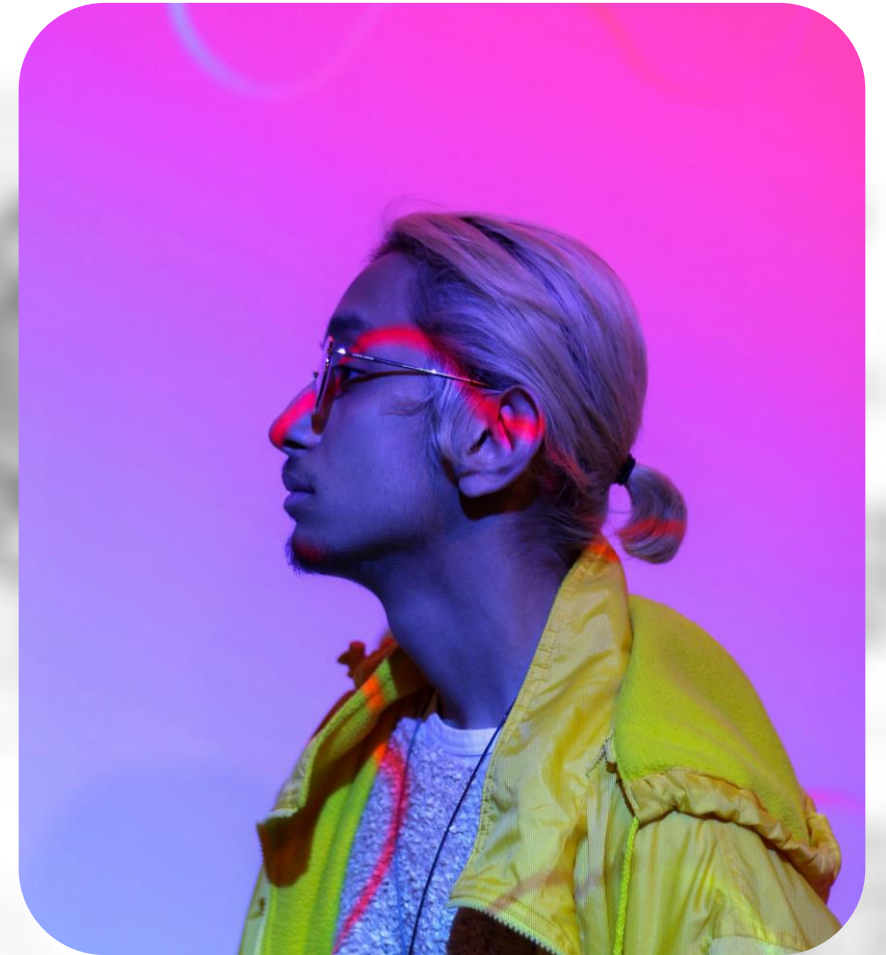
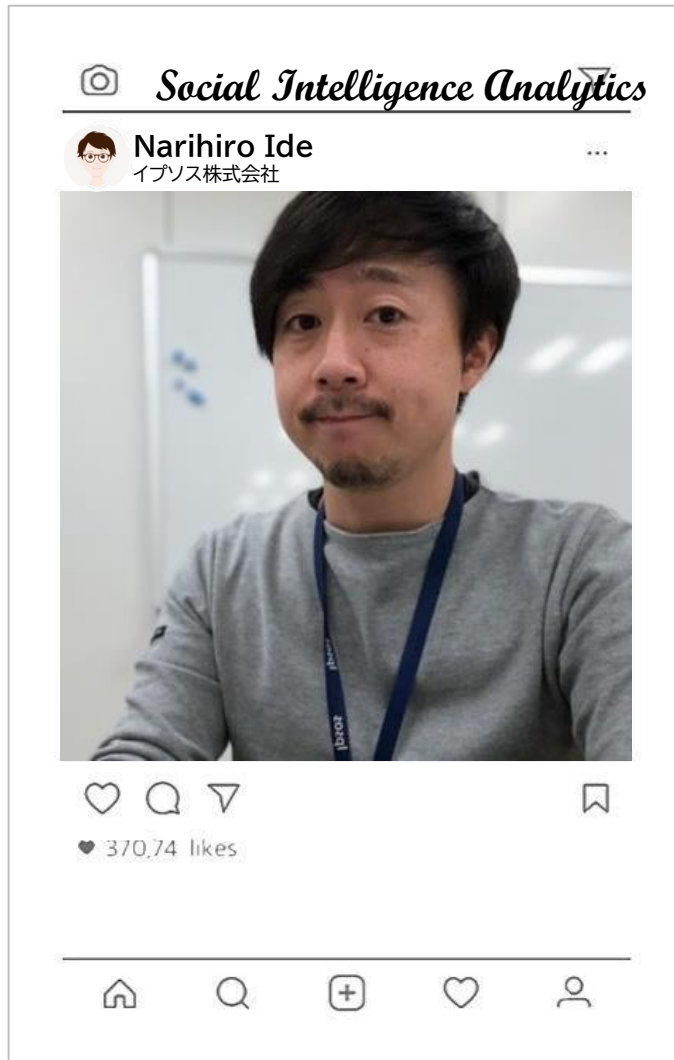


SNSから トレンドの芽を 発見する方法





井出成博 Narihiro Ide

Manager of Social Intelligence Analytics

■ こんな事してきました

- Ipsos(旧シノバイト)で実査部門からキャリアスタート
- その後、定量調査チームに移動しFMCGを中心に製品開発系、プロモーション効果測定系の調査を担当
- Ipsos Japan内のデジタル手法研究チームを立ち上げ
- MROC専門チームを立ち上げ
- 2年前、ソーシャルリスニング専門チームを立ち上げ

■ 今はこんな事をしています

- ソーシャルリスニング専門チームのリーダー
- SNSデータだけでなく様々なビッグデータを活用してクライアント様にインサイトを提供するべく日々格闘しています

こんな方向けの内容です



ソーシャルリスニ
ングの活用方法を
知りたい



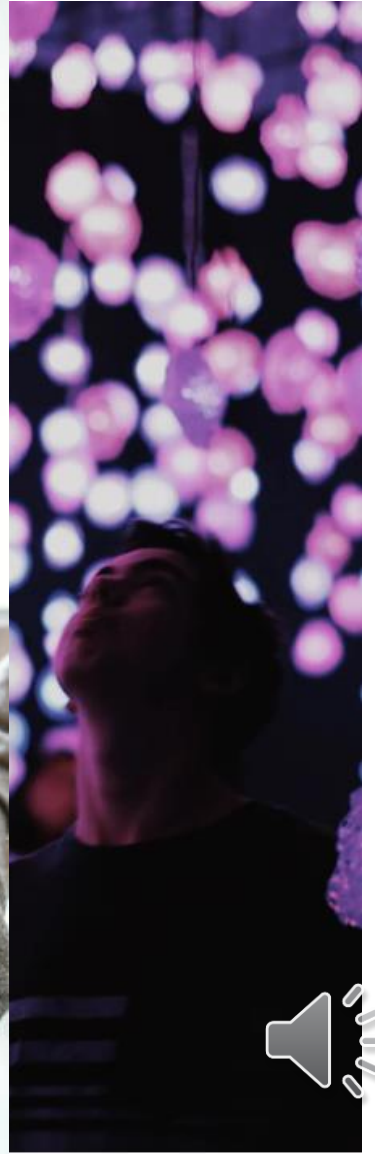
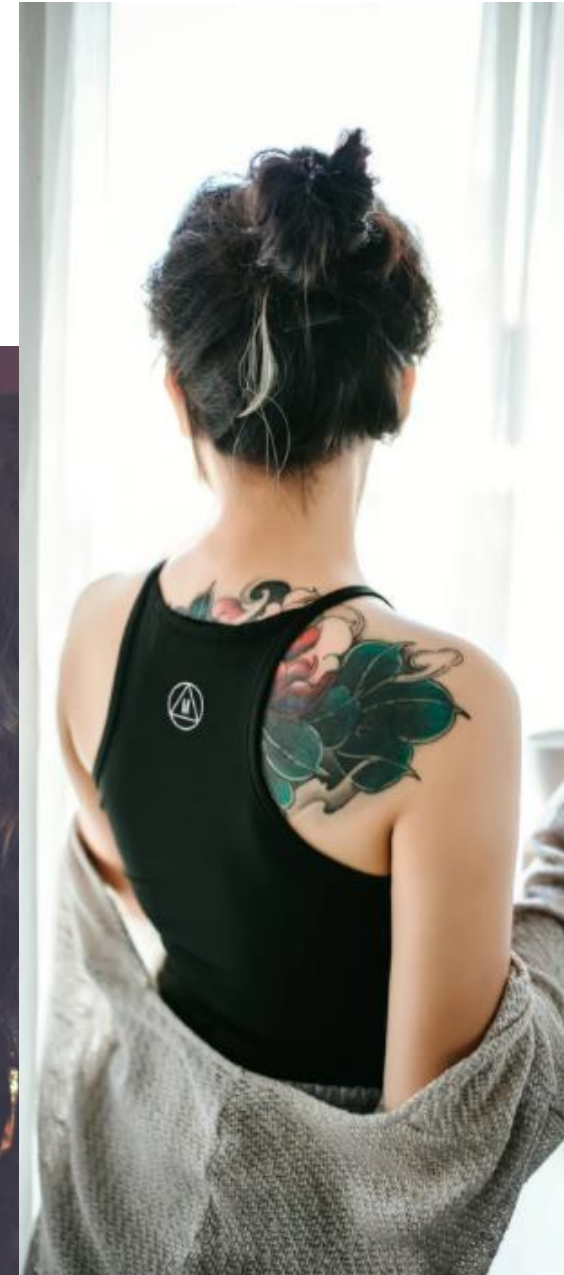
消費者トレンドに
関心がある



SNSからトレンド
を読み解きたい

消費者発信のトレンドを知る重要性

- ソーシャルメディアの発達により、消費者自身がメディア化
- マーケットの新しい動きは、消費者自身から生まれるケースも少なくない
- 今まで以上に、消費者自身の言葉や、興味関心の変化をビットに捉えることが重要



トレンドを分析する上での切り口とソリューションたち

市場性のある
トレンドを探す



Trend
Radar

トレンドの芽を
を見つける



Trendgram

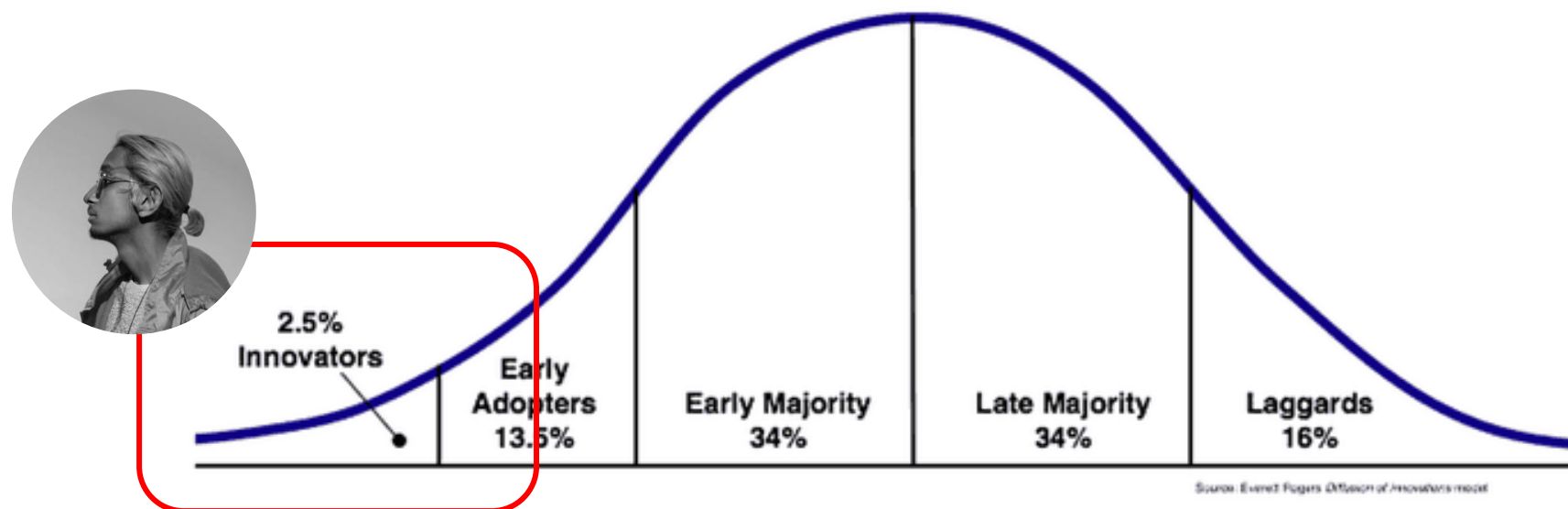
マーケットの
最新動向を追う



Trend
Tracking

マーケットのフロントエンド

Trendgramは、イノベーターやアーリーアダプターなどのエクストリームユーザーの行動をデータから見つけ出し観察・理解するアプローチ



分析ステップ



STEP1
分析テーマを
決定する



STEP2
探索的
データ分析



STEP3
方向性確認の
ミーティング



STEP4
示唆に向けた
深堀分析

分析アプローチ群

膨大なSNSデータの中から、未知の新しいトレンドの芽を発見するため、AI・人工知能と、イプソス社内のデータサイエンスチームとのコラボレーションにより、より高度で包括的な解析を行います。

トレンド
マトリクス分析



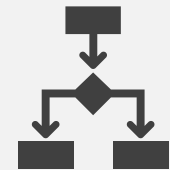
データプルー
ニング分析



N1特異データ
分析



トップダウン
分析

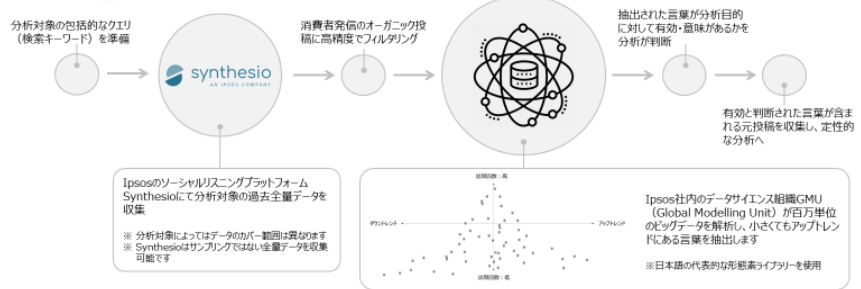


分析アプローチ群

データ分析① トレンドマトリクス分析

データ分析ステップでの、分析アプローチのひとつは、言葉の「量と変化」に注目したトレンドマトリクス分析。
消費者が自発的にオンライン空間に残していく言葉のうち、「量は小さいが」「過去から現在に向けて増加傾向にある」ものに注目し、そこからどのようなミクロトレンドが見られるのかを分析するもの

■トレンドマトリクス分析のフロー



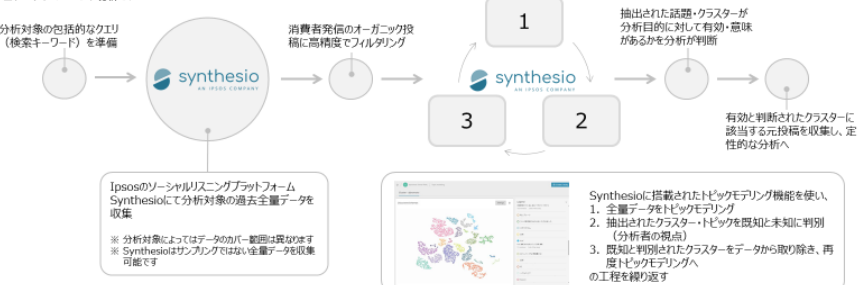
10 - © Ipsos | Emerging Trend Analysis



データ分析① データプルーニング分析

Ipsos独自開発のトピックモデリング手法UTMを用い、全量データから抽出（トピックモデリング）したトピックのうち、一般的な内容や既知の範疇のものを削除していき、未知の内容が出てくるまでトピック単位での削除とモデリングを繰り返します。

■データプルーニング分析のフロー

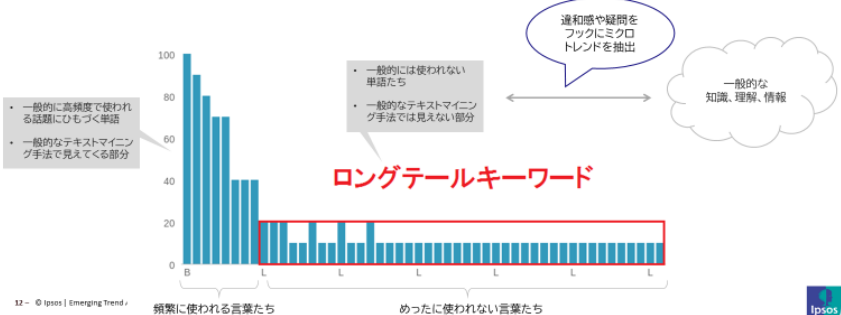


11 - © Ipsos | Emerging Trend Analysis



データ分析② N1特異データ分析

データ分析ステップでの、別の分析アプローチは、マイナーなロングテールキーワードに注目した特異データ分析。
消費者が自発的にオンライン空間に残していく言葉のうち、めったに使われない言葉（エクストリームユーザーが発信している可能性）注目し、そこからどのようなミクロトレンドが見られるのかを分析するもの



12 - © Ipsos | Emerging Trend Analysis



データ分析③ キュレーションからのトップダウン分析

ボトムアップ式のデータマイニングからは見えてこないものを捉えるため、分析者が持つ視点を出発点としたトップダウン分析も想定。

より広域に影響を及ぼすメガトレンド、他業界に見られる傾向、他分析作業を進める中での連想、などから仮説・着想・ひらめきを得て、それらに関連した発言が見られるのか、見られるとしたらどのような話題なのかを深堀りする。



13 - © Ipsos | Emerging Trend Analysis



方向性確認ミーティング

先述の各データ分析アプローチにて発見した候補トレンドをベースに、深堀分析へ向けて、何を優先するかを関係者でディスカッションを行います。

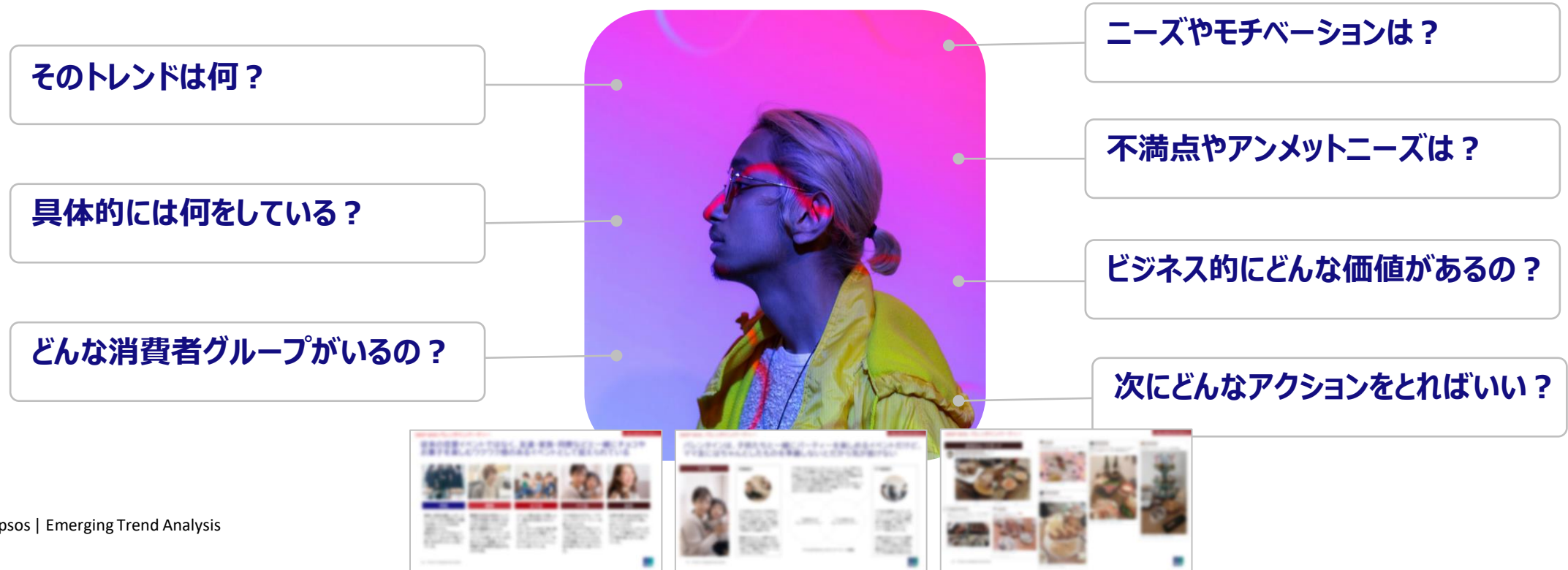
■候補トレンド一覧のイメージ



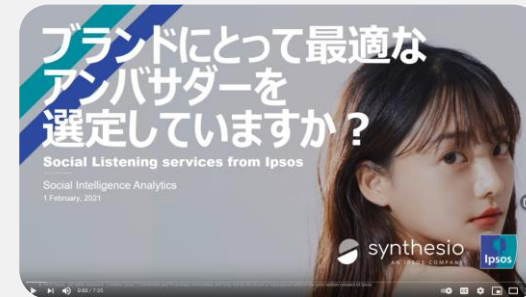
深堀分析

データから発見したエマージングなマイクロトレンドも、**具体的な開発方向を検討するためには、人に注目した深い理解が必須**です。

SIAでは、**SNSを介したエスノグラフィー手法**により、トレンドの裏側にある消費者インサイトを理解し、アクションブルな示唆を提供します。



IPSOS SIAでは様々なサービスの紹介動画を公開中！ぜひご覧ください



このサービスに興味を持たれた方、より詳細なプランやお見積りを
ご希望の方は、概要欄のメールアドレス(JP-SIA@ipsos.com)
までお気軽にお問い合わせください！

GAME CHANGERS

