

2024 Listening Mind Academy

# データインサイトクラブVol2. (食品)

1. **なぜ検索データなのか？**
2. **検索データ**でビジネスを成功に導く5つの公式



**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欠かせない8つの質問



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

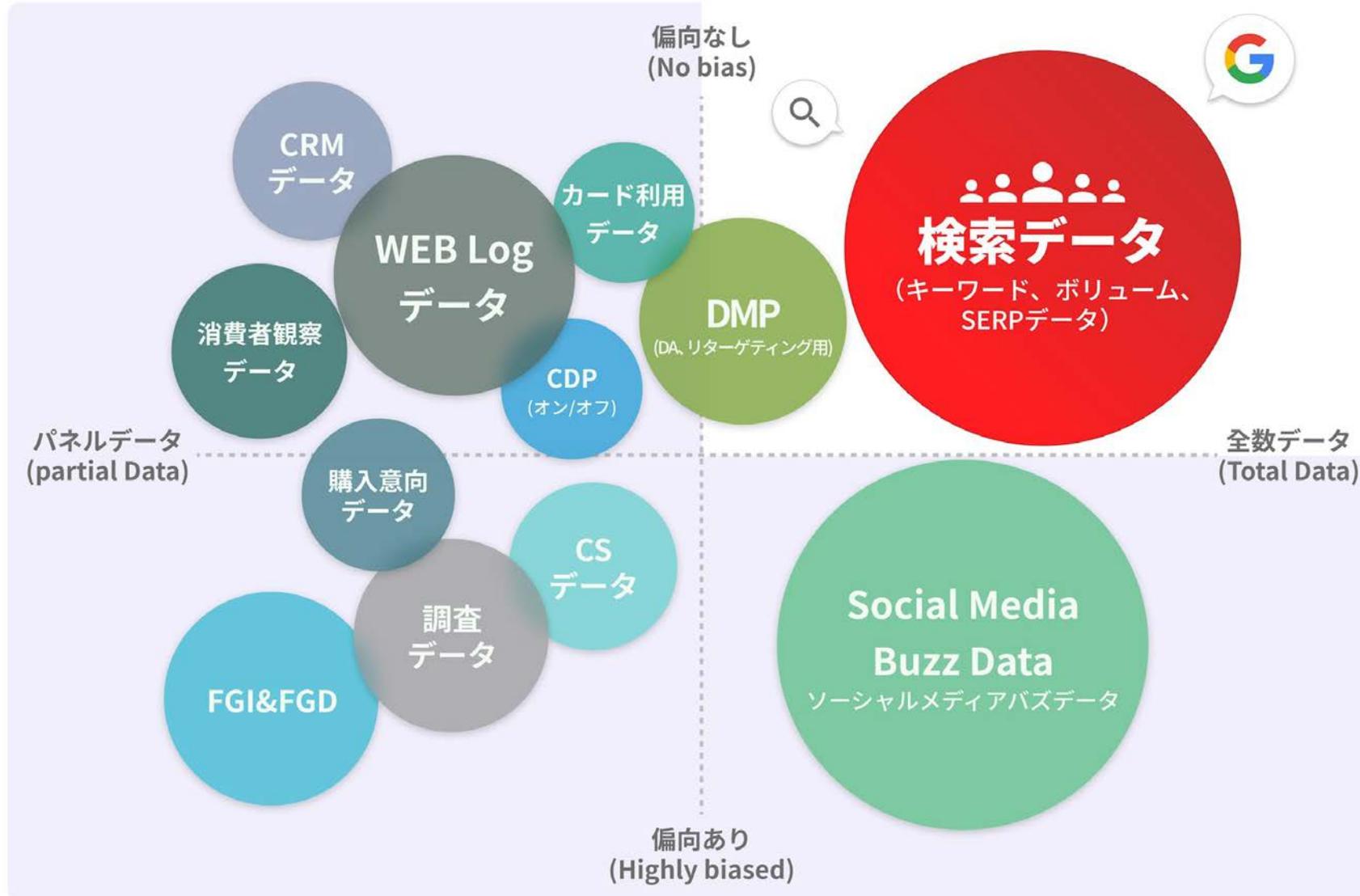


オンラインでの  
メディア露出状況は？  
シェアオブボイス



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

# バイアスのない全数データ：検索データ





# ソーシャルデータ vs サーチデータ

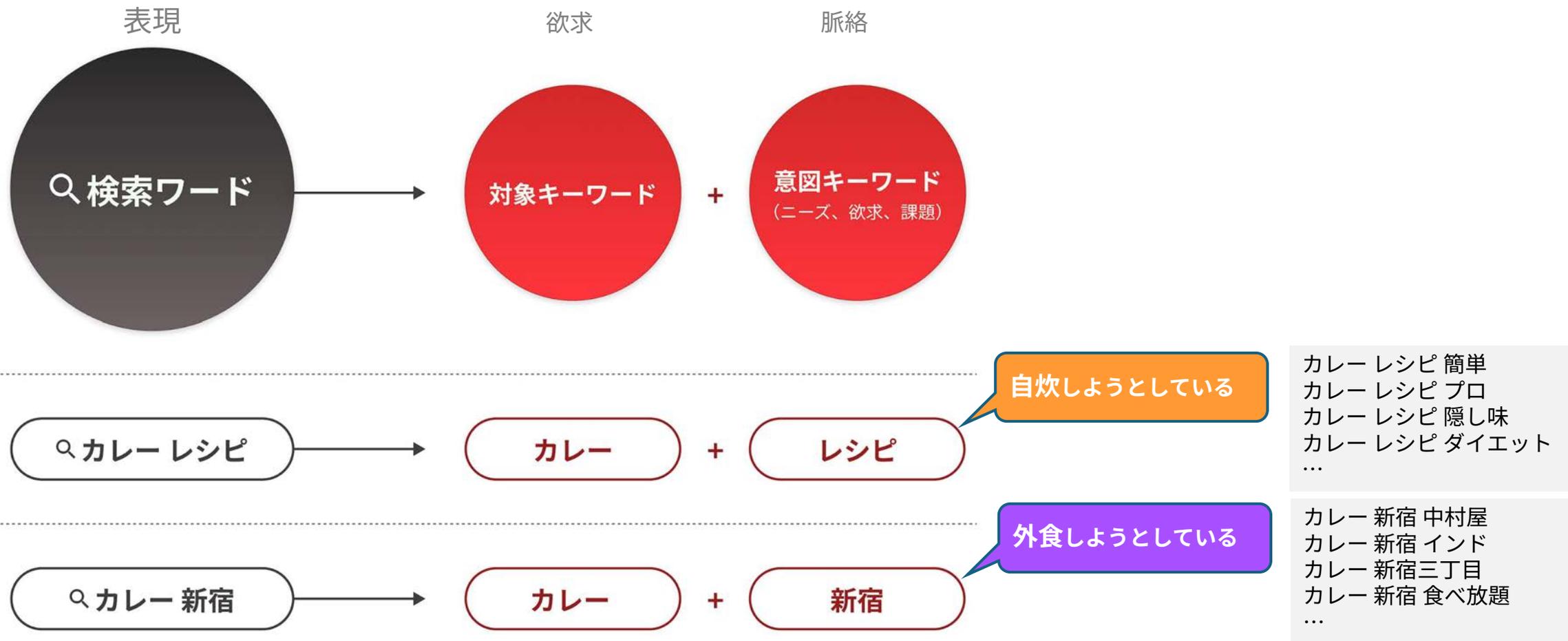
## SNSデータ

- ・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

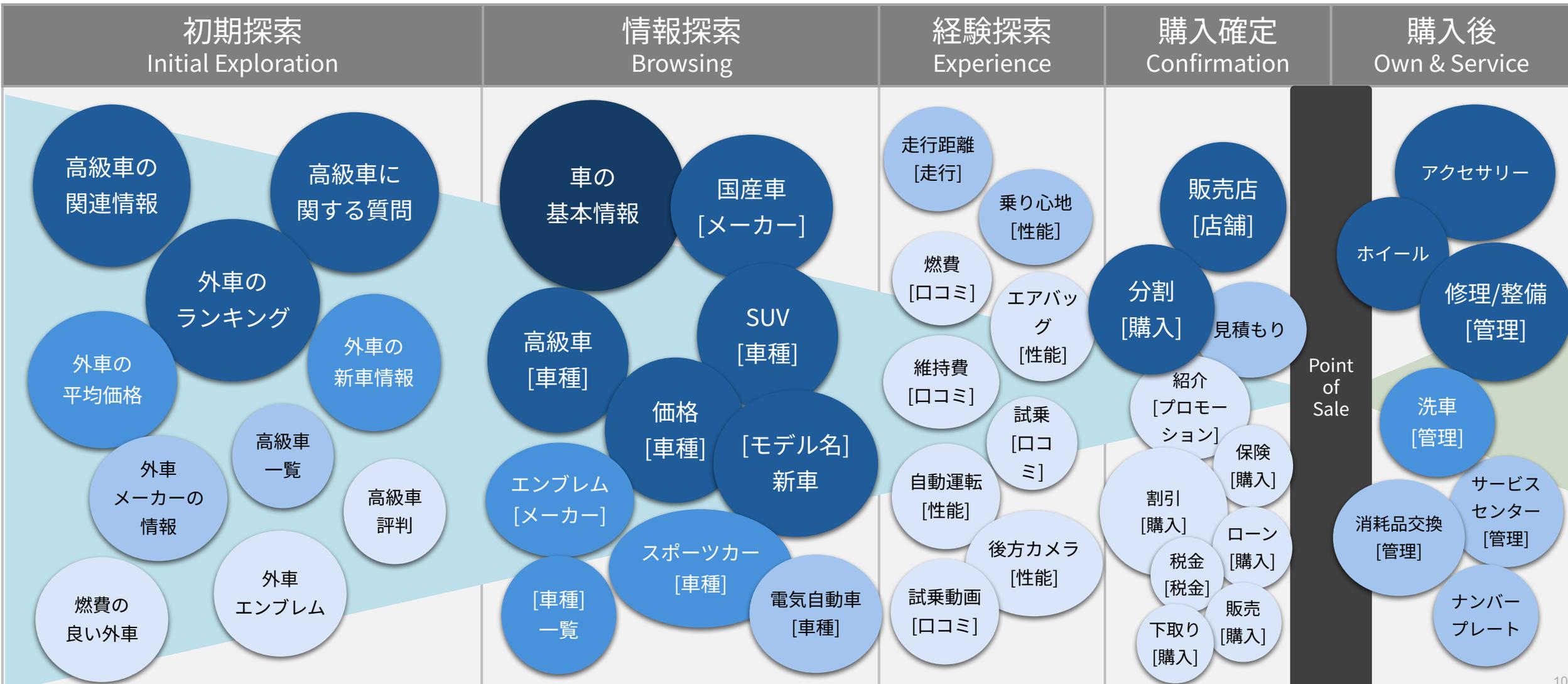




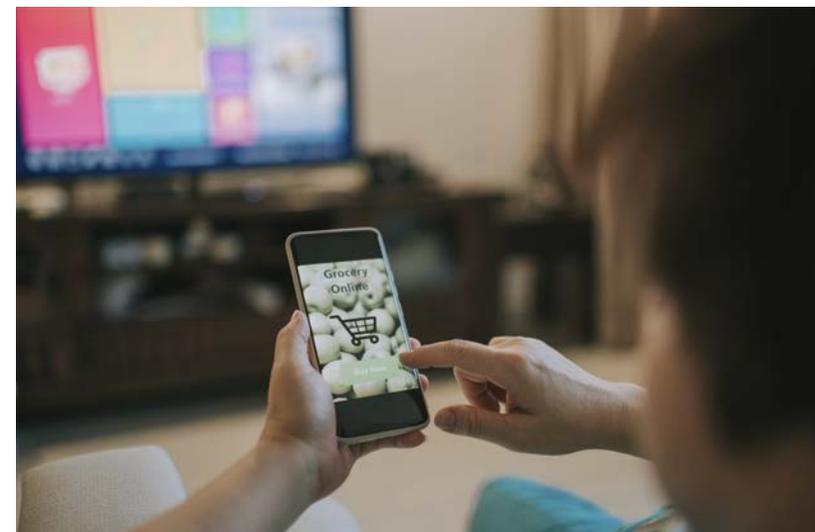
# 3. CDJマップは消費者とブランドの相互作用を物語っている

\*CDJ:カスタマージャーニー

高級車市場関連キーワードを基にし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”によるメディア消費パターンの変化





**See the Unseen; Intent Marketing**

**検索データで**

**ビジネスを成功に導く5つの公式**



検索データで  
ビジネスを成功に  
導く5つの公式

- 1 市場調査**  
市場の規模、特徴、構成、  
競合状況を素早く把握
- 2 商品開発**  
消費者のペインポイント、  
購買決定要因からヒントを得る
- 3 ペルソナ**  
ターゲットセグメントの意図  
(目的) をベースにペルソナ作成
- 4 メディア  
ミックス**  
カスタマージャーニー上で  
影響力のあるメディアを把握
- 5 効果測定**  
ブランドの指名検索量から  
キャンペーンの効果を測定



検索データで  
ビジネスを成功に  
導く5つの公式

- 1 市場調査**  
市場の規模、特徴、構成、  
競合状況を素早く把握
- 2 商品開発**  
消費者のペインポイント、  
購買決定要因からヒントを得る
- 3 ペルソナ**  
ターゲットセグメントの意図  
(目的) をベースにペルソナ作成
- 4 メディア  
ミックス**  
カスタマージャーニー上で  
影響力のあるメディアを把握
- 5 効果測定**  
ブランドの指名検索量から  
キャンペーンの効果を測定

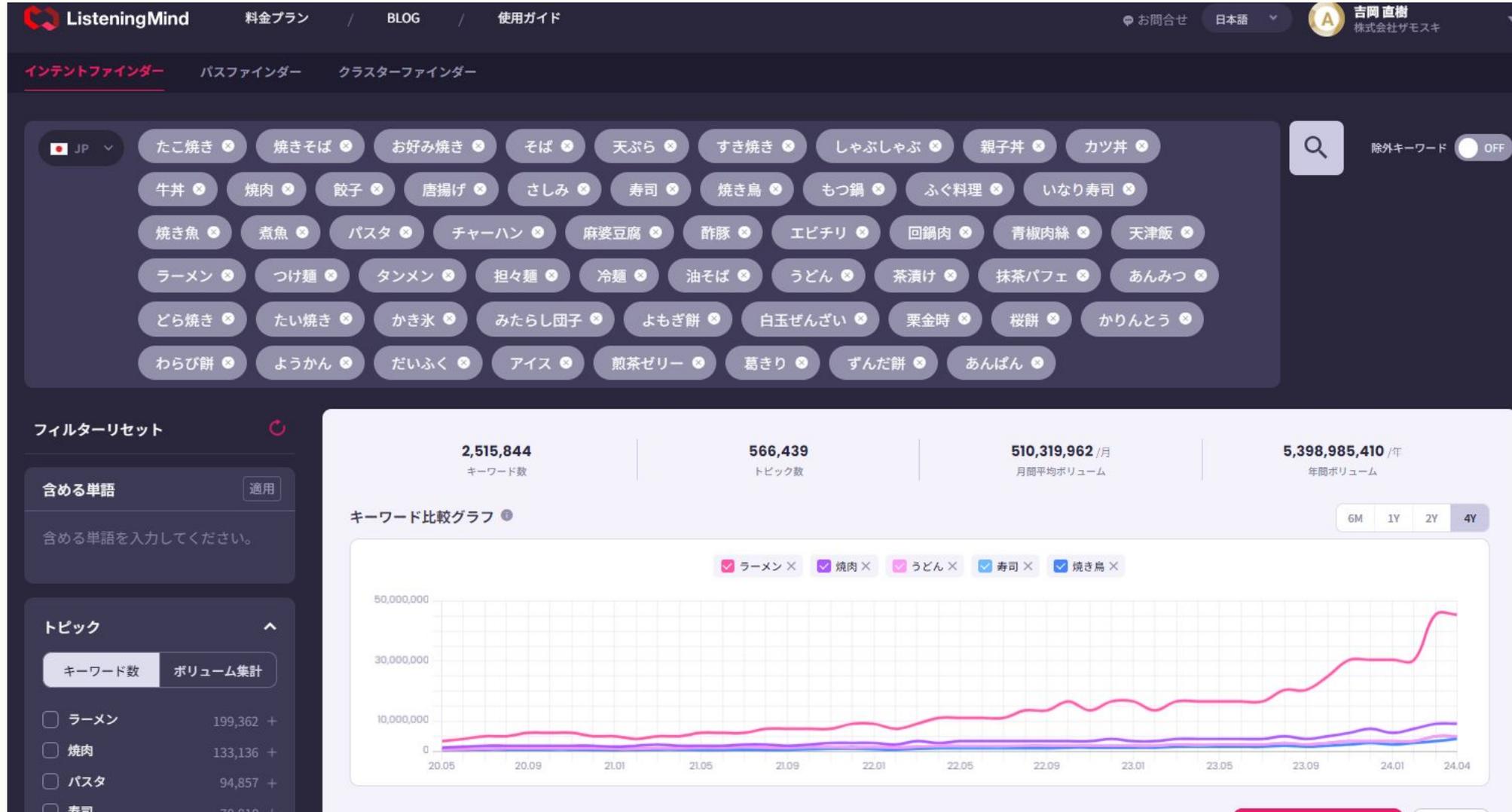
# 検索データの活用方法：市場調査

## 主要な食品名を一括入力（100件まで対応）

ラーメン強し！



ネット上での関心が高い



# 検索データの活用方法：市場調査

麺類に絞ってみる ラーメンがうどんの検索量の10倍。直近も増加傾向。



トピックを見る

家系や二郎系などのがっつり系の  
ラーメン屋さんに関する検索  
(外で食べる味：家系、二郎系)

外食傾向が出ている模様

お店を探しているジョブが  
強く出ている模様。伸長傾向。



トピック

キーワード数 | ボリューム集計

- ラーメン 76,663,604 +
- らーめん屋 2,581,861 +
- らーめんや 2,573,832 +
- らーめん 2,195,065 +
- ラーメン屋 1,937,137 +
- 家系ラーメン 1,919,540 +
- 近くの 1,865,828 +
- 二郎系 1,554,018 +
- 近くのラーメン屋 1,228,992 +
- ラーメンショップ 1,164,039 +
- ラーメン家系 1,155,195 +
- ラーメン屋近く 1,148,066 +
- 家系とは 1,146,712 +
- 味噌ラーメン 912,153 +
- ランキング 846,350 +
- 丸源ラーメン 835,142 +
- ラーメン二郎 809,401 +
- 近くのラーメン 691,184 +
- ラーメン近く 687,502 +
- 味噌 588,599 +

中食・内食  
では？

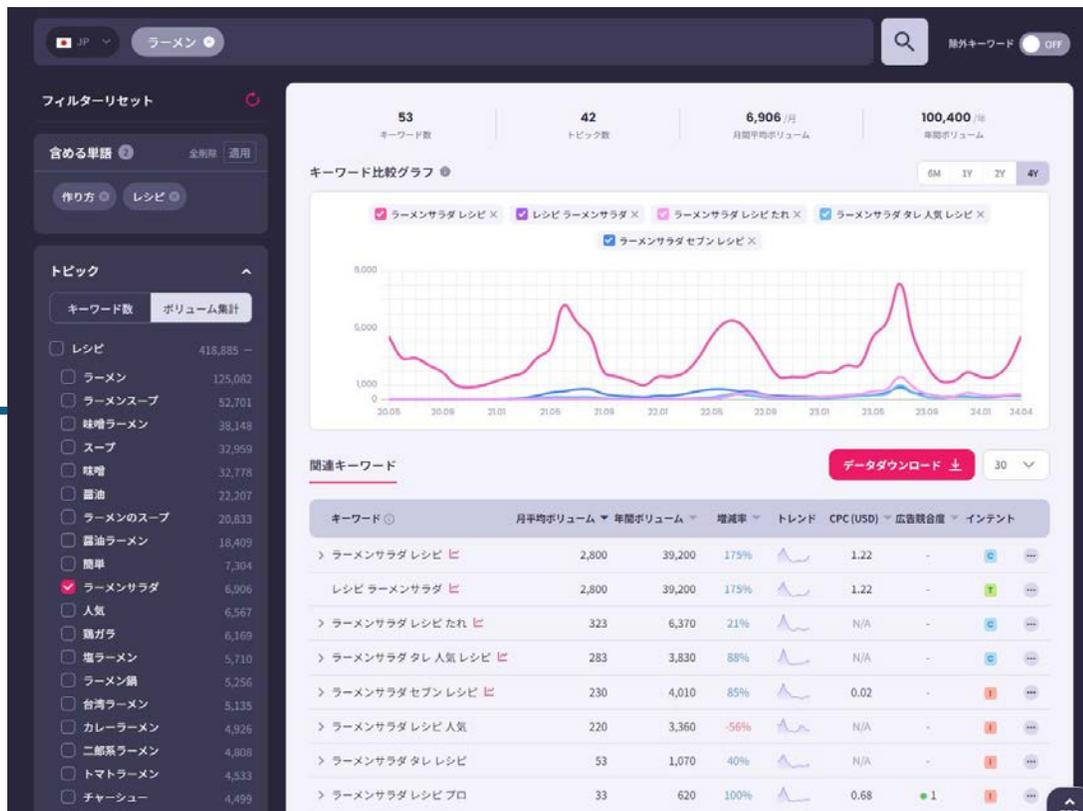


検索データで  
ビジネスを成功に  
導く5つの公式

- 1 市場調査**  
市場の規模、特徴、構成、  
競合状況を素早く把握
- 2 商品開発**  
消費者のペインポイント、  
購買決定要因からヒントを得る
- 3 ペルソナ**  
ターゲットセグメントの意図  
(目的) をベースにペルソナ作成
- 4 メディア  
ミックス**  
カスタマージャーニー上で  
影響力のあるメディアを把握
- 5 効果測定**  
ブランドの指名検索量から  
キャンペーンの効果を測定

# 検索データの活用方法：商品開発

内食を、「作り方」・「レシピ」で調査



定番ラーメンが続く中で、**ラーメンサラダ**が出現

**札幌**名物。**セブン**で商品化。**焼き肉のたれ**や、**ドレッシング**を使ったお手軽料理。

# 検索データの活用方法：商品開発

中食を、「アレンジ」で調査

トピック	
キーワード数	ボリューム集計
<input type="checkbox"/> アレンジ	375,763 +
<input checked="" type="checkbox"/> 辛ラーメン	85,309 -
<input checked="" type="checkbox"/> アレンジ	76,292
<input checked="" type="checkbox"/> アレンジ油そば	2,400
<input checked="" type="checkbox"/> キムチ	1,546
<input checked="" type="checkbox"/> 焼きそばアレンジ	1,500
<input checked="" type="checkbox"/> アレンジ人気	1,063
<input checked="" type="checkbox"/> 辛いアレンジ	866
<input checked="" type="checkbox"/> カルボナーラ	813
<input checked="" type="checkbox"/> 公式	463
<input checked="" type="checkbox"/> さを和らげる	433
<input checked="" type="checkbox"/> マイルド	386

トピック	
キーワード数	ボリューム集計
<input type="checkbox"/> アレンジ	375,763 +
<input type="checkbox"/> 辛ラーメン	85,309 +
<input type="checkbox"/> 辛いラーメン	69,540 +
<input checked="" type="checkbox"/> チキンラーメン	44,252 -
<input checked="" type="checkbox"/> アレンジ	43,293
<input checked="" type="checkbox"/> チーズ	1,526
<input checked="" type="checkbox"/> ご飯	720
<input checked="" type="checkbox"/> 簡単	553
<input checked="" type="checkbox"/> 残り汁アレンジ	390
<input checked="" type="checkbox"/> スープ	263
<input checked="" type="checkbox"/> 辛	260
<input checked="" type="checkbox"/> 公式	243

トピック	
キーワード数	ボリューム集計
<input type="checkbox"/> アレンジ	375,763 +
<input type="checkbox"/> 辛ラーメン	85,309 +
<input type="checkbox"/> 辛いラーメン	69,540 +
<input type="checkbox"/> チキンラーメン	44,252 +
<input checked="" type="checkbox"/> サッポロ一番塩ラーメン	27,253 -
<input checked="" type="checkbox"/> アレンジ	27,127
<input checked="" type="checkbox"/> 人気	5,400
<input checked="" type="checkbox"/> 牛乳	1,500
<input checked="" type="checkbox"/> 一位	676
<input checked="" type="checkbox"/> 簡単	366
<input checked="" type="checkbox"/> リュウジ	196
<input checked="" type="checkbox"/> カルボナーラ	160

トピック	
キーワード数	ボリューム集計
<input type="checkbox"/> アレンジ	375,763 +
<input type="checkbox"/> 辛ラーメン	85,309 +
<input type="checkbox"/> 辛いラーメン	69,540 +
<input type="checkbox"/> チキンラーメン	44,252 +
<input type="checkbox"/> サッポロ一番塩ラーメン	27,253 +
<input checked="" type="checkbox"/> 塩ラーメンアレンジ	24,151 -
<input checked="" type="checkbox"/> カルボナーラ	1,500
<input checked="" type="checkbox"/> 汁なし	720
<input checked="" type="checkbox"/> 辛い	343
<input checked="" type="checkbox"/> 油そば	196
<input checked="" type="checkbox"/> 調味料	130
<input checked="" type="checkbox"/> トップバリュ	63

定番商品で、チーズ、牛乳、カルボナーラが頻出

辛ラーメンですら、カルボナーラが！



# 検索データの活用方法：商品開発

## お湯を注ぐだけで出来る麺

打倒、サッポロ一番。スープが余る問題に应答。乾麺より簡単。お湯を注ぐだけで簡単に楽しめる画期的なインスタント麺。アレンジは自在、もうスープが余る心配も無し。手軽に様々な料理に変身します！



## かけるだけ、の麺用ドレッシング

麺がちょっと贅沢な本格料理に！アレンジ自在なベースフレーバー。3つの個性豊かなドレッシング。クリーミーで濃厚な「カルボナーラ味」、風味豊かな「油そば味」、さっぱりとした「ラーメンサラダ味」の3種類。





検索データで  
ビジネスを成功に  
導く5つの公式

- 1 市場調査**  
市場の規模、特徴、構成、  
競合状況を素早く把握
- 2 商品開発**  
消費者のペインポイント、  
購買決定要因からヒントを得る
- 3 ペルソナ**  
ターゲットセグメントの意図  
(目的) をベースにペルソナ作成
- 4 メディア  
ミックス**  
カスタマージャーニー上で  
影響力のあるメディアを把握
- 5 効果測定**  
ブランドの指名検索量から  
キャンペーンの効果を測定

# 検索データの活用方法：ペルソナ

〈市場は拡大が見込まれるも、食品市場参入のハードルは高い〉

冷凍宅配弁当も、今後の伸長が期待されているカテゴリーの一つだ。矢野経済研究所が発表した国内食品宅配市場(フードデリバリーや生協など含む)に関する調査では、24年度の市場規模(見込)は前年比2.9%増の2兆6,858億円に達するという。冷凍弁当などの配食サービスも、新型コロナウイルスの影響が薄れた今も着実な伸びていると、メーカー各社は話す。

@DIME アットタイム

味の素がまぜご飯の上におかずを詰めた一食完結型の宅配冷凍弁当「あえて、」のサブスクサービスをスタート ...

味の素は、まぜご飯の上におかずを詰めた一食完結型の宅配冷凍弁当「あえて、」を開発し、小売業特化型のDXソリューションプロバイダー企業であるイングリウッドと



【累計販売食数9,000万食突破】健康的なお弁当を手軽にお召し上がる宅配サービス「ナッシュ」

2018年のサービス開始から累計販売食数が9,000万食を突破

ナッシュ株式会社 2024年6月4日 12時00分



サービス開始わずか6年で9,000万食を突破

話題の冷凍弁当・宅配弁当 🍱

検索データではどのようなインサイトが見えるのか？

食品産業新聞社ニュースWEB

冷凍宅配弁当、販売の伸長続く「健康」需要の高まりなど支持要因、コロナ禍でのEC市場の広がりも追い風に

〈市場は拡大が見込まれるも、食品市場参入のハードルは高い〉。冷凍宅配弁当も、今後の伸長が期待されているカテゴリーの一つだ。矢野経済研究所が発表した国内食品宅配...



日経BP

ローソン、冷凍おにぎりでサステナブル社会へ

物流の2024年問題や食品ロスの削減を念頭に、冷凍おにぎりの実験販売を実施した。冷凍おにぎりで即食ニーズを満たすという実験の成果と顕在化した課題...



# 検索データの活用方法：ペルソナ

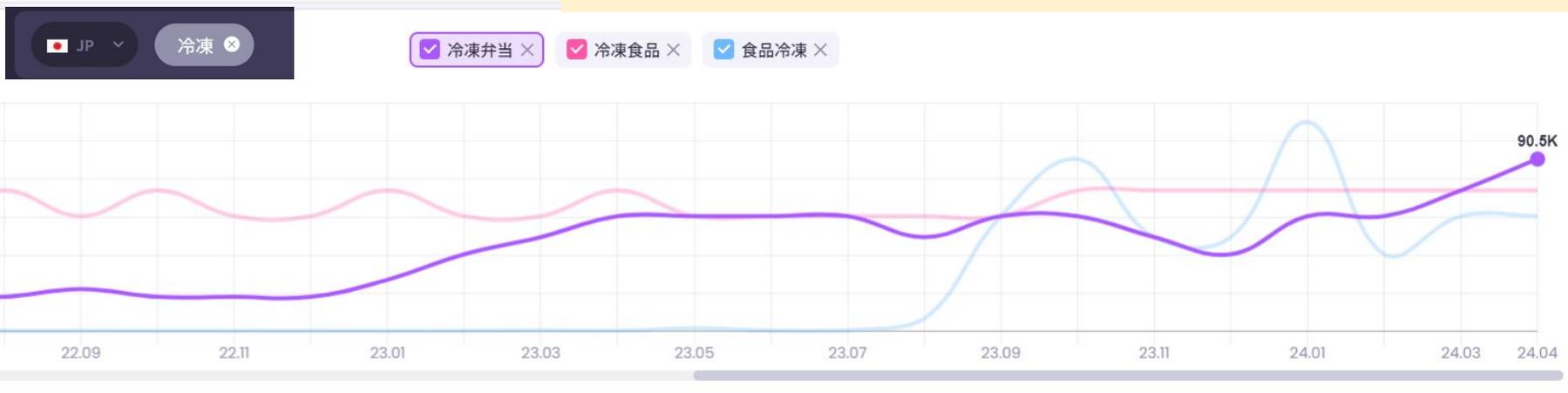
- ・ニュースやメディアでは話題だが、消費者も反応しているのか？  
検索量の推移をチェック！

## ①弁当市場で比較



どちらの市場でも“冷凍弁当”が他のキーワードより検索量が多く、増加傾向

## ②冷凍市場で比較





# 検索データの活用方法：ペルソナ

- “冷凍弁当”に関するパーセプションを把握したい！潜在顧客を見つけたい！  
前後に検索されているキーワードから、消費者を目的別にセグメント化

**対象：**一人暮らし、高齢者、**産前産後**

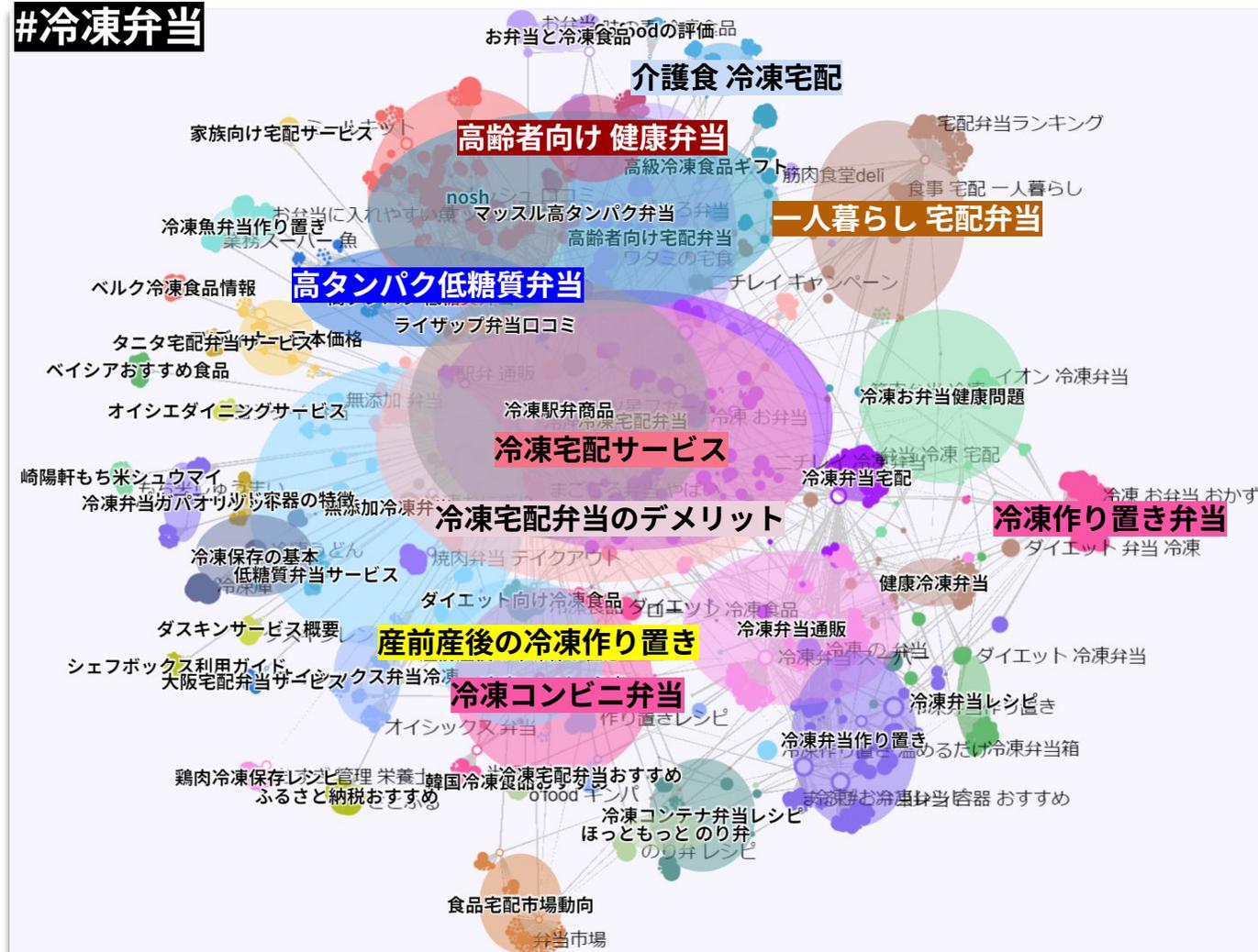
**ニーズ：**美味しい、高たんぱく、低糖質、ダイエット、魚、健康、高級、韓国、ガパオ、介護食

**冷凍弁当のメーカー/流通：**gofood、nosh、ライザップ、オイシエ、タニタ、オイシックス、ダスキン、コンビニ、ほっともっと、崎陽軒、駅弁

**冷凍食品の購入先：**ベイシア、ベルク、**ふるさと納税**

**自炊：**作り置き、レシピ

**その他：**パルプモールド

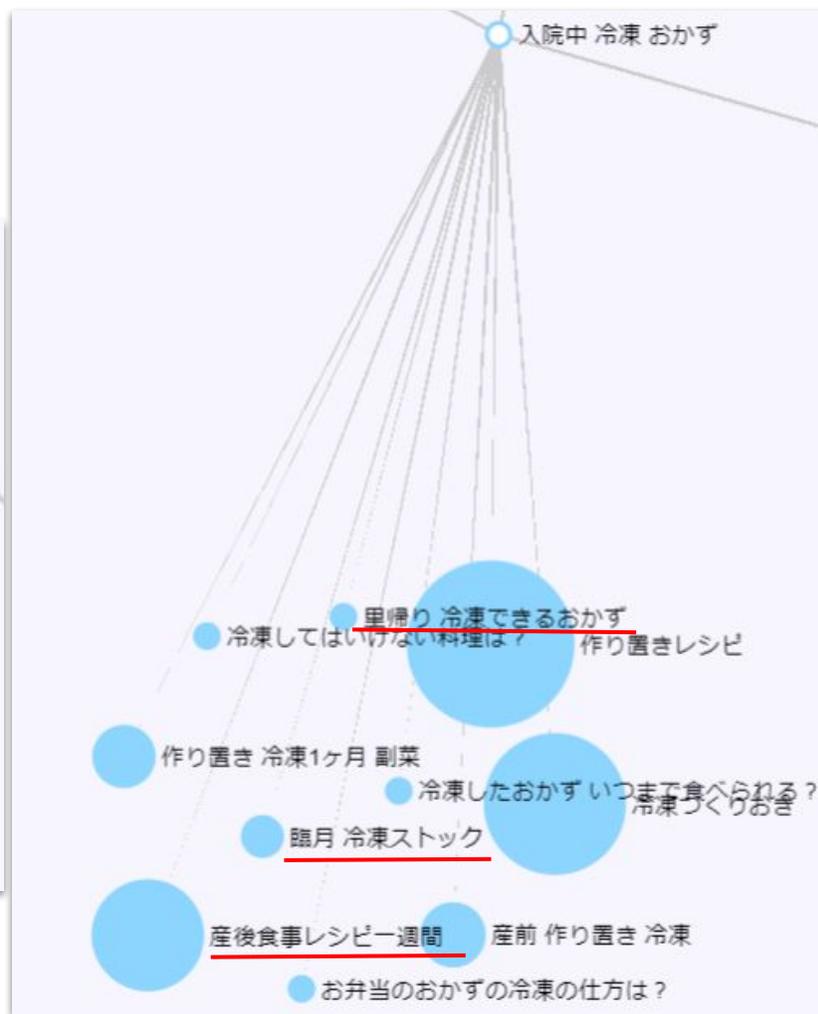
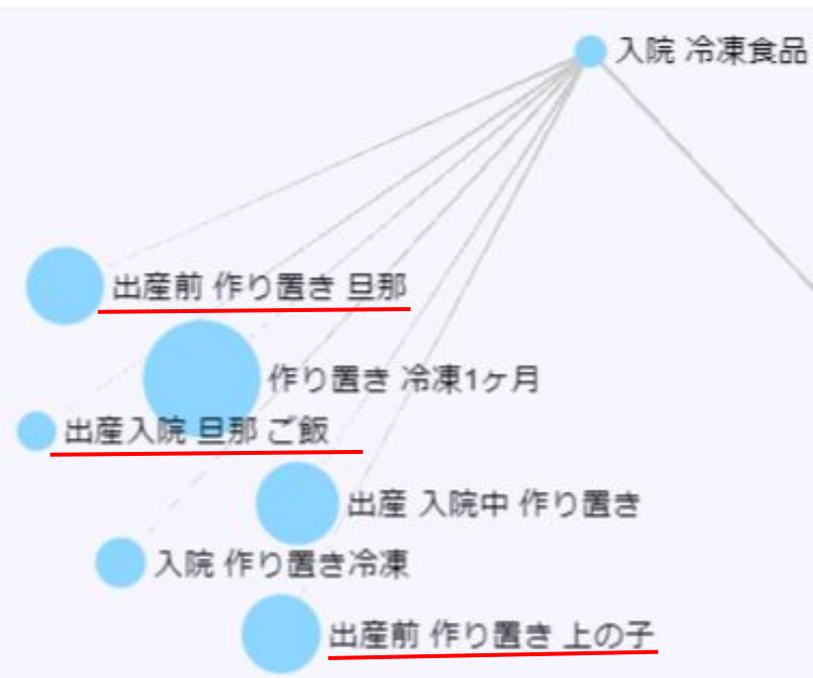


# 検索データの活用方法：ペルソナ

- “産前産後の冷凍作り置き”内でどのようなキーワードが検索されているのか？  
どのようなペルソナなのかAIが分析

## 産前産後の冷凍作り置き

#出産前 #産後 #臨月 #里帰り  
#旦那 #上の子



AJ クラスター レビュー まとめ

総合レビュー ペルソナ インサイト

### 1. 出産前準備に忙しい妊婦

- 分析: 検索クエリ「入院中 冷凍 おかず」から、出産前に備えて作り置きの冷凍おかずを用意する必要がある妊婦が検索をしている可能性が高い。入院中には食事の準備が難しくなるため、事前に準備しておくことが重要と考えられる。

- 質問リスト:

- 1) 出産前に作り置きの冷凍おかずを準備する際に、どのようなレシピがおすすめですか？
- 2) 入院中に食事の準備が難しい場合、どのような食材やおかずが便利ですか？
- 3) 冷凍おかずの保存方法や解凍方法について教えてください。

### 2. 産後の育児に追われる新米ママ

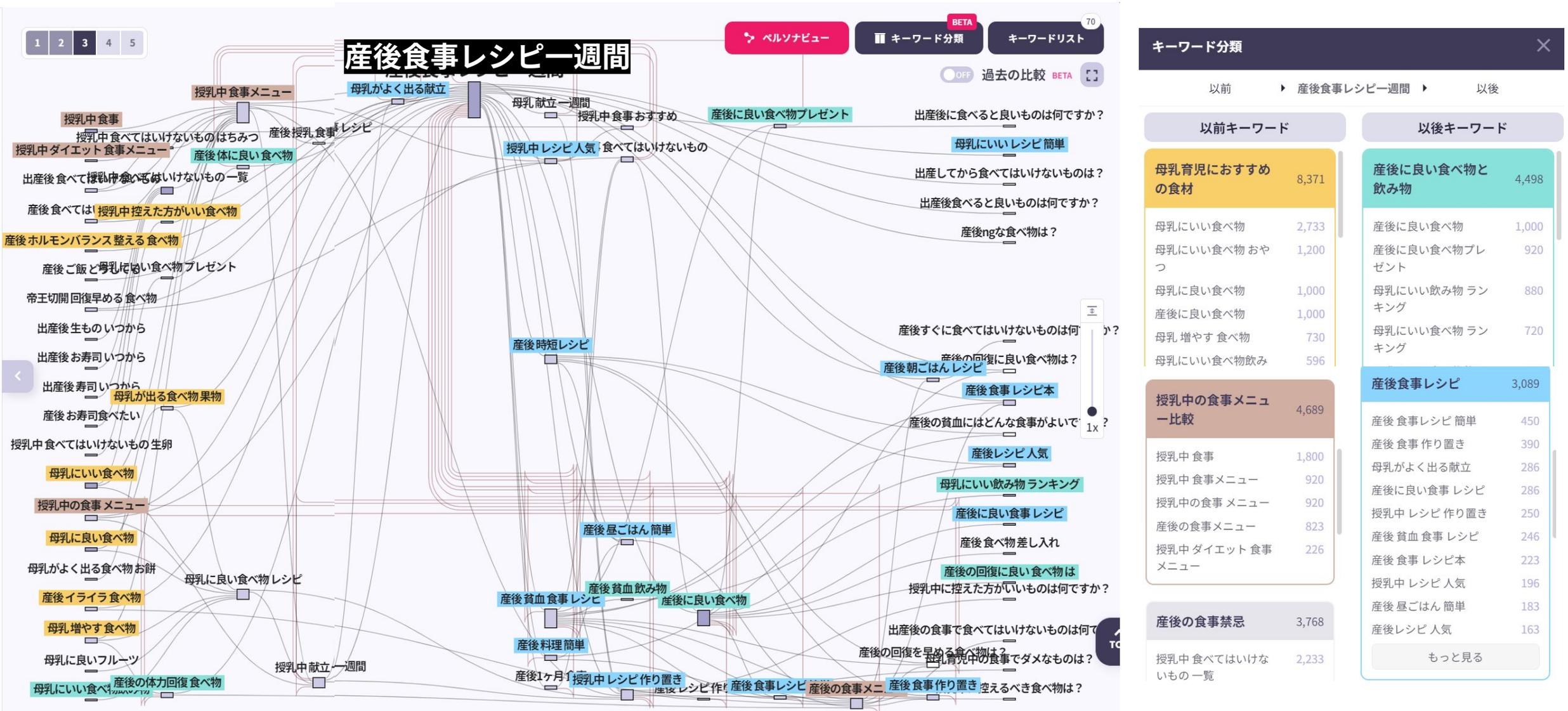
- 分析: 検索クエリ「入院中 冷凍 おかず」から、産後の育児に追われる新米ママが、入院中に食事の準備を助けるために冷凍おかずの作り置きを考えている可能性が高い。忙しい日々の中で手軽に食事を用意できる方法を模索していると推測される。

- 質問リスト:

- 1) 産後の育児に追われる中、入院中に食事の準備を助けるために冷凍おかずを作る方法がありますか？
- 2) 冷凍おかずを作り置きする際に、栄養バランスを考えるポイントは何ですか？
- 3) 忙しい育児の合間に冷凍おかずを使った簡単なレシピを教えてください。

# 検索データの活用方法：ペルソナ

- ・クラスター内のキーワードの検索経路を見て、目的を把握



# 検索データの活用方法：ペルソナ

- ・ペルソナに向けた広告コピー、LPサンプル、クリエイティブの作成  
AIレビューを活用

## - 広告コピー:

- 1) 「出産準備に忙しいママ必見！冷凍弁当で手軽に栄養バランス◎」
- 2) 「入院中でも安心！冷凍おかずで家族の食事をサポート」
- 3) 「産後の忙しい日々に！冷凍作り置きで時短調理」
- 4) 「出産前の準備に！冷凍作り置きレシピでストレスフリー」
- 5) 「里帰り準備にもピッタリ！冷凍おかずで手軽に食事」
- 6) 「冷凍作り置きでおいしく健康をサポート！産前・産後に最適」
- 7) 「忙しいママも安心！冷凍おかずで栄養満点食事」
- 8) 「出産準備の強い味方！冷凍作り置きで手軽に食事作り」
- 9) 「入院中の食事もバッチリ！冷凍おかずで手間いらず」
- 10) 「産後の疲れを癒す！冷凍作り置きで手軽に美味しい食事」

## - LPタイトル: 「忙しいママも安心！冷凍作り置きで栄養満点食事を」

### 本文サンプル:

新米ママや入院中の方々におすすめの冷凍弁当サービスをご紹介します。出産前後や忙しい日々に、手軽に栄養バランスの取れた食事を提供します。当サービスでは、産前・産後の体に必要な栄養素を考慮したレシピを使用し、毎日の食事をサポートします。冷凍作り置きレシピで、家族の食事を手間なく準備しませんか？食事の準備にかかるストレスを軽減し、おいしく健康的な食事を楽しんでいただけます。忙しいママや入院中の方々に、手軽で栄養満点な食事を提供する冷凍弁当サービスで、食事作りの負担を軽減しましょう。ご家族の健康と満足をサポートします。是非、お試しください。





検索データで  
ビジネスを成功に  
導く5つの公式

- 1 市場調査**  
市場の規模、特徴、構成、  
競合状況を素早く把握
- 2 商品開発**  
消費者のペインポイント、  
購買決定要因からヒントを得る
- 3 ペルソナ**  
ターゲットセグメントの意図  
(目的) をベースにペルソナ作成
- 4 メディア  
ミックス**  
カスタマージャーニー上で  
影響力のあるメディアを把握
- 5 効果測定**  
ブランドの指名検索量から  
キャンペーンの効果を測定

# 検索データの活用方法：メディアアミックス

- 前後に検索されているキーワード＝潜在顧客が検索しているキーワード

“冷凍弁当”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.楽天
- 2.Amazon
- 3.Youtube
- 4.Appliv
- 5.Exidea(HonNe)
- 6.ニチレイ
- 7.クックパッド
- 8.UR都市機構
- 9.nosh
- 10.PR Times

分析まとめ

URLランク 10,831    **ドメインランク 3,089**

search.rakuten.co.jp    オrganicキーワード **551件**

amazon.co.jp    オrganicキーワード 544

m.youtube.com    オrganicキーワード 432

mag.app-liv.jp    オrganicキーワード 426

exidea.co.jp    オrganicキーワード 280

wellness.nichirei.co.jp    オrganicキーワード 274

cookpad.com    オrganicキーワード 265

すべてのドメインをダウンロード

キーワードリスト 全体(2,465件) **2465件**

データダウンロード

分析まとめ

URLランク 10,831    ドメインランク 3,089

ニチレイのヘルシーな宅配冷凍宅配弁当 ニチレイフーズダイレクト  
nichirei.nichirei.co.jp/shop/default.aspx  
ニチレイのヘルシーな宅配サービス・冷凍弁当・おかずならニチレイフーズダイレクト。管理栄養士監修の糖質・脂質・塩分に配慮した宅配食を販売して...

オrganicキーワード 196

まるごと冷凍弁当のキホン(1) - UR都市機構  
ur-net.co.jp/shopping/publication/web\_press/38\_frozen\_1-  
冷凍弁当のポイント (2) \*冷凍での保存期間の目安は2週間です。

オrganicキーワード **153件**

【冷凍弁当宅配】23社おすすめ徹底比較!人気ランキング  
takahai-relio-bento.com  
2024/04/25 - すべて実食! 冷凍弁当宅配を利用する管理人がおすすめを徹底比較! ナッシュ・食宅使・ワタミの宅食ダイレクト・HeMog、マッスルデリなど...

オrganicキーワード 149

冷凍宅配弁当のおすすめランキング!人気宅食を比較【...】  
exidea.co.jp/blog/mail/home-mail/frozen

キーワード

冷凍弁当作り置き  
冷凍 お弁当 おかず  
お弁当 作り置き 冷凍  
お弁当作り置き 冷凍  
まるごと冷凍弁当  
冷凍弁当 レシピ  
冷凍弁当 イオン  
冷凍弁当 ランキング  
冷凍弁当箱  
冷凍食品 お弁当 おかず  
冷凍弁当 おかずのみ  
冷凍弁当 おすすめ  
まるごと冷凍弁当 容器 おすすめ  
お弁当おかず 冷凍 人気  
冷凍 お弁当箱  
冷凍食品 お弁当おかず ランキング  
冷凍おかず 宅配 作り置き

まるごと冷凍弁当のキホン(1)

UR PRESS 2019 vol.58 UR都市機構の情報誌 [ユアールプレス]

容器ごと冷凍します!

当が専任になってから、ごはんとおかずを詰めた容器ごと冷凍する「まるごと冷凍弁当」を作っています。まるごと冷凍弁当の一番の魅力は保存ができて、作り置きが可能な冷凍なので、離れて暮らす家族に送ることもできます。

食べる時は、容器ごと電子レンジで温めるので、(1)容器・惣菜で、(2)惣菜で、(3)ふたをしたまま電子レンジにかけられる容器を選ぶことが基本。ごはんとおかずの量を分けたい「個弁当」の場合は、ごはんをおかずと一緒に凍らしてから容器に入れた方が安心。熱湯がなくなるまで、まるごと冷凍弁当は強い味方です。

1. だし醤油でおかずを漬けた後のカラ
2. おかず(かつおぶし)を加えると解凍時に水分を吸ってくれます。
3. みんな大好き!しょうゆと生卵を混ぜたソースの凍り。
4. 具だくさんの千草焼き肉 豚焼肉

冷凍に向かない調味料も、具だくさんにしてマヨネーズと片栗粉をはらの少し加えれば冷凍OK。

調理機に入れたら5分ほどは、アレンジ自在で便利なお惣菜。今回は、しいたけ、ごぼう、にんじん、小豆菜、鶏のひき肉入りのお惣菜。

4. 暑い時期にもさっぱりして、おいしい惣菜ごはん。

【冷凍したお弁当】



検索データで  
ビジネスを成功に  
導く5つの公式

- 1 市場調査**  
市場の規模、特徴、構成、  
競合状況を素早く把握
- 2 商品開発**  
消費者のペインポイント、  
購買決定要因からヒントを得る
- 3 ペルソナ**  
ターゲットセグメントの意図  
(目的) をベースにペルソナ作成
- 4 メディア  
ミックス**  
カスタマージャーニー上で  
影響力のあるメディアを把握
- 5 効果測定**  
ブランドの指名検索量から  
キャンペーンの効果を測定

# 検索データの活用方法：効果測定

- ・キャンペーン前後で検索量の違いがあるのか？  
検索量推移と関連キーワードをチェック！



調べてつくる、じぶん専用グラノーラ！

“ボディグラノーラ”単体だけでなく

- ・ 口コミ、効果、結果
- ・ 価格、クーポン
- ・ cm、カルビー

などの関連キーワードも検索されている。



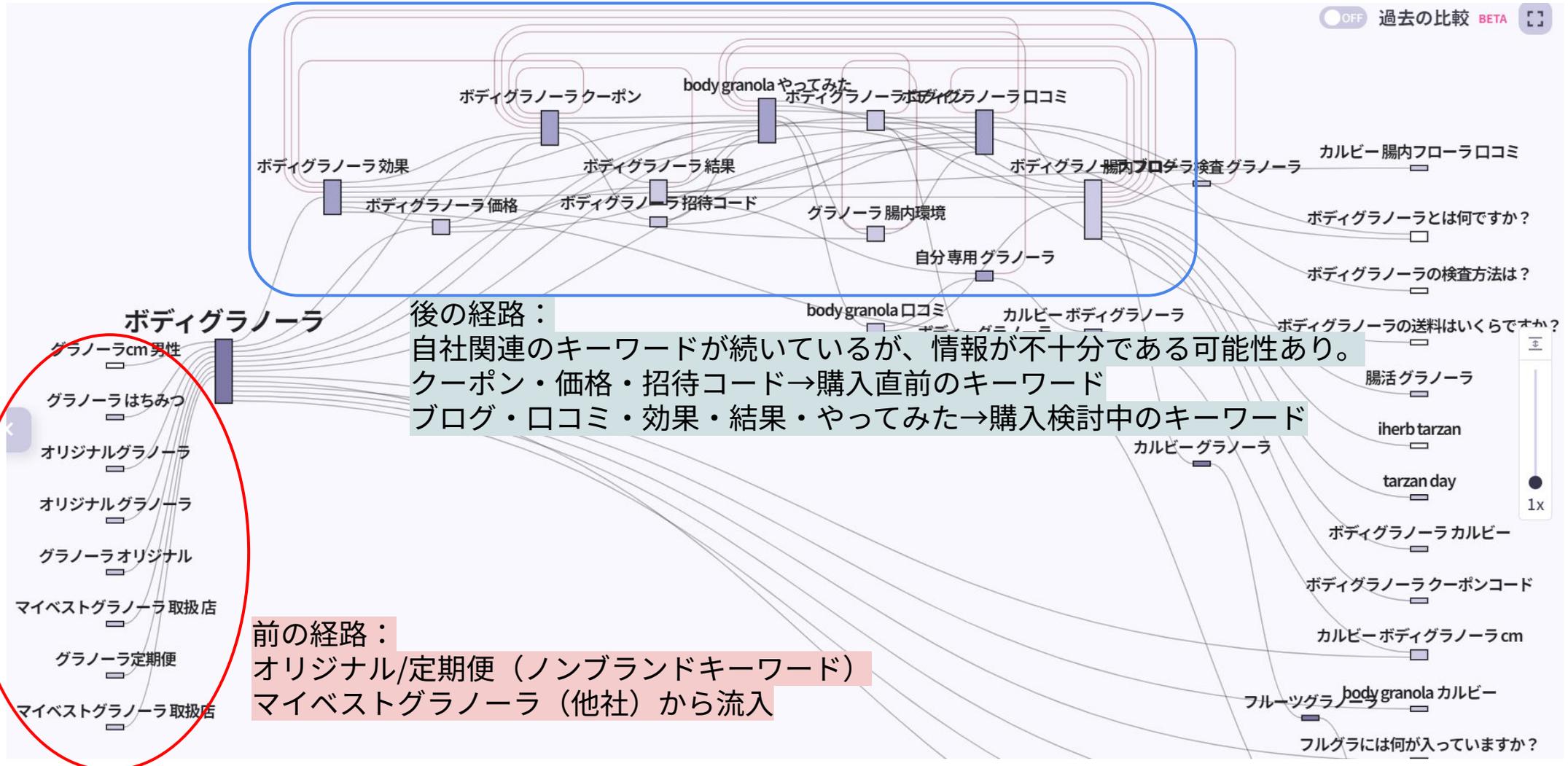
## 関連キーワード

データダウンロード ↓

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
> ボディグラノーラ	62,800	196,560	131%	▲	3.34	● 20	C N
> ボディグラノーラ 口コミ	6,333	22,460	38%	▲	5.76	● 27	C
> カルビーボディグラノーラ	2,063	7,520	-18%	▲	3.17	● 25	-
ボディグラノーラ クーポン	1,460	5,380	175%	▲	6.96	● 20	T
ボディグラノーラ cm	1,090	3,270	7,000%	▲	1.51	● 4	I C
> ボディグラノーラ 効果	1,013	3,040	14,000%	▲	3.34	● 22	T
ボディグラノーラ 価格	883	2,650	5,000%	▲	1.43	● 15	T
> ボディグラノーラ カルビー	610	2,160	66%	▲	1.93	● 11	T
ボディグラノーラ 結果	450	1,350	17,000%	▲	8.11	● 11	T
> カルビーボディグラノーラ cm	323	970	1,000%	▲	4.93	● 8	I

# 検索データの活用方法：効果測定

- ・ 前後の経路はどうなっているか？  
他社に流出していないか、どの情報が不足しているのか？





# 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



**See the Unseen; Intent Marketing**

**検索データから見つけた食品関連の消費者インサイト**

# 検索データから見つけた食品関連の消費者インサイト

## 食品市場における消費者の欲望、問題、悩み、質問は？

- オフシーズン、ブルーオーシャン市場の戦略【保温弁当箱】
- ブランド別のパーセプション把握【カップ麺】
- ロングテールキーワードと、消費者用語の把握【痩せる砂糖】



# オフシーズン/ ブルーオーシャン市場 の戦略

成熟した市場の場合や、  
後発ブランドの場合は、  
戦える場所の選定に検索データを活用

シーズン商品の場合、  
オフシーズンにチャンスがないか調べてみましょう！

# オフシーズン/ブルーオーシャン市場の戦略

## 作る目的のトピック

- お弁当箱
- キャラ弁
- 簡単、レシピ、作り置き、冷凍、おかず

## 購入目的のトピック

- 駅弁、東京駅
- 仕出し弁当
- 弁当屋、オリジン弁当
- メニュー、冷凍

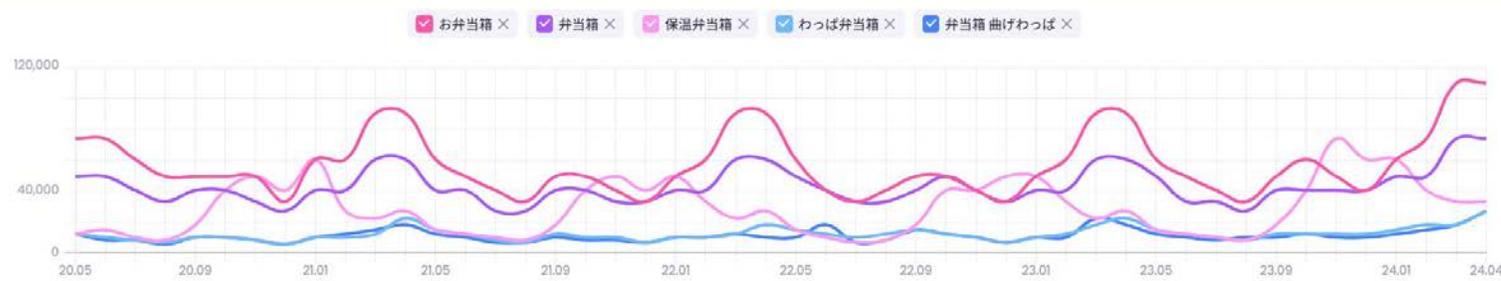
## 食べ物だけでなく、関連用品

## (お弁当箱)に関するトピック

## 発見!



# オフシーズン/ブルーオーシャン市場の戦略



通常3月～4月の新学年、新生活の前に検索、購入する。

保温弁当箱は10月から1月の秋から冬にかけて検索、購入されている。

## 1)ブランド/購入場所

サーモス、セリア、100均、ニトリ、ダイソー、無印、フランフラン、スケーター

## 2)機能/仕様

保温、曲げわっぱ、アルミ、2段、1段、使い捨て、スリム、おしゃれ、かわいい

## 3)使用者

高校生>中学生

男子・男性>女子・女性

## トピック

キーワード数

ボリューム集計

<input type="checkbox"/> お弁当箱	824,388 +	<input type="checkbox"/> 一段	21,840 +
<input type="checkbox"/> 弁当箱	797,434 +	<input type="checkbox"/> 女子	21,275 +
<input type="checkbox"/> 保温弁当箱	114,770 +	<input type="checkbox"/> おしゃれ	21,173 +
<input type="checkbox"/> サーモス	89,928 +	<input type="checkbox"/> 中学生	21,072 +
<input type="checkbox"/> 保温	76,936 +	<input type="checkbox"/> 男子高校生	20,828 +
<input type="checkbox"/> 高校生	50,151 +	<input type="checkbox"/> 使い捨て	20,349 +
<input type="checkbox"/> おすすめ	46,970 +	<input type="checkbox"/> サーモス弁当箱	19,363 +
<input type="checkbox"/> 男子	44,249 +	<input type="checkbox"/> お弁当箱おしゃれ	18,792 +
<input type="checkbox"/> セリア	40,407 +	<input type="checkbox"/> 無印	18,660 +
<input type="checkbox"/> 曲げわっぱ弁当箱	34,416 +	<input type="checkbox"/> フラン	18,382 +
<input type="checkbox"/> 100均	33,106 +	<input type="checkbox"/> 人気	18,245 +
<input type="checkbox"/> アルミ弁当箱	33,009 +	<input type="checkbox"/> 女性	18,089 +
<input type="checkbox"/> わっぱ弁当箱	29,177 +	<input type="checkbox"/> おしゃれなお弁当箱	17,000 +
<input type="checkbox"/> ニトリ	28,972 +	<input type="checkbox"/> 使い捨て弁当箱	16,778 +
<input type="checkbox"/> スケーター	27,796 +	<input type="checkbox"/> 女子高校生	16,030 +
<input type="checkbox"/> 曲げわっぱ	26,412 +	<input type="checkbox"/> 弁当箱おすすめ	15,288 +
<input type="checkbox"/> アルミ	26,280 +	<input type="checkbox"/> 二段	14,886 +
<input type="checkbox"/> 2段	25,593 +	<input type="checkbox"/> 1段	14,799 +
<input type="checkbox"/> 男性	25,587 +	<input type="checkbox"/> スリム	14,264 +
<input type="checkbox"/> ダイソー	23,247 +	<input type="checkbox"/> かわいい	13,629 +







# ブランド別の パーセプション把握

消費者は各ブランドに対して  
どのようなイメージを持っているのか？

ブランドと消費者間で認識が一致しているか？

# ブランド別のパーセプション把握

インスタントラーメンについて、クラスタリングでSOVを見てみる

## 塩ラーメン・アレンジ

塩ラーメンで発生してるクラスタは、実質的にアレンジ・レシピを探索。アレンジを加えた多様な楽しみ方の集団に存在感が。

## サッポロ一番

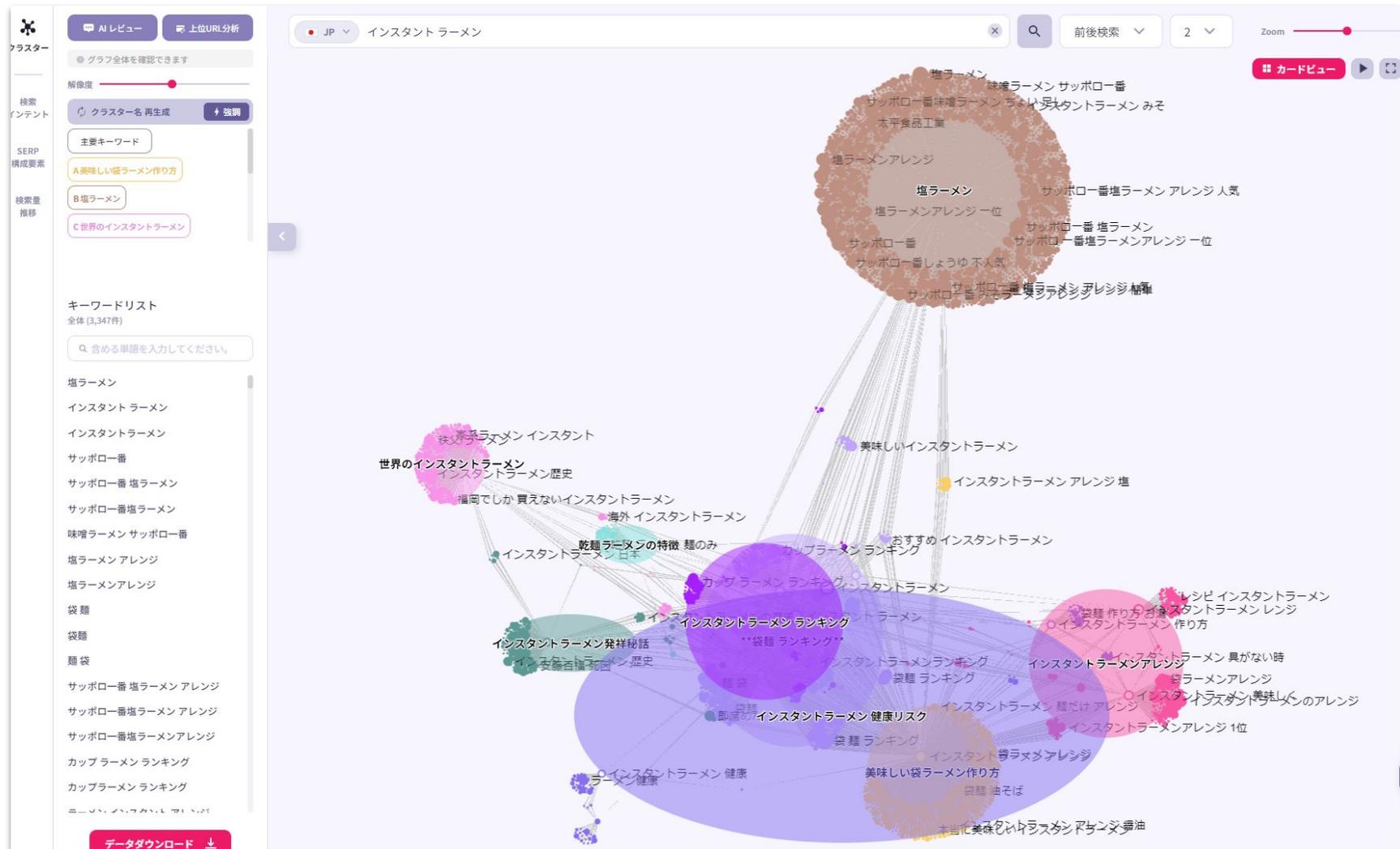
実は、インスタントラーメンという語は袋麺という意図で使われている模様。

## ランキング

おすすめや、ランキングという語は、購買行動の始点としては常連。

## 健康リスク

カロリーや栄養、糖質制限などの関連語が現れたもの



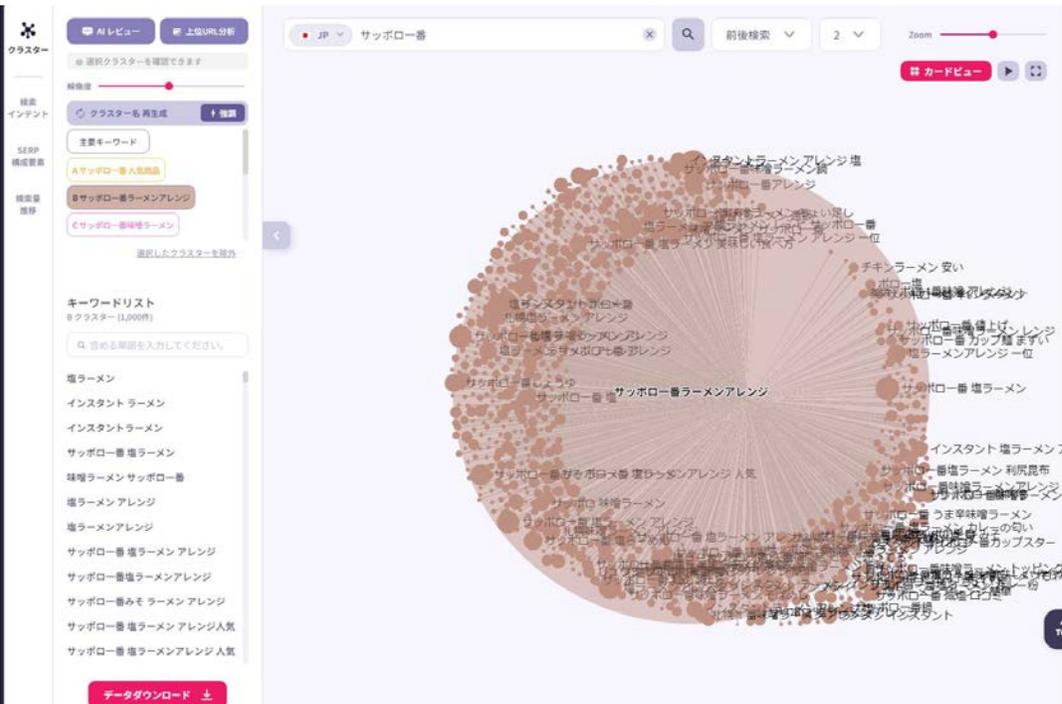






# ブランド別のパーセプション把握

## サッポロ一番



始点	終点 (114件)
インスタントラーメン アレンジ	サッポロ一番塩ラーメン ごま油卵
インスタントラーメン アレンジ	サッポロ一番塩ラーメンには何が入っていますか？
インスタントラーメン アレンジ	サッポロ一番塩ラーメン アレンジ マト
インスタントラーメン アレンジ	サッポロ一番塩ラーメン アレンジ 汁なし
インスタントラーメン アレンジ	サッポロ一番塩ラーメン アレンジ 焼きそば
インスタントラーメン アレンジ	サッポロ一番塩ラーメンは一位ですか？
インスタントラーメン アレンジ	サッポロ一番塩ラーメン 具
インスタントラーメン アレンジ	サッポロ一番 アレンジ
インスタントラーメン	塩ラーメン カルポ ナーラ サッポロ

- もはや食材として活用されている存在感。
- クラスタの醸成は当然のことながら、経路が気になる。
- ロードビューで見ると、インスタントラーメンからしっかりと、サッポロ一番へ経路が存在。
- レシピ界に塩ラーメンアレンジというカテゴリが存在。
- ラーメンアレンジでは、非インスタントだが、塩ラーメンアレンジだと、インスタントのアレンジを示す。



ロングテールキーワード

・  
消費者用語の把握

消費者の悩み、解決したい課題を具体的に把握し、  
コンテンツや商品開発のヒントに！





# 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