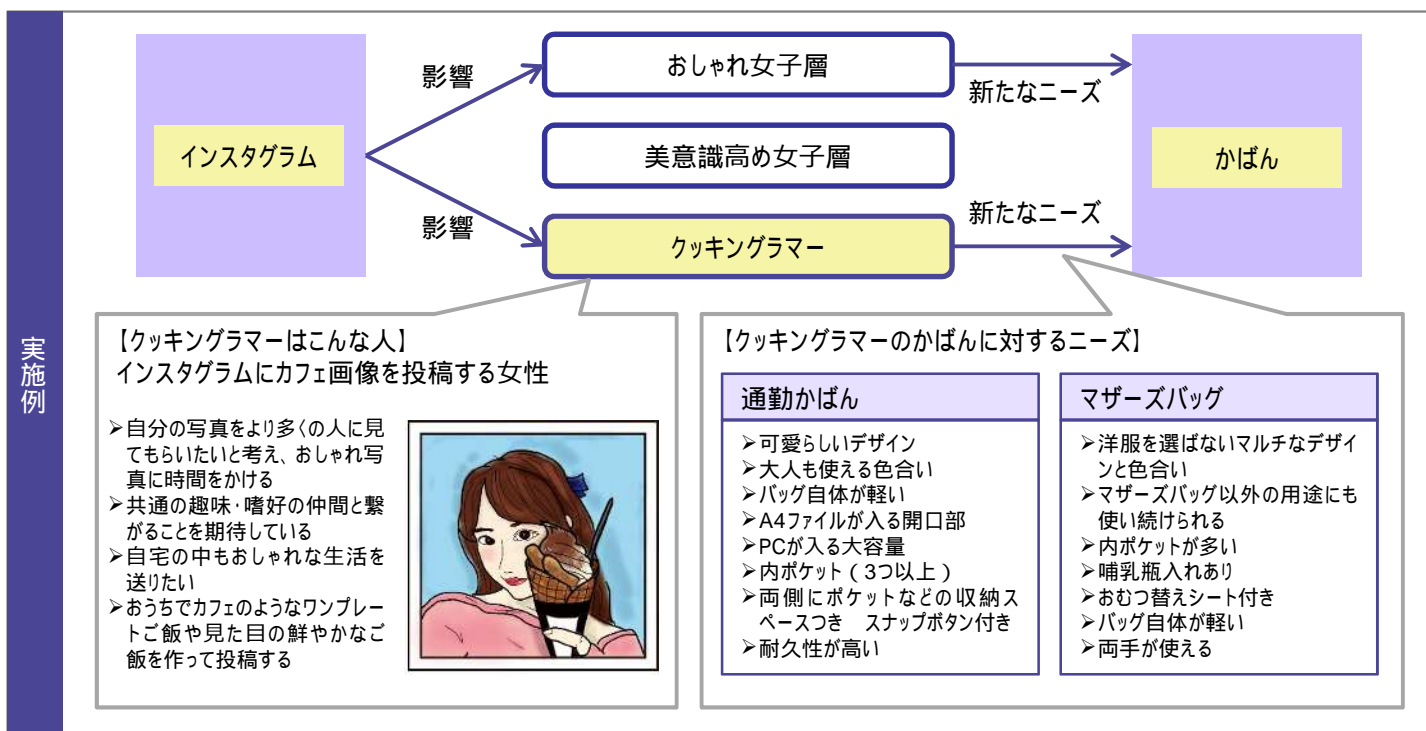
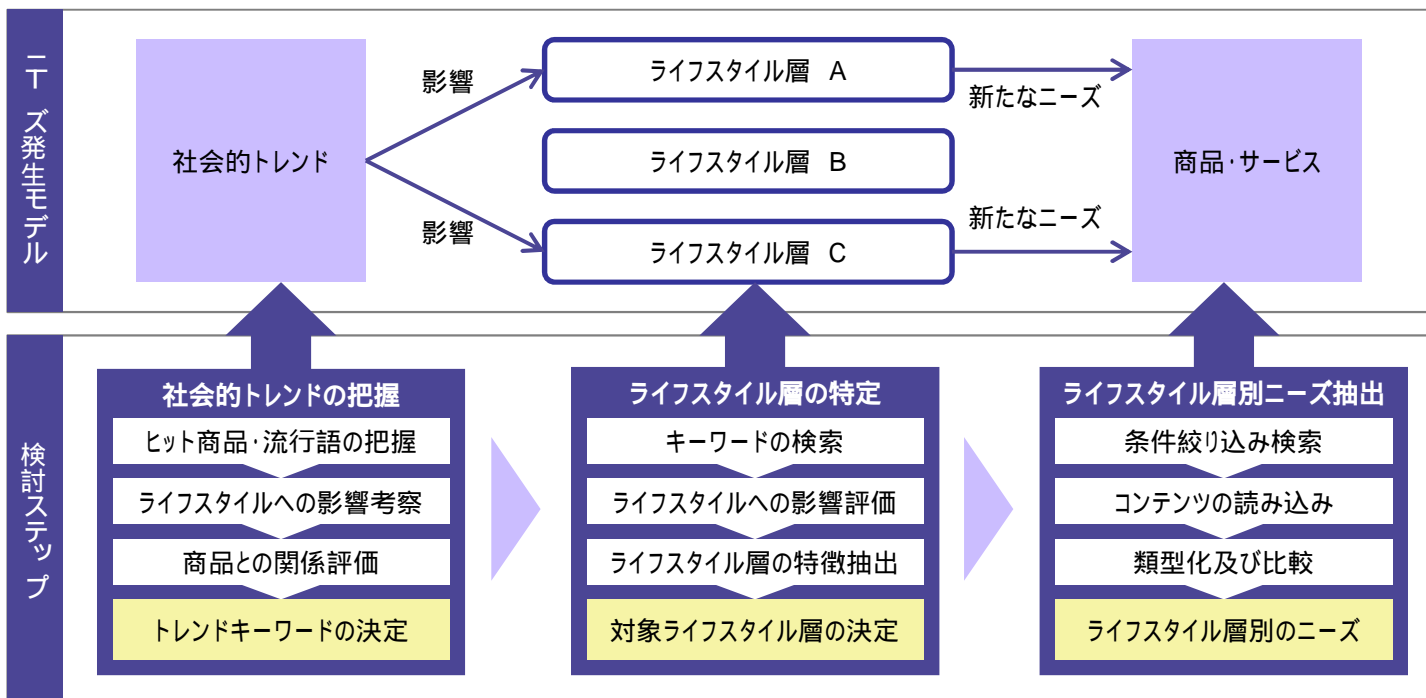


# 消費者ライフスタイル分析

SNSやクチコミサイトなどのオープンデータを活用して、社会的トレンドが、消費者のライフスタイル層にどのようなニーズを生み出しているのかを把握する手法をご紹介します。

## 調査手法のフレームと実施例

- ◆ 社会的トレンドが特定のライフスタイル層に影響を及ぼし、商品・サービスに対する新たなニーズが発生するモデルを想定しています。
- ◆ 3つの検討ステップを実施することで、ライフスタイル層別のニーズを抽出することができます。



## 手法詳細

◆ 各検討ステップで利用する情報源やツールをご紹介します。

### 【ヒット商品・流行語を把握する方法】

#### 社会的トレンドの把握

ヒット商品・流行語の把握

ライフスタイルへの影響考察

商品との関係評価

トレンドキーワードの決定

名称	発表元
日経ヒット商品番付	日経MJ（日本流通新聞）
SMBCヒット商品番付	SMBCコンサルティング
ヒット商品ベスト30	日経トレンドイ（日経BP）
DIMEトレンド大賞	DIME(小学館)
博報堂トレンドレポート	博報堂
ユーキャン新語・流行語大賞	自由国民社

2016年のヒット商品ランキング「Instagram」

### 【SNSからトレンドキーワードが影響するライフスタイル層を知る方法】

#### ライフスタイル層の特定

キーワードの検索

ライフスタイルへの影響評価

ライフスタイル層の特徴抽出

対象ライフスタイル層の決定

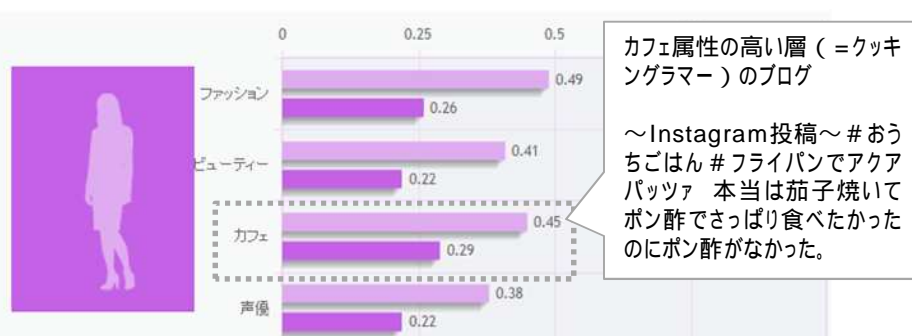
Instagramはお勤め女性のファッション、ビューティ、カフェ属性の高い人たちが利用している。

Do-Cubeは株式会社富士通総研が提供しているブログ検索サービス。24万人1年間の生活者ブログをサンプリングしている。ブログの内容から書き手の属性を推定、趣味・興味分野をスコアリングしている。

#### ブログ検索サービス「Do-Cube」の Instagram 検索結果

主な利用者	ユーザー数（人）	記事数（件）	ブロガー数（人）
お勤め女性	1552	408	195

【上位趣味属性】 ファッション、ビューティ、カフェ



### 【SNSからライフスタイル層別のニーズを抽出する方法】

#### ライフスタイル層別ニーズ抽出

条件絞り込み検索

コンテンツの読み込み

類型化及び比較

ライフスタイル層別のニーズ

Do-Cubeは属性や、趣味スコアを条件に検索対象を絞り込むことができる。

<http://www.fujitsu.com/jp/group/fri/business/topics/docube/>

