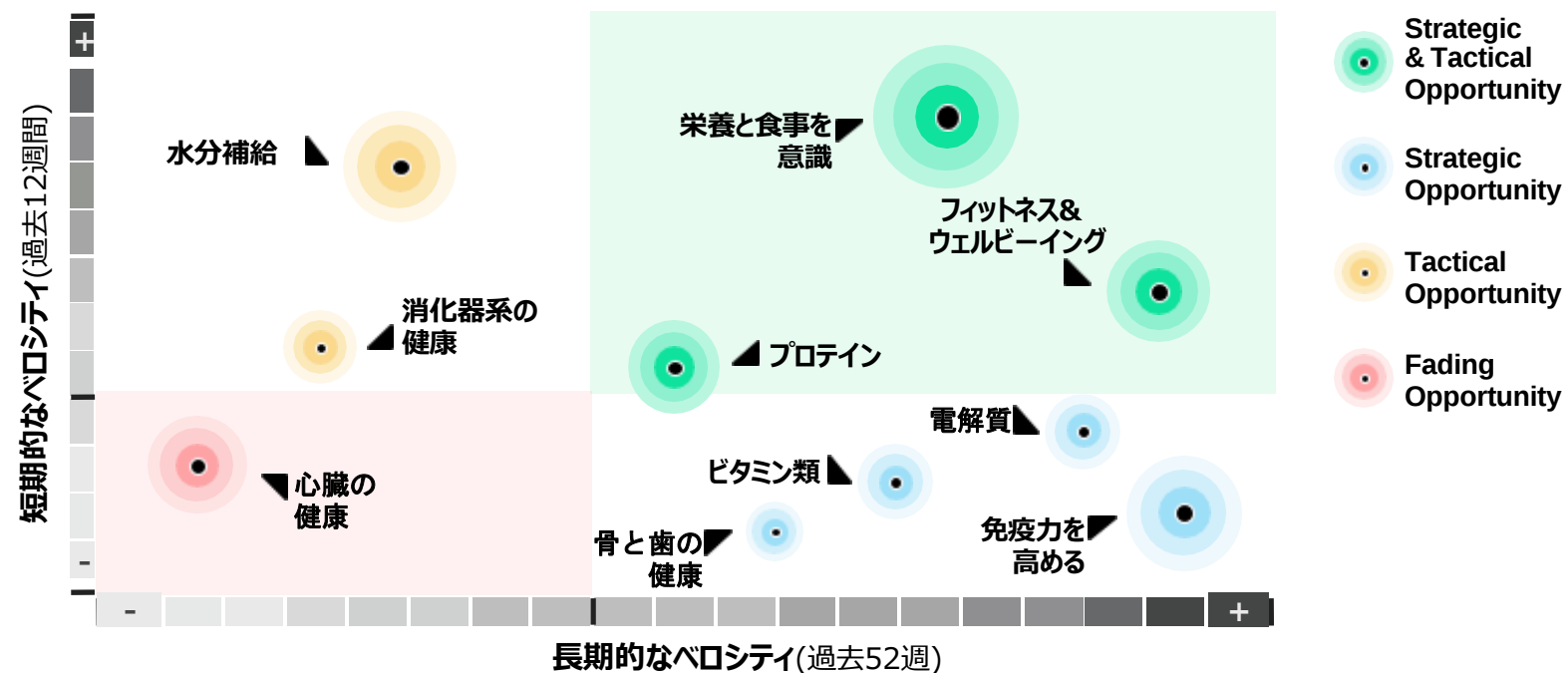


AIを駆使したトピックモデリングにより、ニーズ・トレンド・ベネフィットを読み解く

AIを活用したトピックモデリングツールにより、ニーズ・トレンド・ブランドの関連性を読み解き、ソーシャルと検索データによって構成されたコーパスのランドスケープを理解します。

健康飲料市場 ● ニーズ&ベネフィットの進化

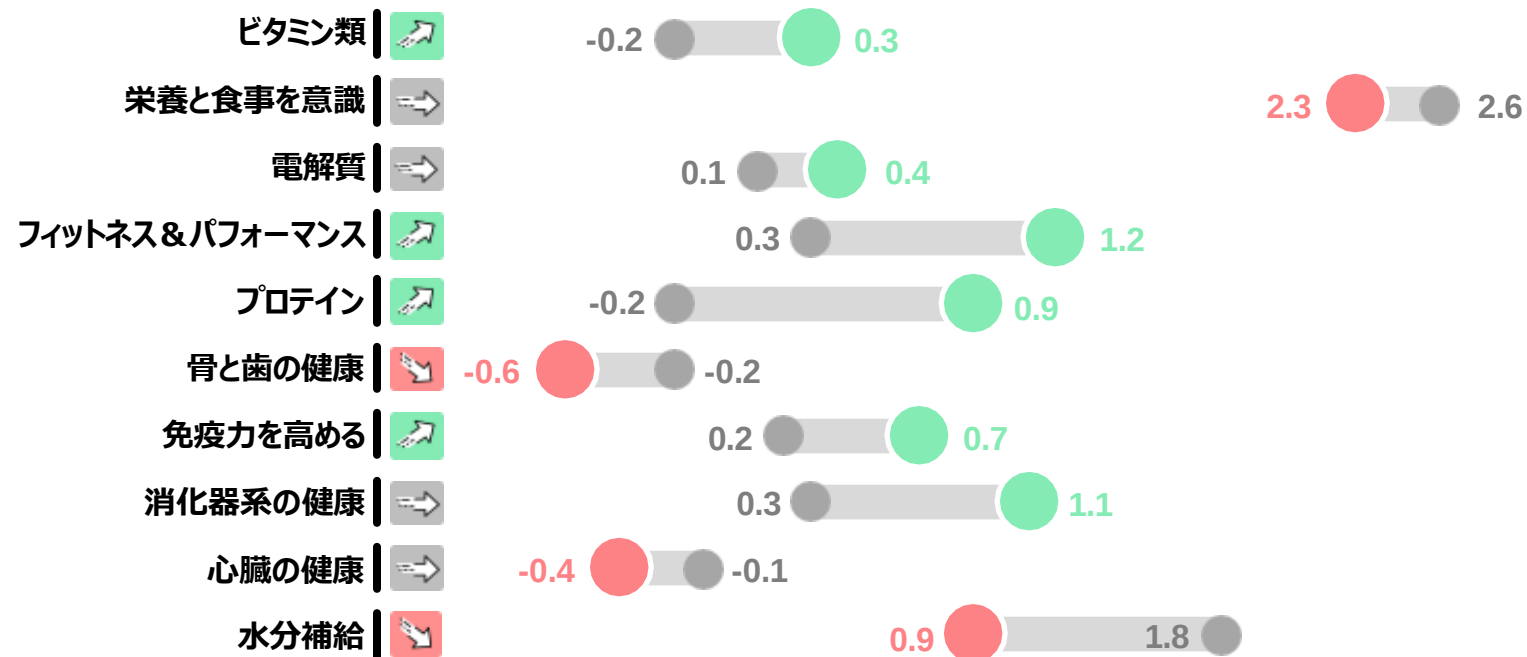
ソーシャル&検索データを ベロシティ(変化の速度：x+y軸)とマチュリティ(成熟度合：バブルのサイズ) でプロット



健康飲料市場の未来におけるニーズやベロシティを予測する

次に、検索データとソーシャルデータの両方を用いて、時間の経過に伴う変化を測定し、速度の変化（ヴェロシティ）を発見し、カテゴリー内の変化の将来のドライバーを予測します。

過去と未来のニーズ・ベロシティ ソーシャル & 検索データ



● 現在のベロシティ・スコア
● + 予測ベロシティスコア
● - 予測ベロシティスコア

コンシューマー視点によるマーケット理解から既知と未知・新興の競合相手を理解する

1 健康補助飲料 | 昆布茶



2 フローウォーター | 栄養価を高めた飲料水



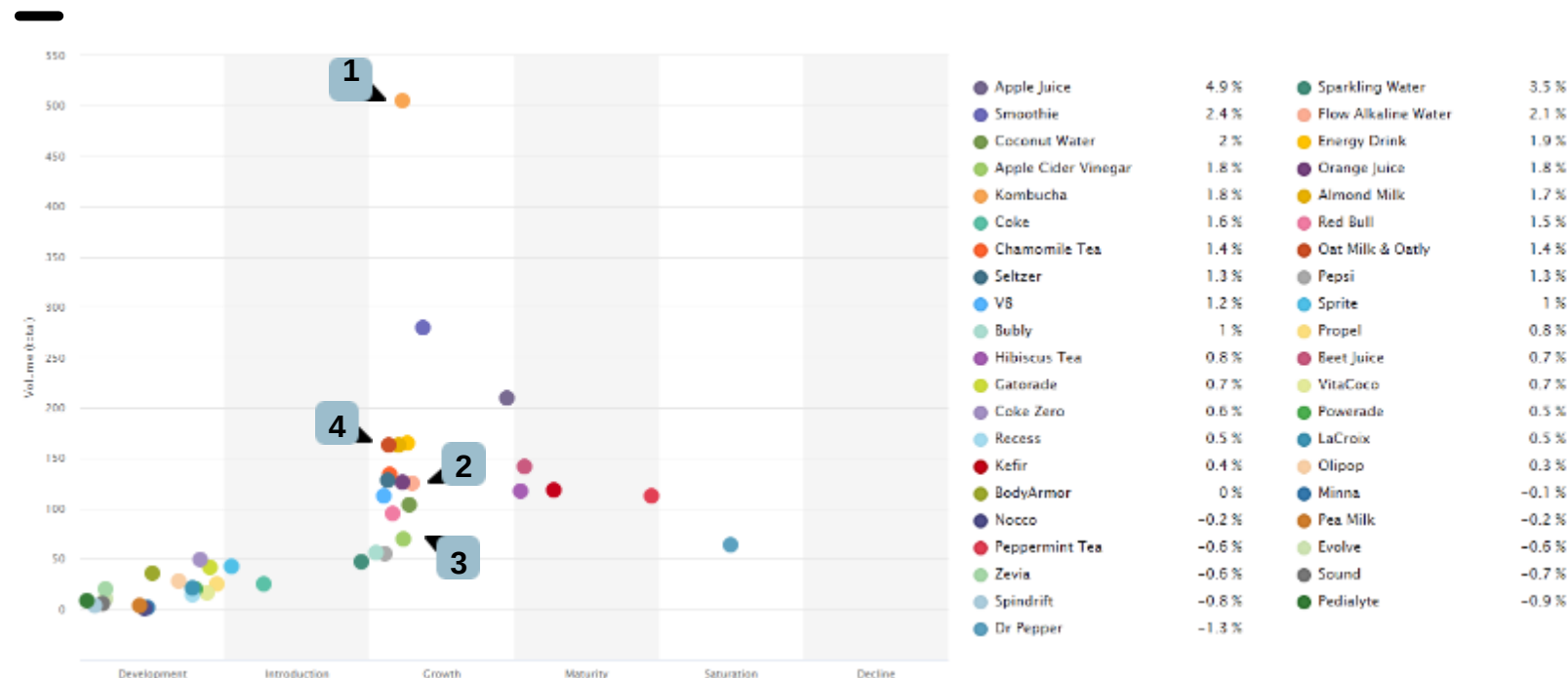
3 アップルサイダービネガー



4 オーツリー | オートミルク



健康飲料市場において人気が急上昇しているブランド
ソーシャルデータのボリュームとペロシティ



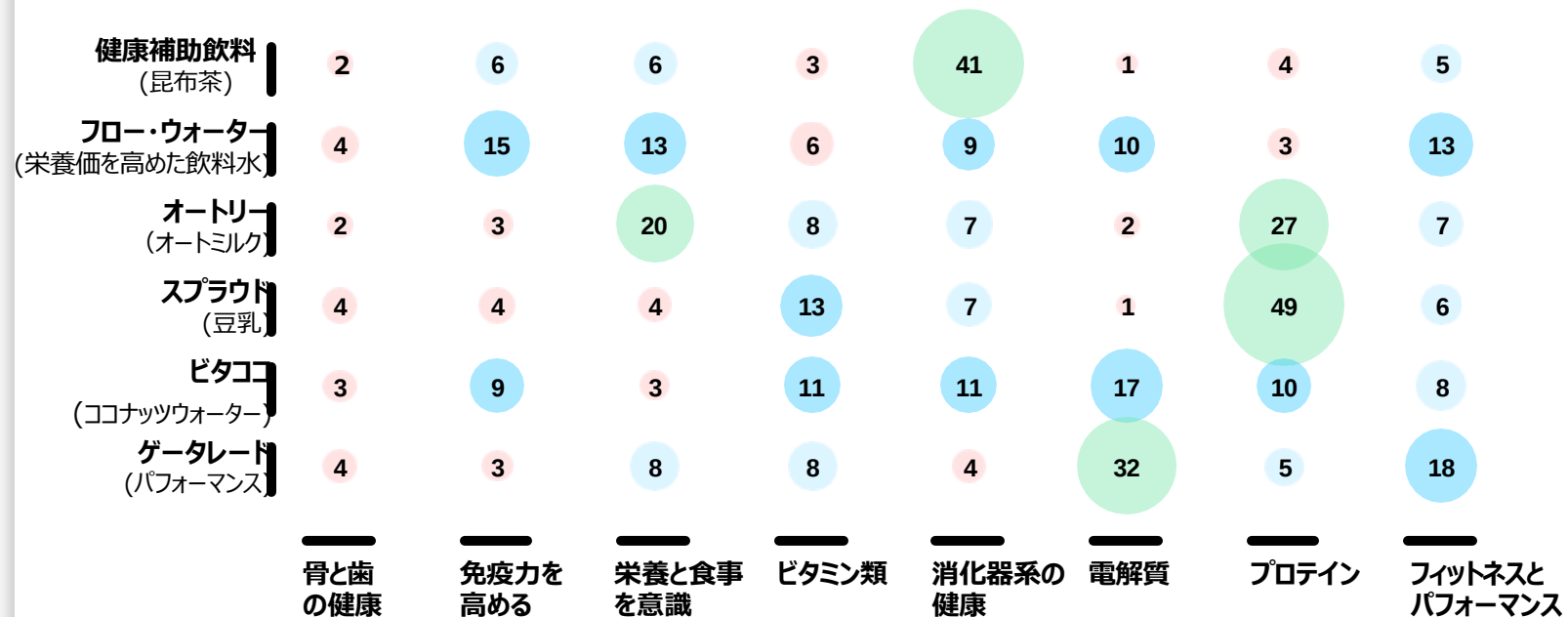
ブランドの特徴や強みを発見し、新たなニーズに対応するための戦力を練る

新旧の競合相手との比較を通して、自社のブランドがどのようなカテゴリーニーズやトレンドと関連が強いかをマッピングします。

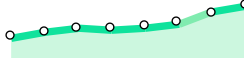
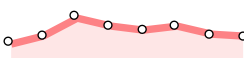
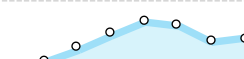
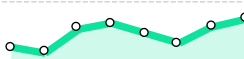
イノベーションのホワイトスペースを見つけ出すことと、戦略の優先順位付けを支援することができます。

ブランド×ニーズの相関関係の強さ ソーシャル＆検索データ

低 中 高 ブランドアソシエーションスコア



イノベーションの方針やブランドの成長が期待できる領域に優先順位を付ける

	戦略的な オポチュニティ分類	成熟度のステージ (ソーシャル&検索)	ヴェロシティの動き (ソーシャル&検索)	ペロシティ予測 (ソーシャル&検索)	ニーズ領域で人気 急上昇中のブランド
ビタミン類	  	 スケールしている		 上昇	ROAM
栄養と食事を意識	  	 成熟している		 変化なし	Recess
電解質	  	 スケールしている		 下降	LMNT
フィットネス&パフォーマンス	  	 スケールしている		 上昇	CELSIUS.
プロテイン	  	 スケールしている		 上昇	OWYN ONLY WHAT YOU NEED
骨と歯の健康	  	 上昇している		 下降	COMMAND
免疫力を高める	  	 スケールしている		 上昇	CLOUD WATER
消化器系の健康	  	 上昇している		 変化なし	GIST
心臓の健康	  	 成熟している		 下降	suja ORGANIC

Fairlife

Promino

Oatly

Slimfast

VitaCoco

Evolve

Protein 20

So Delicious

Orgain

Silk

- 減量
- 筋肉増強
- 体重増加
- 低炭水化物ダイエット
- 健康的な体脂肪
- アミノ酸の供給源

空腹感

膨満感

高糖度

高価格

プロテインドリンクの味

動物性タンパク質

健康的なライフスタイルを維持・向上させたいという要望は、ますます高まっています。プロテイン強化飲料は、スポーツ愛好家にとって重要な主食となっています。米国では、60%以上のコンシューマーが、植物性食品とタンパク質をより多く含む栄養のある食生活に最近になって切り替えたと回答しています。

プロテインウォーター |

プロテインドリンク |

プロテインスムージー |

プロテインシェイク |

プロテインソーダ |

The figure consists of three vertically stacked line graphs, each with a light blue area fill and a dark blue line with circular markers. The x-axis for all graphs represents years from 2013 to 2021. The y-axis represents protein intake in grams per day (g/day).

- Top Graph: 体重減少のためのプロテイン (Protein for Weight Loss)**
 - Values: 17 (2013), 19 (2014), 16 (2015), 13 (2016), 17 (2017), 23 (2018), 21 (2019), 27 (2020).
 - Trend: Fluctuates between 13g and 27g, showing an overall upward trend.
- Middle Graph: フィットネスのためのプロテイン (Protein for Fitness)**
 - Values: 73 (2013), 65 (2014), 58 (2015), 52 (2016), 76 (2017), 78 (2018), 72 (2019), 93 (2020).
 - Trend: Fluctuates between 52g and 93g, showing an overall upward trend.
- Bottom Graph: 筋肉増強のためのプロテイン (Protein for Muscle Gain)**
 - Values: 83 (2013), 65 (2014), 74 (2015), 69 (2016), 83 (2017), 88 (2018), 81 (2019), 69 (2020).
 - Trend: Fluctuates between 65g and 88g, showing a slight downward trend in the final year.
 - Note: The year 2020 value (69) is marked as a prediction (予測).

[illegible]

成功を得るための設計図を描く



成長オポチュニティの基盤

- ◎ すぐに飲めるプロテインリッチなソーダ
- ◎ 電解質、ビタミン、プロバイオティクス配合
- ◎ 炭酸とフレーバー
- ◎ 爽やかなのど越し
- ◎ 低糖質・無脂肪

Opportunity Canvas



対応するニーズ



- ◎ 体重管理とフィットネスのためのプロテイン
- ◎ プロバイオティクスによる消化器系の健康サポート
- ◎ ビタミンB12による免疫力向上
- ◎ 電解質によるバランスのとれた水分補給
- ◎ 粉っぽいプロテインドリンクに代わる新鮮な飲み口



ベネフィット

- ◎ 植物性タンパク質
- ◎ 乳製品不使用 & ビーガン
- ◎ ナチュラルフレーバー炭酸水
- ◎ 低炭水化物ダイエットに適している
- ◎ 自宅や外出先で飲むのに適している

オーディエンス



ホリスティック
ウェルビーイング



栄養意識が
高い



アクティブ
ライフスタイル



減量
志向

4



ライブデモ Synthesio Platform





Thank You

質問 &ディスカッション

