

平成 24 年 8 月 27 日

株式会社電通

株式会社電通パブリックリレーションズ

株式会社電通マーケティングインサイト

流行の先読みサービス「電通トレンドソナー」[®]を開発

— 高感度消費者調査、有識者・専門家ヒアリング、ソーシャルメディア分析を組み合わせ提供 —

株式会社電通(本社:東京都港区、社長:石井直、以下「電通」)は、株式会社電通パブリックリレーションズ(本社:東京都中央区、社長:近見竹彦、以下「電通 PR」)および株式会社電通マーケティングインサイト(本社:東京都中央区、社長:小林健一、以下「DMI」)と共同で、高感度な消費者へのリサーチ、有識者・専門家へのヒアリング、ソーシャルメディア上での口コミ分析を組み合わせることにより、様々なカテゴリーにおけるこれからの流行の兆しをレポートするサービス「電通トレンドソナー」[®]を開発しました。

昨今トレンドやブームは、企業やメディアによって発信されるものだけでなく、情報感度や発信意欲の高いアクティブな消費者を起点に口コミが発生、伝播することで作られるケースが増えてきています。こうした状況を踏まえ、電通グループ3社では、各社の知見やノウハウを組み合わせることで、本サービスを開発いたしました。具体的には次の3つのステップで作業を行います。

まず、DMIが消費者の情報感度などのこれまでに蓄積してきた知見、および様々なカテゴリーにおける高感度な消費者のネットワーク「Antennaor」(アンテナー)を活用して、流行の兆しの候補群を抽出します。

次のステップでは、「Antennaor」から抽出された兆しを精査すべく、電通や電通PRが有する有識者・専門家ネットワーク「Valuator」(バリュエーター)への、ヒアリングを行います。ヒアリングと精査の作業は、グループ独自のフレームワークにクライアントのニーズを組み込んで設計します。

最後のステップでは、「Valuator」によって精査された兆しに関するソーシャルメディア上での口コミ動向をチェックします。当社グループは2005年から電通バズリサーチ[®]の提供を開始するなど、業界に先駆けてソーシャルリスニングのノウハウを蓄積してまいりましたが、本サービスではそうしたソーシャルメディア上の口コミ分析におけるノウハウを生かして、定量(どれほど盛り上がってきている兆しなのか、これから盛り上がっていく兆しなのか)と定性(どんな盛り上がり方をしている兆しなのか、その兆しに関わるソーシャルメディア上の生声はどういったものか)の両面で、トレンドやブームを可視化する作業を行います。



サービス開始当初のレポート対象カテゴリとしては、「食」、「ファッション」、「健康」、「主婦」「女子高生」「シニア」などになります。

なお、活用方法としては、以下の2パターンを想定しています。

<「電通トレンドソナー」®の想定活用方法>

- ・商品開発や広告・メッセージ開発などを前提に、流行の兆しを抽出する。(探索型)
(例)海外で販売されている商品に関する国内での流行の兆しをいち早く発見し、商品開発や販売戦略立案の材料にする。
- ・顕在化している流行の兆しについての実態を把握する。(検証型)
(例)流行の兆しが顕在化しつつある競合商品の消費者インサイトを把握し、「Valuator」の意見を合わせて、対抗戦略立案の材料にする。

本サービスを通して得られた流行の兆しに関するインサイトについて、DMIが有する調査手法を用いてさらに深掘りする、あるいは電通PRが流行の兆しを活用してPR展開のサポートを行うなど、当社グループ全体でクライアントに広がりのあるソリューションを提供していきます。

<「電通トレンドソナー」のロゴマーク>

DENTSU
TREND
SONAR

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 コーポレート・コミュニケーション局 広報1部 TEL:03-6216-8041

株式会社電通パブリックリレーションズ 人事総務部広報担当 TEL:03-5565-2740

株式会社電通マーケティングインサイト 総務部広報担当 TEL:03-3289-6676

【サービスに関する問い合わせ先】

株式会社電通 関西支社 統合ソリューション局 ソリューションマーケティング推進部

阿部・長谷川 TEL: 06-6342-3243

株式会社電通パブリックリレーションズ 関西支社 ディレクション部

上原・林 TEL: 06-6342-3368

株式会社電通マーケティングインサイト 大阪支社 営業企画部

広田・松川 TEL: 06-6342-3327