

2024 Listening Mind Academy

データインサイトクラブVol4.

1. なぜ検索データなのか？

2. 検索データから読み解く日本コスメ市場最新トレンド



See the Unseen; Intent Marketing

なぜ検索データなのか？

マーケティング活動においてクリアにしたいこと



顧客は誰なのか？
ターゲット、セグメント、
ペルソナ



顧客はどこにいるか？
購買過程、メディア接点



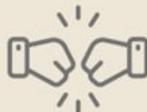
製品/サービスの必要性
を感じるキッカケは？
トリガー



顧客が自社の製品を
知ったキッカケは？
認知



顧客が自社の製品を
選んだ理由は？
バイングファクター



自社製品と他社製品の
関係性は？
マインドシェア、認知度



オンラインでの
メディア露出状況は？
シェアオブボイス

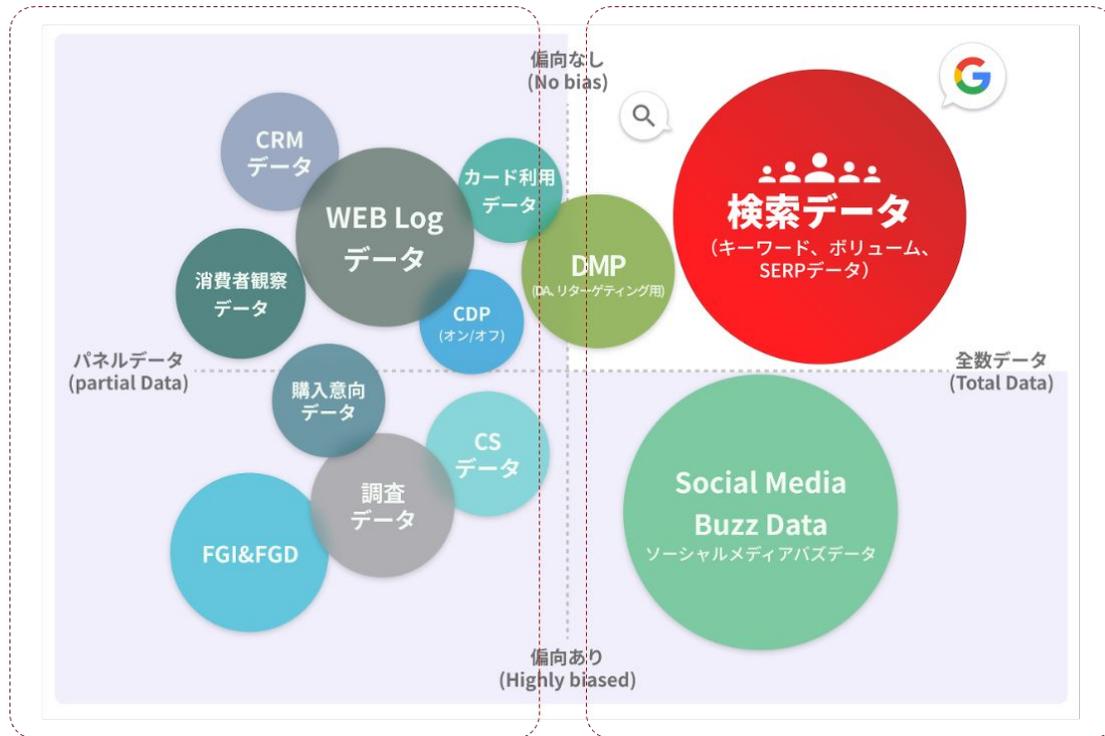


自社と競合他社の
キャンペーン効果は？
キャンペーンの効果分析

顧客と消費者を理解するための活用データ

検索データはバイアスのない消費者の本音のデータ

顧客理解が深まるデータ
(既存顧客)



ソーシャルデータ vs サーチデータ

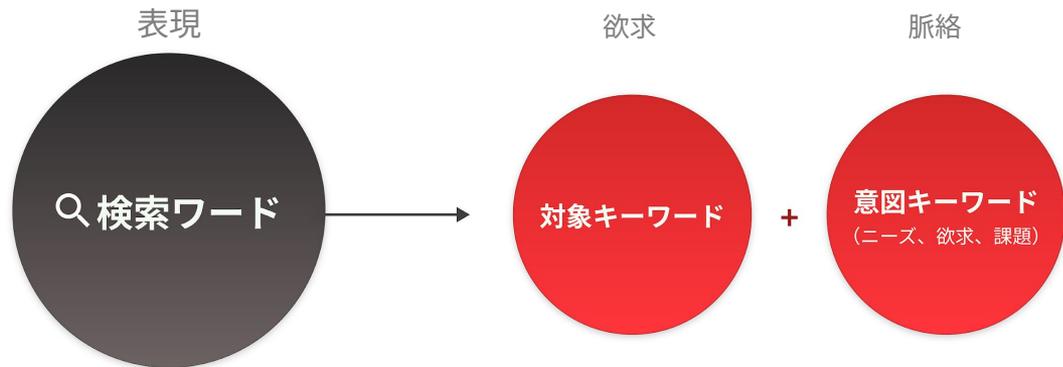
SNSデータ

- 感情：情緒、体験、感覚、気分、気持ち
- 感想：気持ち、意見、考え、印象、反応

Searchデータ

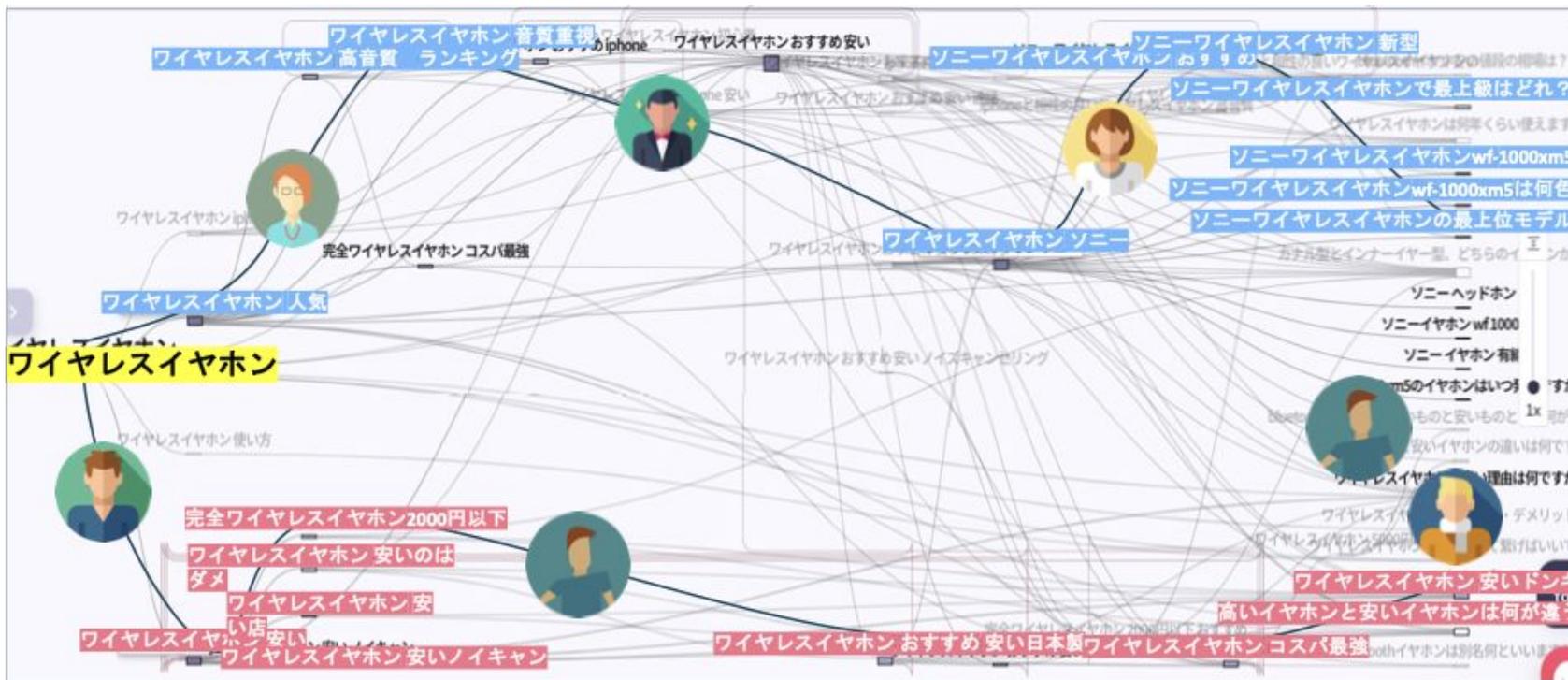
- 欲望：欲求、願望、追求、渴望、熱望
- 悩み：心配、課題、不安、真剣な考え

1. 検索ワードには消費者の欲求の対象と意図が潜んでいる



2. 検索経路には消費者の意図・悩み・課題が刻まれている

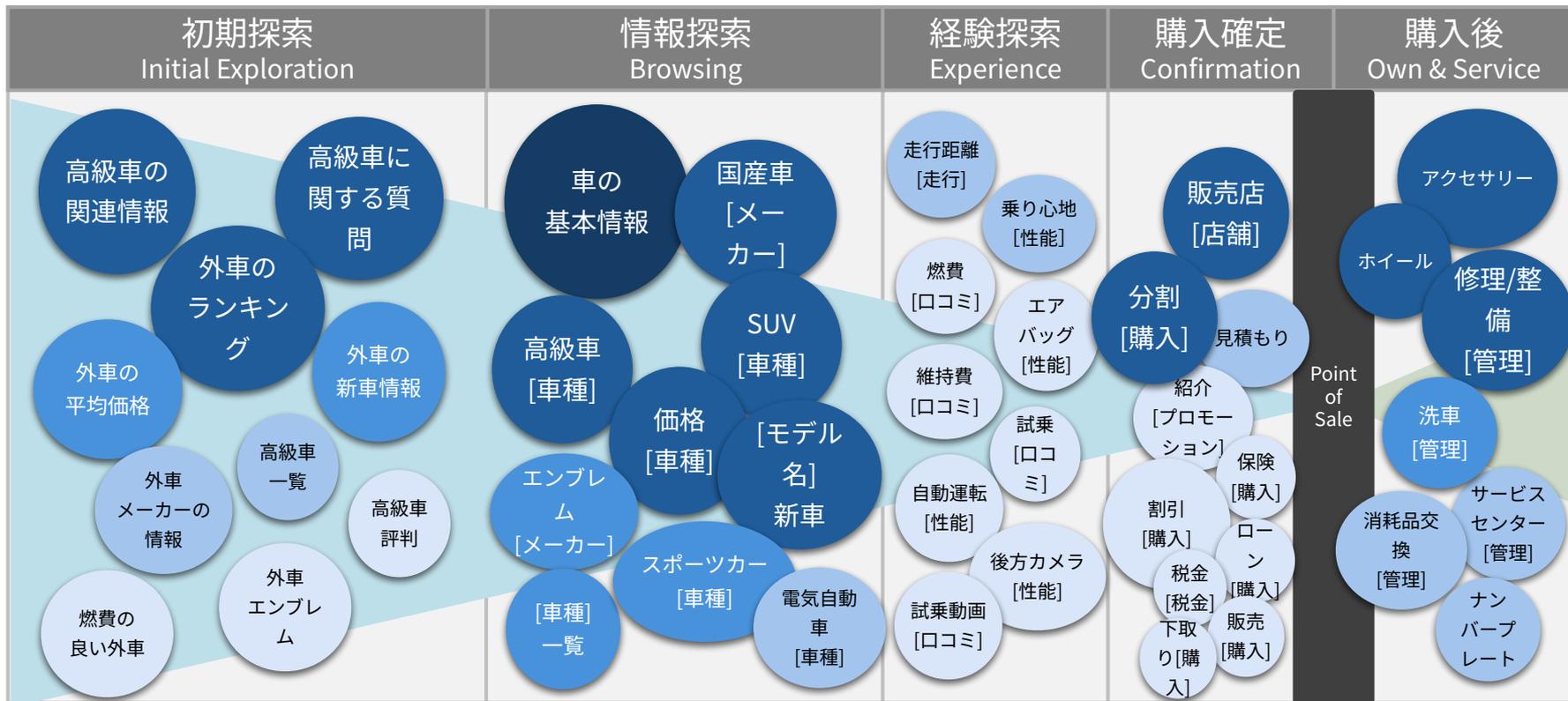
検索経路を見ると、検索目的や購入を決めた理由が浮き彫りになる



ワイヤレスイヤホンを検索した後の検索経路

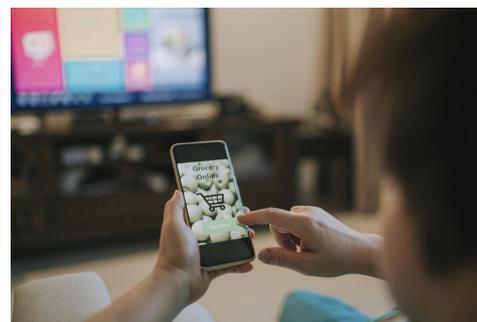
3. 消費者の_intentを基にブランドとの関係を把握

高級車市場関連キーワードを基に作った高解像度のカスタマージャーニーマップ



“モバイル検索”による消費者の変化

いつでも、どこでも些細なきっかけで探求する生活



リスニングMindを活用するための視点



営業、企画、製造

皆さんが担当している業務で
「消費者の行動意図」を把握できた場合、
どんな可能性が広がるでしょうか？



消費者



See the Unseen; Intent Marketing

検索データから読み解く日本コスメ市場最新トレンド



検索データから読み解く
日本コスメ市場最新トレンド

- 1 **日本のコスメ市場**
(スキンケア：日焼け止め)
- 2 **メンズコスメ市場**
(化粧水・コンシーラー)
- 3 **韓国コスメとコンビニコスメ**

【市場調査】日本のコスメ市場

*入力キーワード：ノンブランドキーワード(肌の悩み、製品カテゴリー) 100個

1,843,517
キーワード数

関連キーワード
5,441
トピック数
180万個

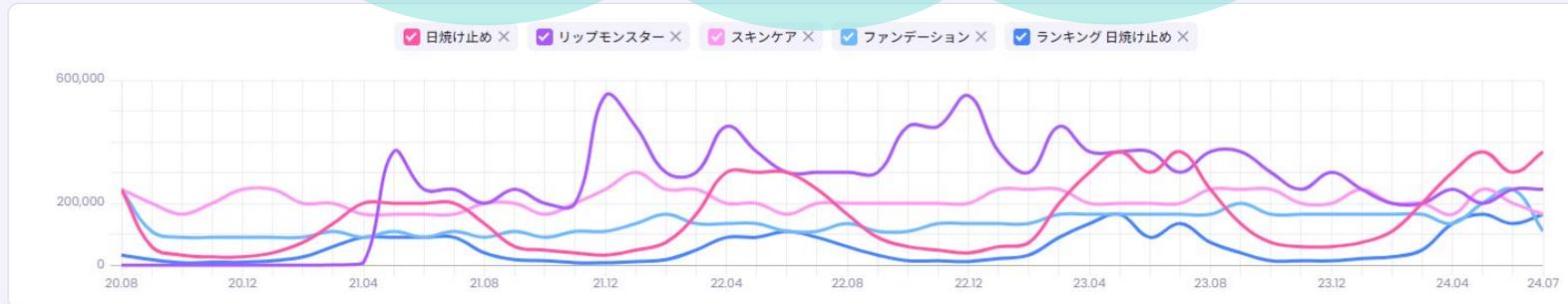
トピック
47万個

150,546,654
月平均検索量
年間平均ボリューム
1.5億回

1,778,190,290 /年
年間ボリューム

キーワード比較グラフ

6M 1Y 2Y 4Y



関連キーワード

Myキーワード登録

データダウンロード

30

キーワード	月平均ボリューム	年間ボリューム	増減率	トレンド	CPC (USD)	広告競合度	インテント
日焼け止め	345,666	2,299,000	22%		0.25	98	T
> リップモンスター	231,000	3,171,000	0%		0.15	74	T
> スキンケア	204,000	2,565,000	0%		1.64	95	C
ファンデーション	185,666	2,048,000	-18%		0.71	98	T
ランキング 日焼け止め	155,000	857,700	22%		0.3	66	T

【市場調査】日本のコスメ市場

*入力キーワード：ノンブランドキーワード(肌の悩み、製品カテゴリー) 100個

・コスメ関連で消費者が検索しているトピックは？

トピック	
キーワード数	ボリューム集計
<input type="checkbox"/> ニキビ	6,438,446 +
<input type="checkbox"/> 日焼け止め	4,975,946 +
<input type="checkbox"/> リップ	4,302,285 +
<input type="checkbox"/> ファンデーション	4,118,936 +
<input type="checkbox"/> 化粧水	3,620,009 +
<input type="checkbox"/> おすすめ	3,593,325 +
<input type="checkbox"/> アイシャドウ	3,583,901 +
<input type="checkbox"/> パック	2,858,159 +
<input type="checkbox"/> 化粧品	2,706,109 +
<input type="checkbox"/> クレンジング	2,297,686 +
<input type="checkbox"/> パウダー	2,133,614 +
<input type="checkbox"/> ランキング	2,059,313 +
<input type="checkbox"/> 毛穴	2,023,165 +
<input type="checkbox"/> ロコミ	1,835,741 +
<input type="checkbox"/> 下地	1,800,808 +
<input type="checkbox"/> スキンケア	1,785,881 +
<input type="checkbox"/> 洗顔	1,774,363 +
<input type="checkbox"/> コンシーラー	1,678,618 +
<input type="checkbox"/> 美容液	1,654,560 +
<input type="checkbox"/> シミ	1,654,417 +
<input type="checkbox"/> マスカラ	1,491,977 +
<input type="checkbox"/> クッションファンデ	1,447,679 +
<input type="checkbox"/> たるみ	1,305,241 +

悩み

ニキビ
(6,438,446)

毛穴
(2,023,165)

シミ
(1,654,417)

たるみ
(1,305,241)

かゆみ
(1,192,811)

スキンケア

日焼け止め
(4,975,946)

化粧水
(3,620,009)

パック
(2,858,159)

クレンジング
(2,297,686)

洗顔
(1,774,363)

コスメ

リップ
(4,302,285)

ファンデーション
(4,118,936)

アイシャドウ
(3,583,901)

パウダー
(2,113,614)

下地
(1,800,808)

【市場調査】 スキンケア検索量1位：日焼け止め

❖ スキンケア検索量No.1の日焼け止め
指名検索ブランドTop 10

ブランド・製品		
1	アネッサ	300,900
2	ビオレ	201,956
3	アリー	144,089
4	ニベア	137,736
5	スキンアクア	106,540
6	無印	68,154
7	アクアリッチ	59,179
8	キュレル	56,207
9	オルビス	49,745
10	サンカット	45,809

国内ブランド

❖ 日焼け止めを検索する消費者の様々な目的

形状		機能・成分		対象・パーツ	
スプレー	186,621	紫外線吸収剤不使用	55,051	顔	75,404
飲む	86,155	焼けない	49,935	敏感肌	73,757
スティック	68,409	ノンケミカル	41,378	メンズ	41,050
ジェル	36,367	トーンアップ	41,445	髪の毛	27,517
ミスト	23,535	さらさら	31,263	ニキビ	19,619

効果よりは成分への
関心が高い

【ペルソナ】 日焼け止め 紫外線吸収剤不使用



・広告コピー:

- 1)「紫外線吸収剤不使用！お肌と服を守る日焼け止め、今すぐチェック！」
- 2)「黄ばみを気にせず、思いっきりアウトドアを楽しもう！」
- 3)「白Tシャツも安心！黄ばまない日焼け止めで夏を満喫」
- 4)「ニベアの日焼け止め、紫外線吸収剤不使用で安心の使い心地」
- 5)「黒い服でも安心！黄ばまない日焼け止めに今すぐ手に入れよう」
- 6)「汗をかいても安心！服が黄ばまない日焼け止めがここに」
- 7)「紫外線から肌を守り、服を守る。新しい日焼け止めの選び方」
- 8)「日焼け止めの悩みを解決！黄ばみを気にせず楽しむ夏」

・LP:

「紫外線吸収剤不使用の日焼け止めで、服も肌も守る！」

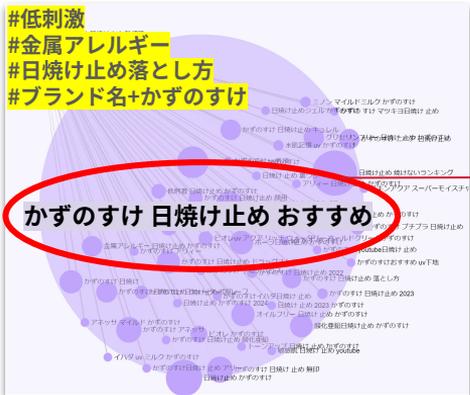
夏の外出時、紫外線から肌を守るために欠かせない日焼け止め。しかし、従来の製品は服に黄ばみを残すことが多く、特に白いTシャツやお気に入りの服が台無しになることも。そこで登場するのが、紫外線吸収剤不使用の日焼け止めです。この製品は、肌を守るだけでなく、服にも優しいフォーミュラを採用しています。

この日焼け止めは、軽やかな使用感で、肌にすっとなじみます。さらに、汗や水に強いウォータープルーフ設計なので、アクティブな日々を送るあなたにぴったりです。口コミでも高評価を得ており、多くのユーザーがその効果を実感しています。

夏のレジャーやビーチでの活動を楽しむためには、安心して使える日焼け止めが必要です。紫外線吸収剤不使用のこの製品を使えば、服の黄ばみを気にせず、思いっきり楽しむことができます。今すぐ、あなたの肌と服を守るための一歩を踏み出しましょう。購入は簡単、こちらからどうぞ！



【CEP&パーセプションの把握】 スキンケア検索量1位：日焼け止め



- 成分関連：低刺激、金属アレルギー、オイルフリー、酸化亜鉛、敏感肌
- 紹介した商品関連：[製品名：かずのすけ]

シャンプー、クレンジング、日焼け止めなどスキンケア中心に紹介

かずのすけ。
@kazunosuke · チャンネル登録者数 51.6万人 · 472 本の動画
こんにちは、かずのすけです。 ...さらに表示
ameblo.jp/rik01194、他 4 件のリンク
チャンネル登録

ホーム 動画 ライブ 再生リスト コミュニティ

【ブチプラ最強の組合せ】その4つ
最強の組合せ
この4つで完璧です

【ブチプラ最強の組合せ】この4つで完璧スキンケア！化粧...
2,089,776 回視聴 · 1 年前
今日は
ちかすのすけがドラッグストアで買えるブチプラスキンケアで『最強の組合せ』を選んだらという企画です！
※セラミドクリーム、ケアセラクリームが現在ドラッグストアでは販売していません。...
詳細

動画 ▶ すべて再生

これ作った人 理想的の汗止成分配合...
【考えた人、天才か..?】理...
5.7万 回視聴 · 3 日前

ガチで白くなったこの内3つ UVカット100% 汗止成分配合...
【1日であっというまに】友だち満...
27万 回視聴 · 6 日前

美白ハミガキ UVスプレー...
【最近のUVスプレーこんな...
6.6万 回視聴 · 10 日前

汗止成分配合...
【最強の汗止スプレー】汗...
3.9万 回視聴 · 13 日前



【メディアミックス】 スキンケア検索量1位：日焼け止め

- ・上位に表示されるドメインランクから広告・情報の掲載先を選定

The screenshot shows a search analysis tool interface. At the top, there's a search bar with the query "日焼け止め 紫外線吸収剤不使用". Below it, a summary box shows "分析まとめ" with "URLランク 6,370" and "ドメインランク 1,327". A list of organic keywords is displayed, with the top result being "cosme.net" with 794 organic keywords. Other results include "rakuten.co.jp" (761), "amazon.co.jp" (679), "my-best.com" (591), "i-voce.jp" (455), and "yahoo.co.jp" (343). On the left sidebar, there are filters for "キーワードリスト" (1493 items) and "日焼け止め ランキング" (Ranking of sunscreens).

・“日焼け止め 紫外線吸収剤不使用”の前後に検索されているキーワードを検索時、上位に表示されるドメインランク

- 1.@cosme
- 2.楽天
- 3.Amazon
- 4.マイベスト
- 5.VOCE(ヴォーチェ)
- 6.Yahoo
- 7.LIPS

- ・ URLランクで見ると、
1~5位は日焼け止めランキングの紹介
6~9位は紫外線吸収剤の特徴などを紹介

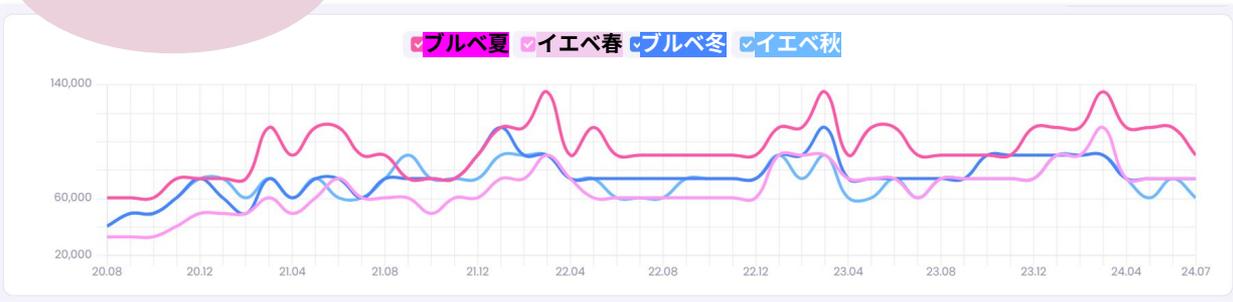
コンテンツの参考にも！

【市場調査】ポイントメイク市場：パーソナルカラー

*入力キーワード：パーソナルカラー、ブルベ、イエベ

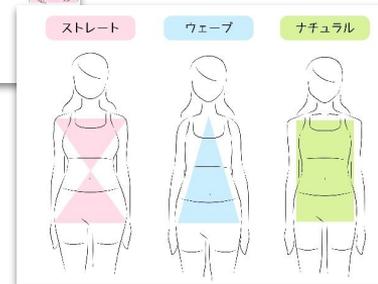
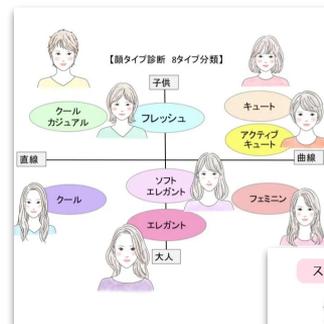


月平均検索量
530万



パーソナルカラーの浸透・安定的に検索されているトピック！

パーソナルカラーと骨格タイプや顔タイプをセットで検索し、自分に合った髪型や服装、化粧品を検索



【市場調査】ポイントメイク市場：パーソナルカラー

【パーソナルカラーのタイプ別：知りたいトピック】

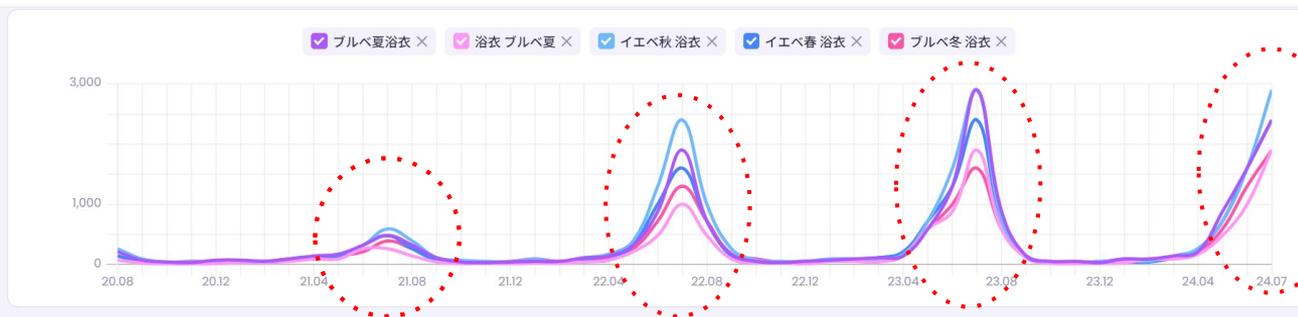
ブルベ夏(406,277)	イエベ秋(333,918)	ブルベ冬(273,190)	イエベ春(263,354)
アイシャドウ	リップ	リップ	アイシャドウ
芸能人	似合う色	アイシャドウ	髪色
髪色	アイシャドウ	髪色	リップ
リップ	芸能人	リップモンスター	ブルベ夏
リップモンスター	髪色	チーク	リップモンスター
チーク	リップモンスター	芸能人	秋
ヘアカラー	ヘアカラー	ロムアンド	ロムアンド
イエベ春	ロムアンド	ヘアカラー	ヘアカラー
ロムアンド	ハイトーン	カラコン	チーク
キャンメイク	メイク	似合わない	芸能人
セザンヌ	チーク	キャンメイク	メイク
メイク	セザンヌ	メンズ	キャンメイク
服	髪色明るめ	イエベ春	セザンヌ
似合わない	垢抜け	ハイトーン	ブルベ冬
ピンク	似合わない	セザンヌ	垢抜け

パーソナルカラーを上手く活用し、
マーケティングに成功したブランド

- 1.リップモンスター
- 2.ロムアンド
- 3.キャンメイク・セザンヌ

【市場調査】ポイントメイク市場：パーソナルカラー

💡 毎年7月に検索量が増えるキーワードは？“パーソナルカラー＋浴衣”



関連キーワード

Myキーワード登録

データダウンロード

30

キーワード	月平均ボリューム	年間ボリューム	増減率	トレンド	CPC (USD)	広告競合度	インテント
> リップモンスター クリアトーン ブルベ	1,200	3,600	360,000%	📈	0.28	● 31	I
> ブルベ夏浴衣	1,626	6,560	1,042%	📈	0.16	● 94	I
> 浴衣ブルベ夏	1,126	4,510	1,017%	📈	0.16	● 94	C
> イエベ秋浴衣	1,740	6,690	1,015%	📈	0.19	● 90	T
> イエベ春浴衣	1,573	6,110	823%	📈	0.21	● 96	C
> 浴衣イエベ秋	1,573	5,830	823%	📈	0.13	● 99	I
> ブルベ冬浴衣	1,263	5,120	804%	📈	0.23	● 91	I C

毎年7月に“パーソナルカラー＋浴衣”の検索量が急増。21年から検索量が年々増加している。

季節のイベントとパーソナルカラーを掛け合わせたマーケティングのチャンス！

*検索量1000以上・増減率順に並び替え

【市場調査】コスメ検索量1位：リップ

❖ リップを指す名称によって変わるブランドランキング

リップ(4,199,592)	ティント(384,865)	口紅(347,841)
リップモンスター	ロムアンド	ちふれ
ディオール	ペリペラ	シャネル
ロムアンド	アミューズ	資生堂
シャネル	セザンヌ	イブサンローラン
rmk	ティルティル	ケイト

● リップ

- rmkが4月から検索量急増



● ティント

- 韓国ブランドの認知度が高い

● 口紅

- 40代、50代というトピックが上位に登場
- 同じブランドだがリップモンスターではなく、ケイトの検索量の方が多い

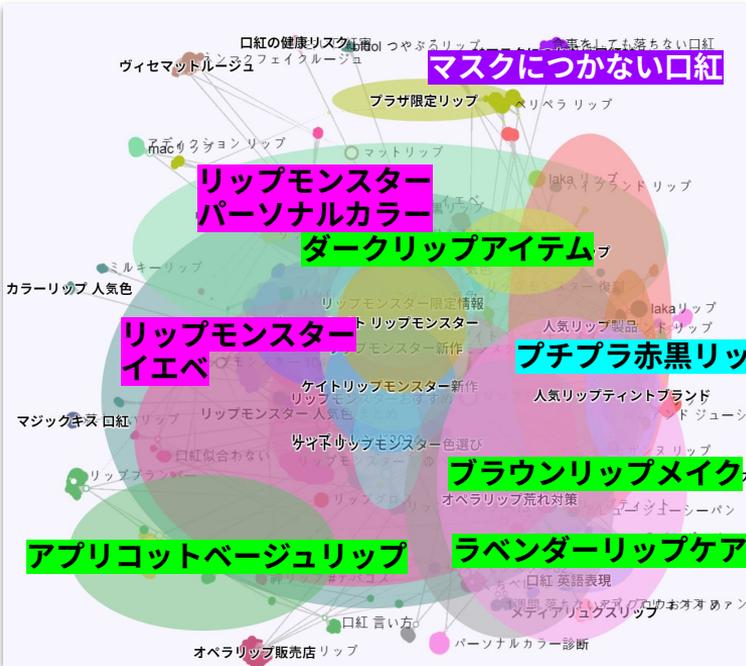
【市場調査】 リップの中でも圧倒的検索量：リップモンスター

- 21年5月の商品ローンチのタイミングで検索量急増→検索量キープ中
- 新色が出るタイミングで検索量増加



【CEP&パーセプション】リップモニター

❖ リップモニターを検索する 消費者の頭の中は？



パーソナルカラー

リップモニター パーソナルカラー

ポリウム合計	88,354
リップモニター 人気色	31,100
リップモニター アイエベ	8,100
リップモニター 桜色のみ	4,233

リップモニター アイエベ

ポリウム合計	41,557
リップモニター 103	19,900
陽炎 リップモニター	2,066
リップモニター 10	1,600
リップモニター 107	1,299

製品コンセプト

マスクにつかない口紅

ポリウム合計	16,977
口紅 落ちにくい	3,366
落ちないリップティント	2,233
マスクにつかないリップ	1,666
最強に落ちないリップ プチプラ	1,300

カラートーン

ブラウンリップメイク

ポリウム合計	397,935
パーソナルカラー診断	368,000
ブルベ夏リップ	13,000

アプリコットベージュリップ

ポリウム合計	6,060
ファッションリップ	2,566
アプリコットリップ	553
アプリコットベージュ	553

ダークリップアイテム

ポリウム合計	53,961
macリップ	27,100
アディクションリップ	11,533

ラベンダーリップケア

ポリウム合計	3,883
リップ自然な血色 プチプラ	633
リップ ツヤ	553
粘膜リップ 田中みな実	486

プチプラ赤黒リップ

カラートーン
+価格帯

ポリウム合計	9,575
リップ	7,100
rihkaリップ	516
桃リップ	373
人喰いリップ プチプラ	230



検索データから読み解く
日本コスメ市場最新トレンド

- 1 日本のコスメ市場
(スキンケア - 日焼け止め)
- 2 メンズコスメ市場
(化粧水・コンシーラー)
- 3 韓国コスメとコンビニコスメ

【市場調査】 メンズ市場

❖ “メンズ”関連で消費者が気になっているトピック

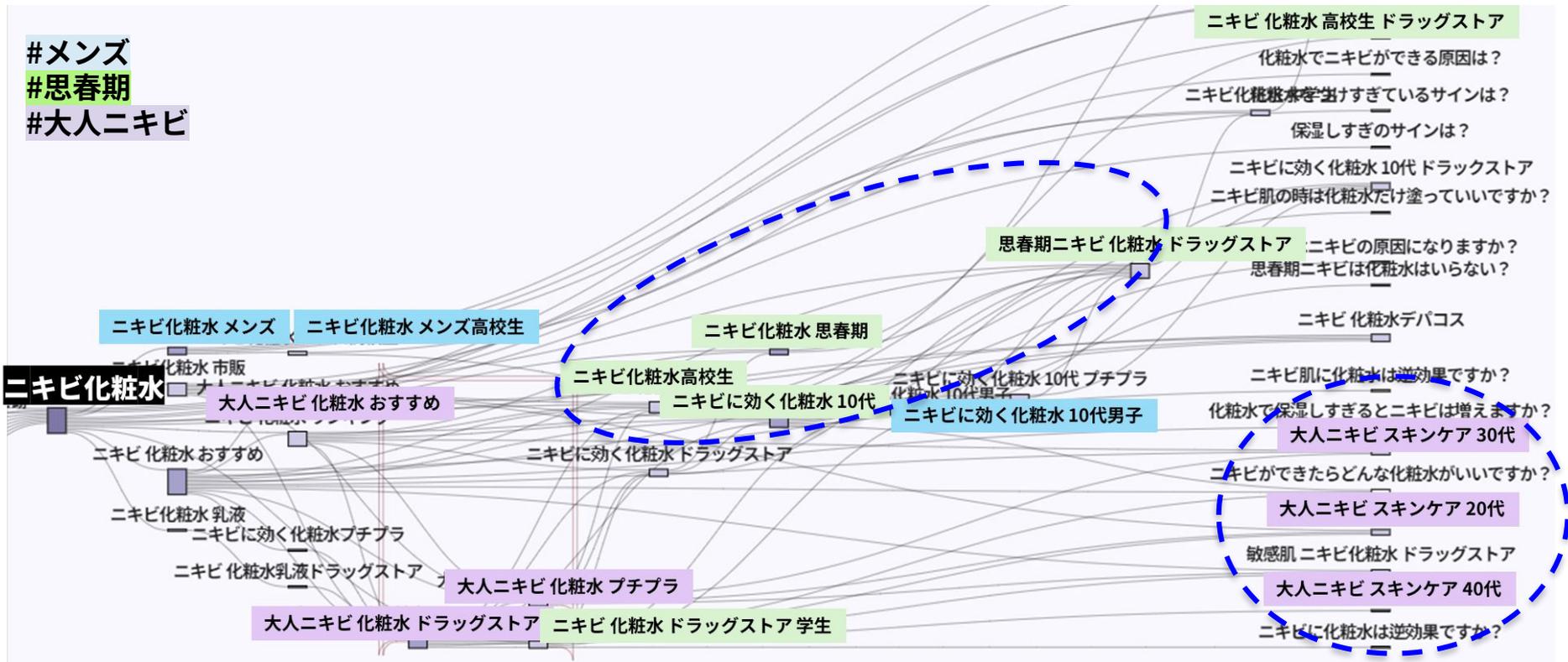
*入力キーワード：ノンブランドキーワード(肌の悩み、製品カテゴリー)
含める単語：メンズ、男性、男子

トピック	
キーワード数	ボリューム集計
<input type="checkbox"/> メンズ	830,845 +
<input type="checkbox"/> おすすめ	139,636 +
<input checked="" type="checkbox"/> 化粧水	131,890 +
<input type="checkbox"/> 男性	125,754 +
<input type="checkbox"/> スキンケア	111,956 +
<input type="checkbox"/> 男	110,201 +
<input checked="" type="checkbox"/> 洗顔	94,239 +
<input checked="" type="checkbox"/> ニキビ	58,223 +
<input checked="" type="checkbox"/> クレンジング	50,206 +
<input checked="" type="checkbox"/> 日焼け止め	50,071 +
<input checked="" type="checkbox"/> オールインワン	48,400 +
<input type="checkbox"/> 毛穴	31,356 +
<input checked="" type="checkbox"/> bbクリーム	28,412 +
<input type="checkbox"/> メンズ化粧水	28,303 +
<input type="checkbox"/> 化粧品	27,912 +
<input checked="" type="checkbox"/> メンズビオレ	22,571 +
<input checked="" type="checkbox"/> 乳液	22,367 +
<input type="checkbox"/> ランキング	22,159 +
<input type="checkbox"/> コンシーラー	21,383 +
<input type="checkbox"/> bb	21,000 +
<input type="checkbox"/> 男性用	20,567 +
<input type="checkbox"/> リップ	19,806 +

悩み	スキンケア	コスメ	ブランド
ニキビ (58,223)	化粧水 (131,890)	bbクリーム (28,412)	ビオレ (22,571)
毛穴 (31,356)	洗顔 (94,239)	コンシーラー (21,383)	無印 (14,205)
脂性肌 (18,794)	クレンジング (50,206)	リップ (19,806)	資生堂 (11,740)
しみ (16,600)	日焼け止め (50,071)	ファンデーション (17,254)	ニベア (9,408)
	オールインワン (48,400)		

【ペルソナ】 メンズスキンケア：ニキビ化粧水

🤔 ニキビ化粧水を検索しているユーザーの経路は？



【ペルソナ】 メンズスキンケア：ニキビ跡 化粧水

🤔 ニキビ跡 化粧水を検索しているユーザーの経路は？



メラノCC関連

- #メラノCC 化粧水 効果
- #メラノCC ニキビ治る
- #メラノCC 化粧水 ニキビ 効果
- #メラノCC 化粧水 口コミ
- #メラノCC 化粧水 ニキビ跡消える

メラノcc 化粧水効果

メラノcc ニキビ治る

メラノccはニキビに効果がありますか？

メラノcc化粧水しっとり さっぱり どっち

ニキビに効く化粧水10代ドラッグストア

ニキビ跡にはビタミン何がいいですか？

メラノcc化粧水に化粧水効果けたほうがいいですか？

ニキビ跡消える 治らない方がいいですか？

メラノcc化粧水 口コミ

ニキビは化粧水した方がいいですか？

ニキビ跡には何が効くの？

メラノcc化粧水 保湿と赤みを止めるニキビは増えますか？

ニキビ跡化粧水 高校生

ニキビ跡化粧水 メラノcc ニキビ肌に化粧水は逆効果ですか？

ニキビに効く化粧水ドラッグストア

赤く残ったニキビ跡はどうしたら治りますか？

ニキビ跡化粧水韓国

ニキビ跡の色素沈着を消すには？

ニキビ跡は何で消えますか？

イハダ化粧水 ニキビ跡

ビタミンcはニキビ跡の赤みにも効くの？

赤ニキビ化粧水ドラッグストア

ニキビ跡には何が良いですか？

ニキビ跡 色素沈着 化粧水 がいいですか？

色素沈着化粧水ドラッグストア

ニキビ跡 化粧水

ニキビ跡化粧水 デバコス

ニキビ跡化粧水 知恵

ニキビ跡 消す 市販 ランキング

ニキビ跡 消す 市販 ランキング

ニキビ跡化粧水 ドラッグストア

ニキビ跡化粧水 メンズ

ニキビ跡化粧水 メンズ 市販

ニキビ跡化粧水 ランキング

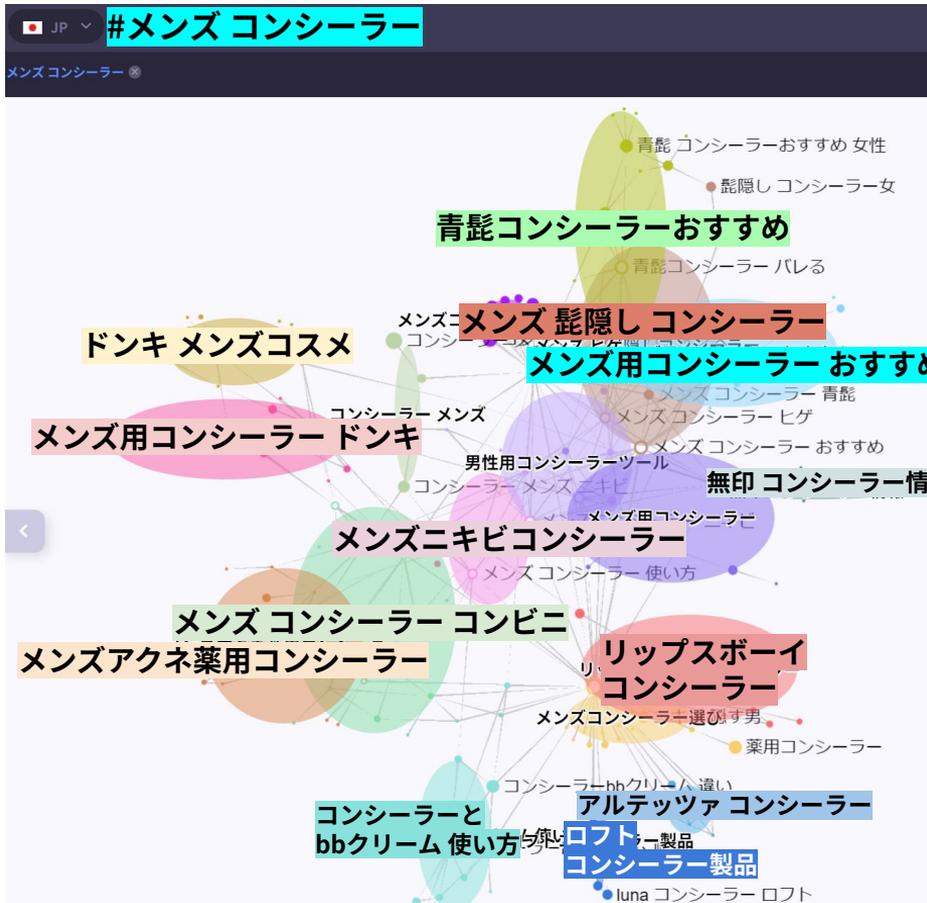
色素沈着化粧水ドラッグストア

ニキビ跡化粧水 ドラッグストア

ニキビ跡の悩み

色素沈着

【CEP&パーセプション】 メンズコスメ：コンシーラー



- 目的
 - 髭、青髭、ニキビ、ニキビ跡隠し
- 購入先
 - ドン・キホーテ、コンビニ、ロフト
- ブランド
 - アクネ、リップスボーイ、アルテッツァ、無印



気になる箇所に
ひと塗り、
一瞬でキマる
メンズスキン



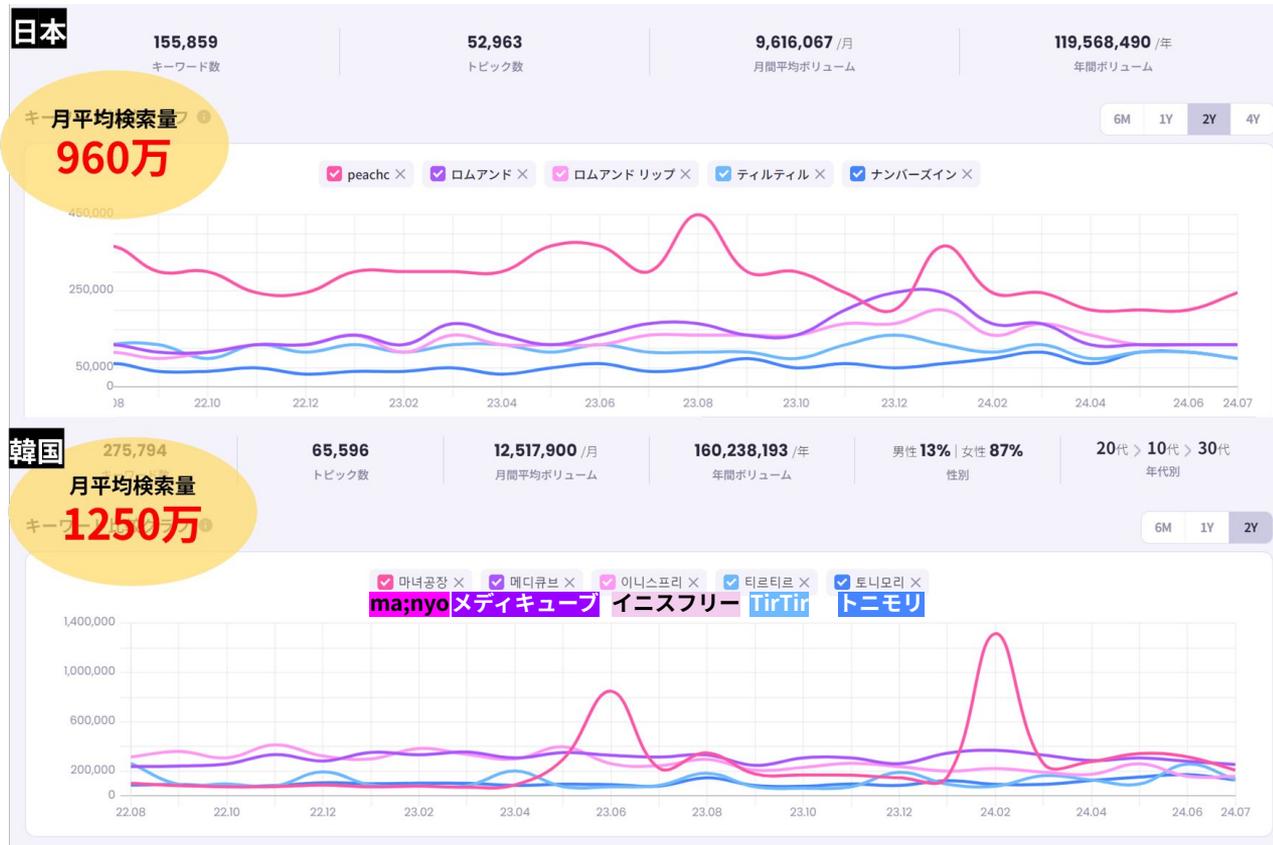


検索データから読み解く
日本コスメ市場最新トレンド

- 1 日本のコスメ市場
(スキンケア - 日焼け止め)
- 2 メンズコスメ市場
(化粧水・コンシーラー)
- 3 韓国コスメとコンビニコスメ

【市場調査】 韓国コスメブランドの検索状況比較

*入力キーワード：韓国ブランド57個



韓国コスメブランドが日本進出を検討する理由：

- 既に日本でも韓国コスメブランドの認知度が高く、指名検索されている。
- 韓国での検索量（市場規模）とも大差がない。

【市場調査】 韓国コスメブランドの認知度比較

日本

キーワード数 ボリューム集計

<input type="checkbox"/> ロムアンド	1,022,301 +
<input type="checkbox"/> クッションファンデ	544,727 +
<input type="checkbox"/> ティルティル	543,813 +
<input type="checkbox"/> リップ	472,783 +
<input type="checkbox"/> クリオ	454,358 +
<input type="checkbox"/> バニラコ	450,535 +
<input type="checkbox"/> イニスフリー	398,260 +
<input type="checkbox"/> アイシャドウ	381,185 +
<input type="checkbox"/> ナンバーズイン	351,309 +
<input type="checkbox"/> vt	286,569 +
<input type="checkbox"/> クッションファンデーション	272,287 +
<input type="checkbox"/> ミシャ	247,085 +
<input type="checkbox"/> デイジーク	244,259 +

韓国

キーワード数 ボリューム集計

<input type="checkbox"/> 룸앤 ロムアンド	773,653 +
<input type="checkbox"/> 클리오 クリオ	657,919 +
<input type="checkbox"/> 메디 メディキューブ	654,565 +
<input type="checkbox"/> 쿠션	637,278 +
<input type="checkbox"/> 이니스 イニスフリー	583,489 +
<input type="checkbox"/> 닥터지 Dr.G	534,746 +
<input type="checkbox"/> 틴트	499,411 +
<input type="checkbox"/> 에스쁘아 エスポア	481,027 +
<input type="checkbox"/> 마녀공장 ma:nyo	480,839 +
<input type="checkbox"/> 에뛰드 エチュード	477,389 +
<input type="checkbox"/> 페리페라 ペリペラ	441,129 +
<input type="checkbox"/> 선크림	403,266 +

日韓でTOP3に入っている
ロムアンドとクリオの共通点
→ **コンビニでの展開**

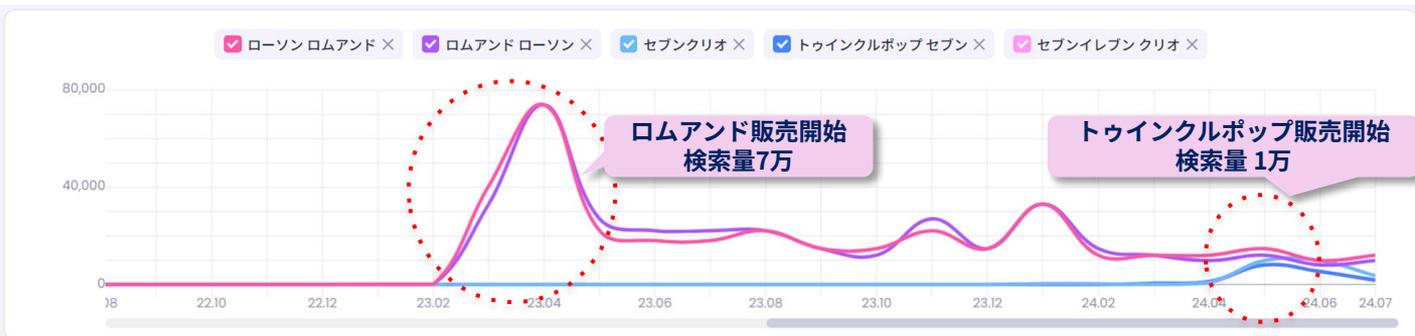
ローソン×ロムアンド
(&nd by rom&nd)



セブンイレブン×クリオ
(twinkle pop)



【効果測定】 コンビニコスメの検索状況



関連キーワード

データダウンロード ↓

30 ▼

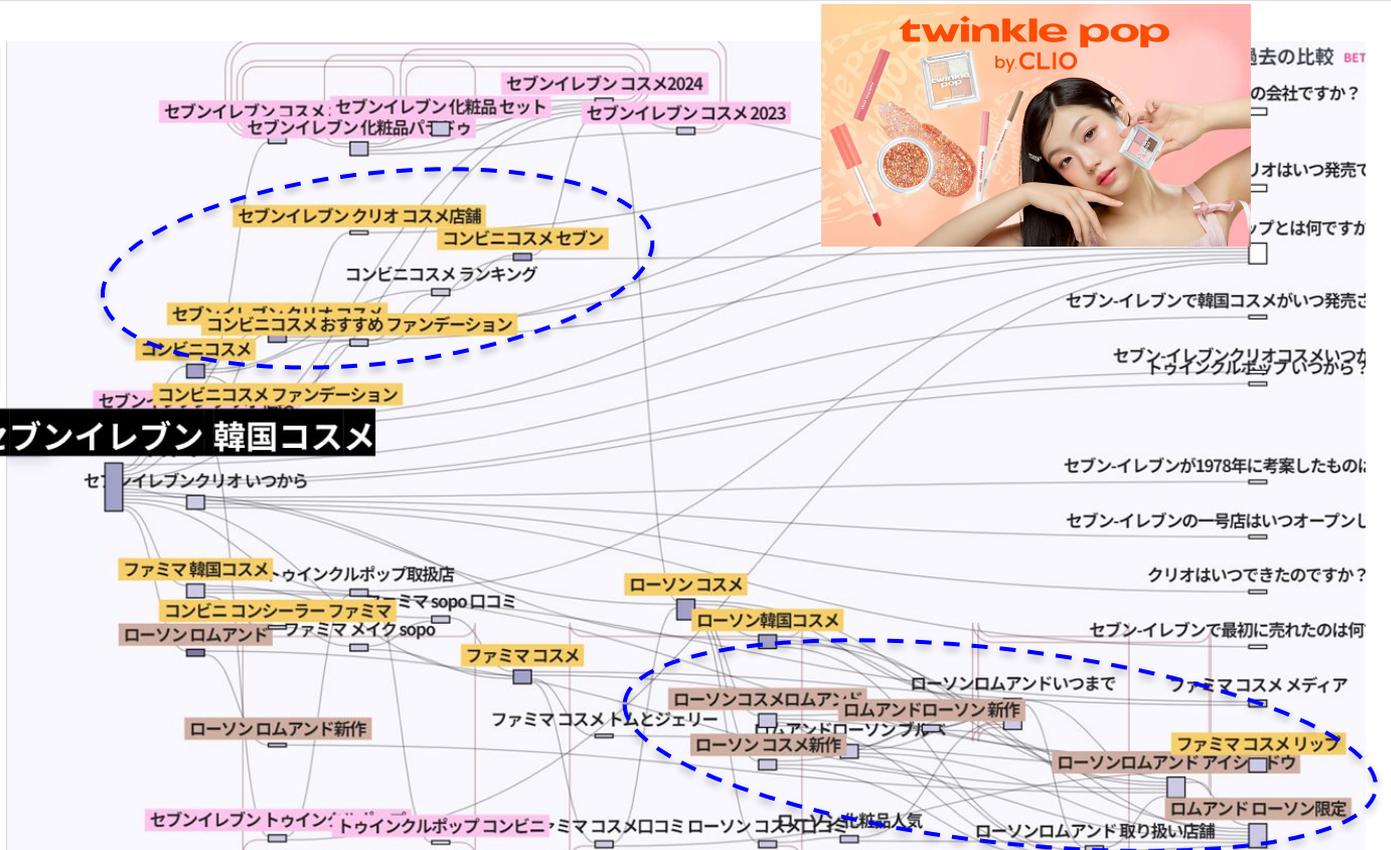
キーワード	月平均ボリューム	年間ボリューム	増減率	トレンド	CPC (USD)	広告競合度	インテント
ローソン ロムアンド	12,266	195,000	0%		0.44	2	1
ロムアンド ローソン	10,033	191,000	0%		0.16	5	1
セブンクリオ	7,800	25,060	309%		0.2	-	1
トウインクルポップセブン	5,133	17,380	46%		0.14	12	1
セブンイレブンクリオ	5,033	16,700	122%		0.06	2	1

販売開始時（ピーク時）
ロムアンドは検索量7万、
クリオは検索量1万
(ローンチから1年経ったロムアンドと同等)

【効果測定】 コンビニコスメの検索経路：セブンイレブン

コンビニでのコスメ選び	22,614
ローソンとロムアンドの新作情報	13,233
セブン-イレブンのクリオ商品の詳細	1,683

“セブンイレブン韓国コスメ”を検索するユーザーは、コンビニコスメやローソン（ロムアンド）と比較し、離脱する経路



ビジネス成長に必要な効果的なマーケティング：インテントマーケティング

消費者インテント
Customer
Intent



Business
Goal 目的地 ▶

消費者インテント
Customer
Intent



ASCENT