



WEB SEMINER

インフルエンサーとの商品開発とは？ マーケットイン視点が加速！ ～独占インタビュー動画も公開～





INDEX

- ・ 商品開発に活かせる「インタビュー調査」とは
- ・ インフルエンサーにインタビュー
－声を取り入れた商品開発の強みと事例紹介－
- ・ インフルエンサーのリクルートとは
- ・ インフルエンサーに実施した
- ・ オンラインインタビューを一部紹介
- ・ インタビューの調査設計や注意点

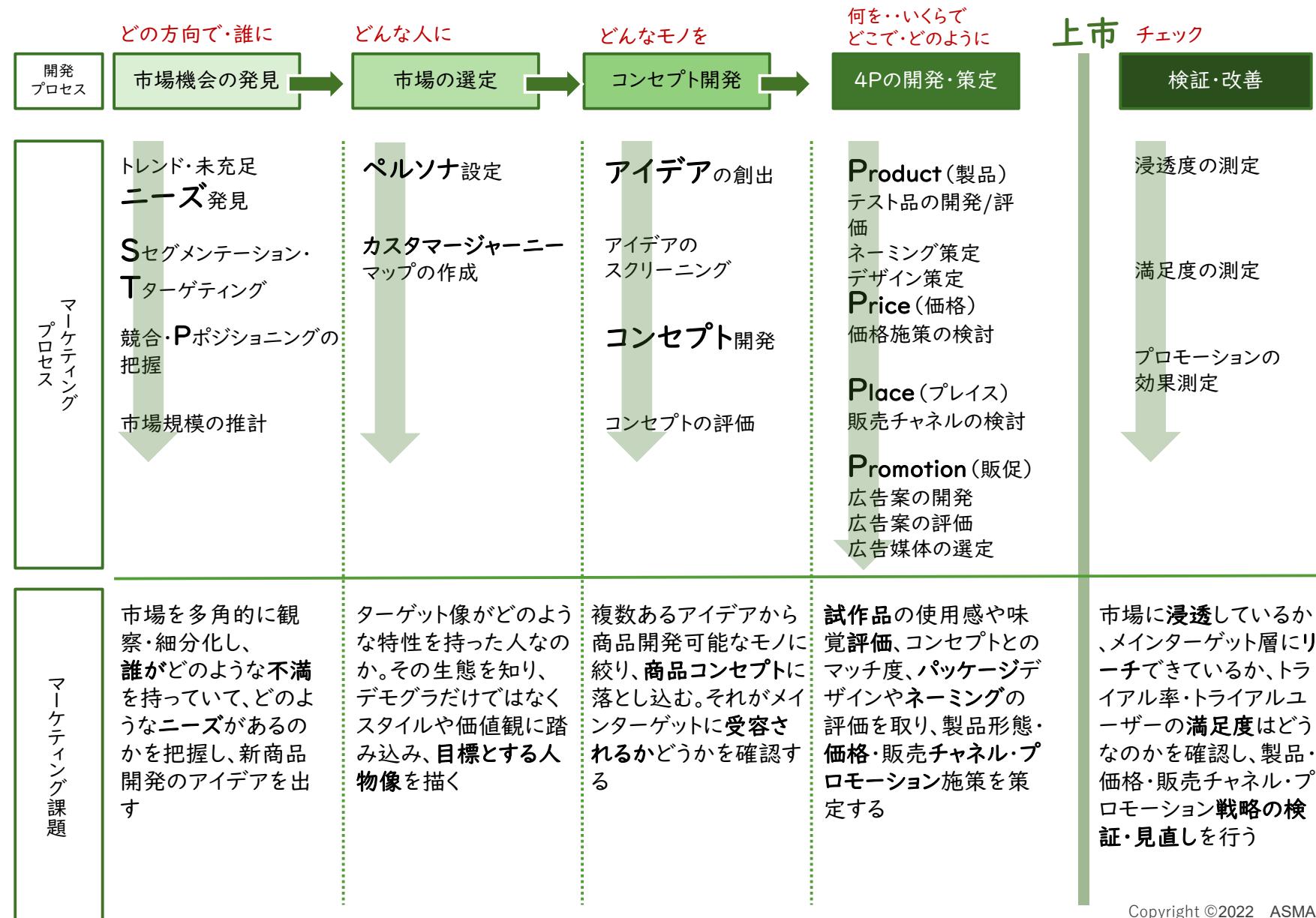


営業部 マネージャー 宮城 圭佑 (みやぎ けいすけ)

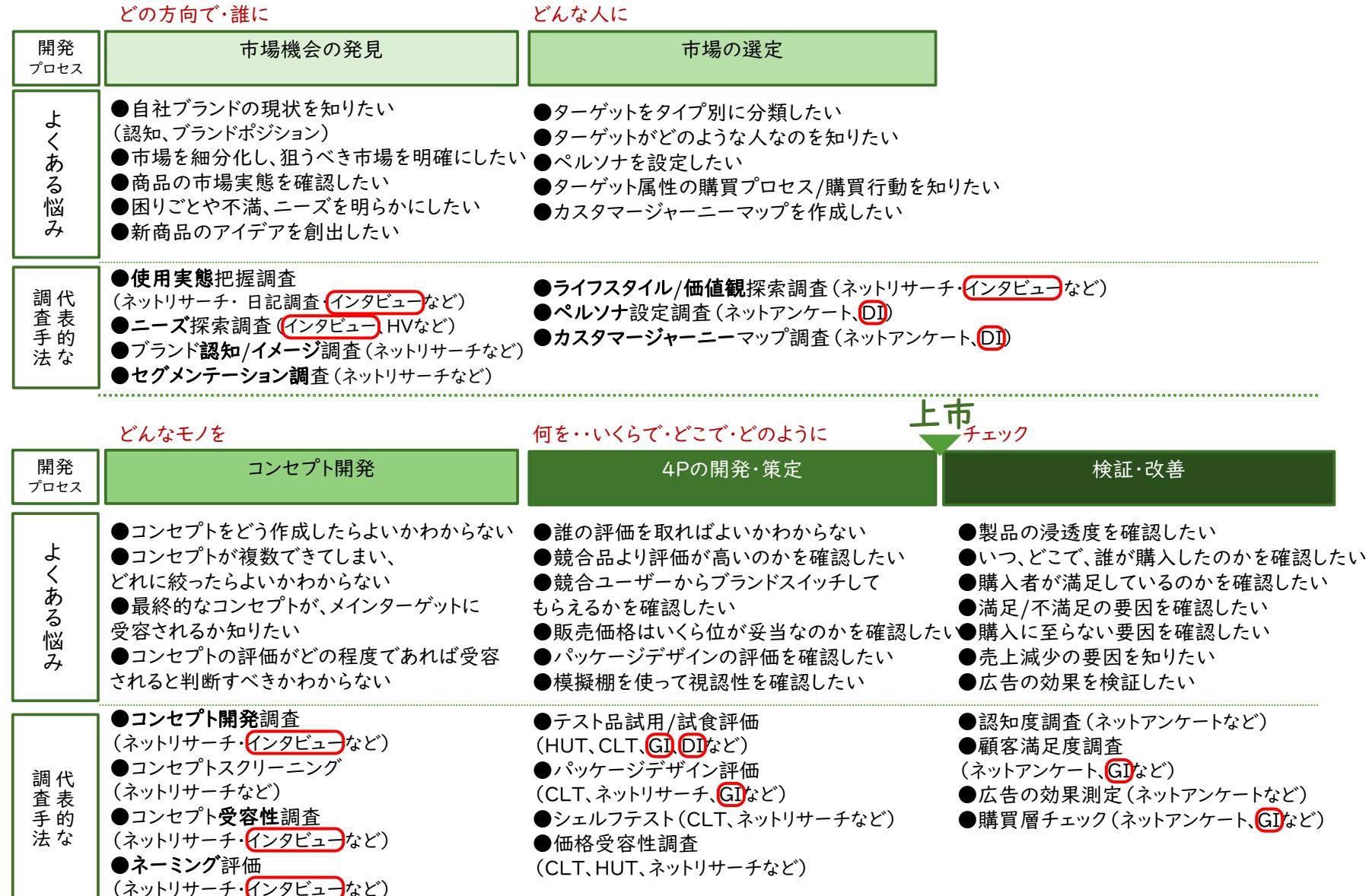
新卒にて金融業界で法人営業・個人営業を経験後、2016年より現職に従事。

マーケティングリサーチの営業担当として主に食品・日用品・化粧品・家電・自動車などの業界のお客様へ向け、ご要望に合わせた調査手法を企画・提案し、探索型から仮説検証型、施策後の効果測定やトラッキング調査など豊富な調査経験を経て、現在では営業部全体のマネージャーとして、全体を統括する

商品開発に活かせる「インタビュー調査」とは



商品開発に活かせる「インタビュー調査」とは





グループインタビュー

- 対象者の相互作用により、活発な議論が起こりやすい
- 短時間かつ安価で複数の意見を集めることが可能

デプスインタビュー

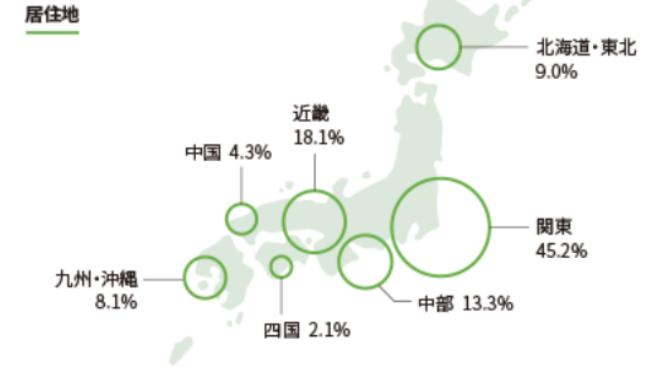
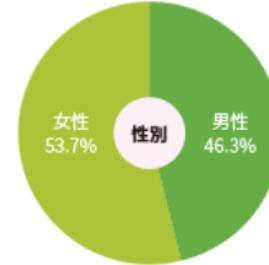
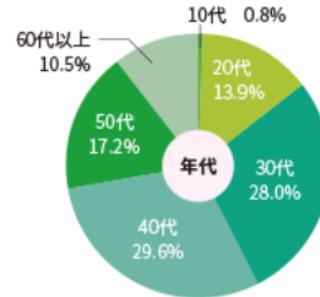
- 1人の対象者に集中できるため、消費者行動の深堀りができる
潜在的なニーズまで探れる
- 人前では話しにくいセンシティブなテーマにも
踏み込んだ質問ができ、他者が与える影響を排除できる



商品開発に活かせる「インタビュー調査」とは



自社パネル（D style web）の基本データです。



一般消費者の生の声だけが
マーケティングリサーチに役立つ？



商品開発に活かせる「インタビュー調査」とは



一般消費者ではなく**インフルエンサー**に行う
インタビュー調査のメリットとは？





i-PORT voice

toridori marketing

トリドリさん、
よろしくお願ひいたします

たった3ヶ月で
売上300%UP



講演内容

- ①インフルエンサーとは？
- ②インフルエンサーの属性
- ③インフルエンサー × 商品開発の親和性

自己紹介



株式会社トリドリ
渡部 健斗

愛知大学を卒業後、繊維専門商社のモリン株式会社に入社。その後、株式会社トリドリに入社し、SNSコンサルタントとして200社以上のSNS、インフルエンサーマーケティング領域のサポート、講師としてセミナーへの登壇を行う。

「個の時代」の、担い手に。

個性を引き出す。企業とつなぐ。
toridoriは“インフルエンス・プラット
フォーマー”です。

ご依頼やご質問などお気軽にお問い合わせください。



toridori

会社名 株式会社トリドリ

設立 2016年6月1日

本社所在地 東京都渋谷区円山町28-1 渋谷道玄坂スカイビル8階

代表者 中山 貴之

事業内容 インフルエンサーマーケティング事業

ARフィルター



NiziUさん「Take a picture」
ARフィルターを作成

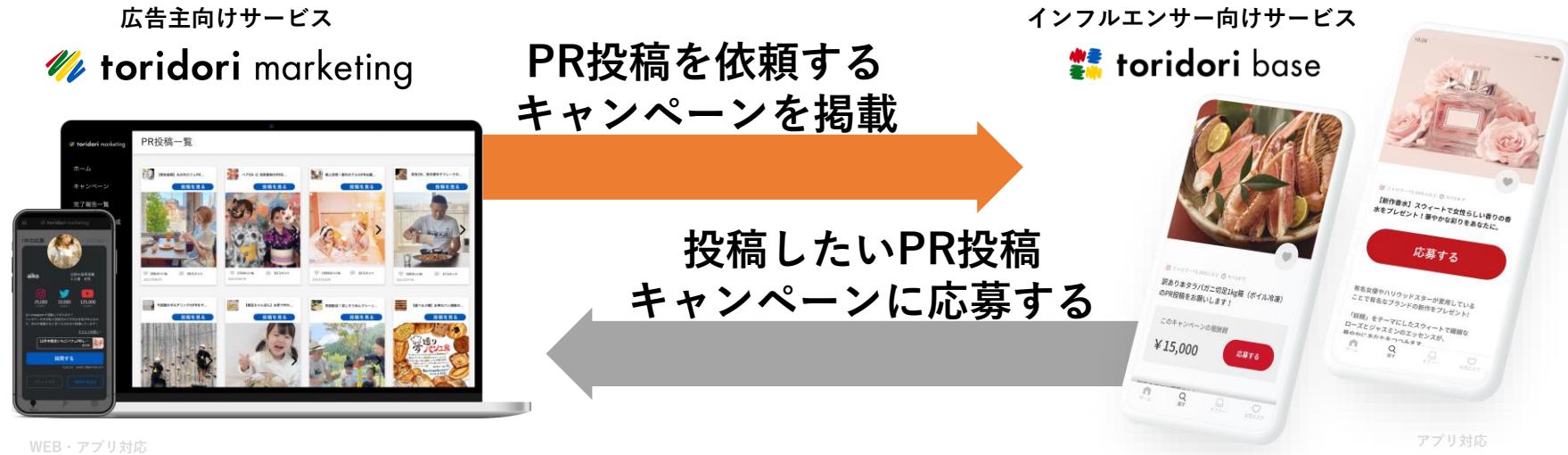
D2C事業



ゴルフ好きで知られる藤森慎吾さん
(オリエンタルラジオ) プロデュース!

人生を上質にアクティブに彩る
エレガントなゴルフウェアブランド
『IRISHMAN』

トリドリマーケティングとは 広告主が商品PRをしてくれるインフルエンサーを公募！ **PR投稿したい人とマッチングができるサービス！**





Instagram内ハッシュタグ

#トリドリベース 

で検索

累計マッチング数 14万件

のデータを元に本セミナーでは解説いたします

インフルエンサーとは？

SNSやメディアサイトなどで多くのフォロワーや
ファンを持つ拡散力・影響力のある人

- ・SNSを活用し発信しているケースが多い
- ・YouTuberやインスタグラマーなどの呼び名を使われる事も

今インフルエンサーが熱い！！

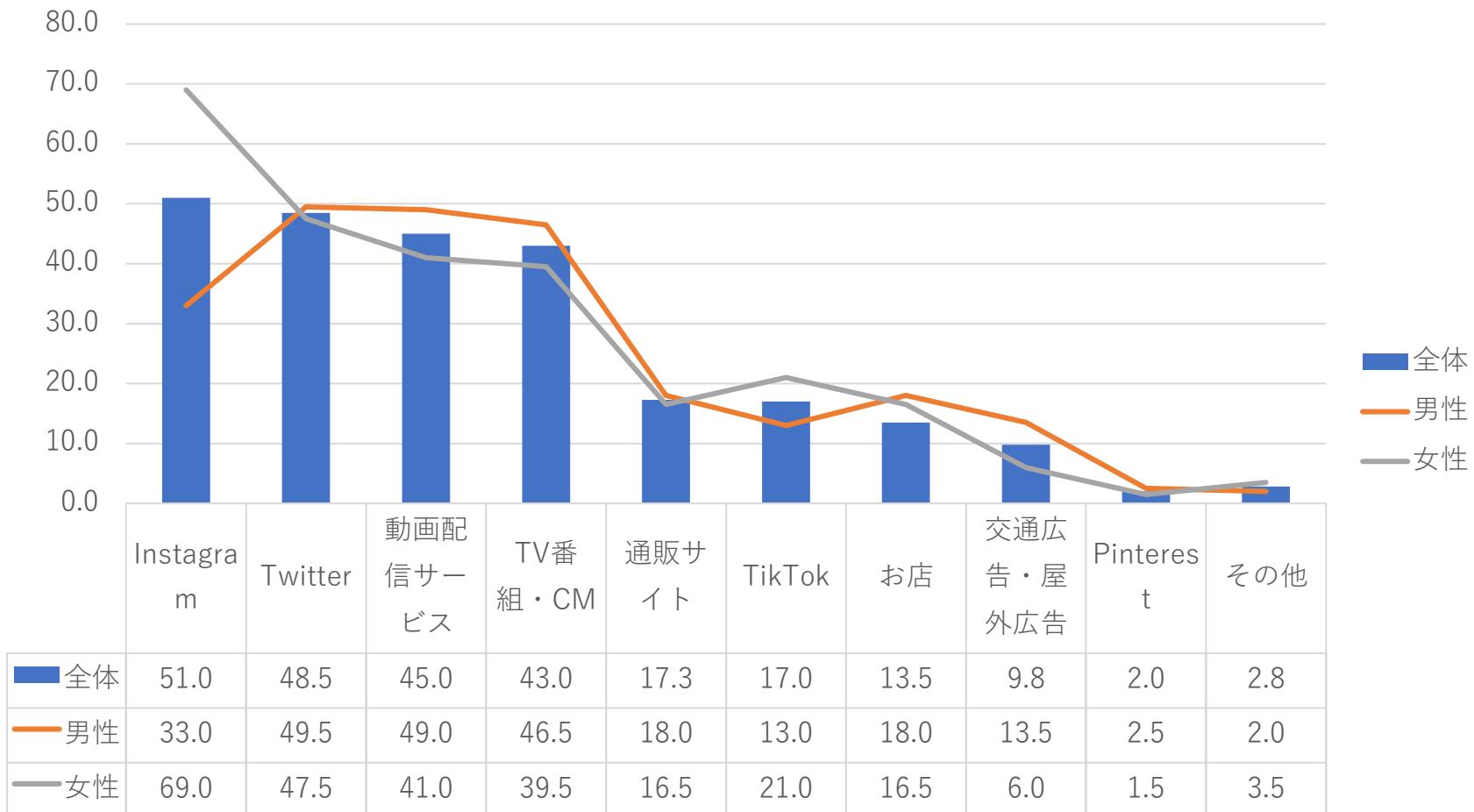
- ・SNSの広がり
- ・情報の親密性や信用性
- ・ターゲット層に効率的にアプローチできる
- ・広告ブロックの広がり



今インフルエンサーが熱い！！

Q 新しいブランドや商品をどこで知りますか？

(複数回答) n=400 (男性=200,女性=200)



Z世代のSNSによる消費行動に関する意識調査より



どんなインフルエンサーがいるのか

年齢、専門ジャンル、フォロワー数も様々。
商品・サービスに合ったインフルエンサーを採用できます

実際に商品開発に携わった経験のある方も！



＼平均24,996フォロワー・30,000人以上のインフルエンサーが登録／

👗 ファッション



🍴 グルメ



💄 ビューティー



インフルエンサー×商品開発の親和性



おすすめの理由①

トレンドに敏感なので
最新の流行をキャッチできる

おすすめの理由②

普段から商品・サービスの魅力を
発信しているため表現が上手い

おすすめの理由③

インフルエンサー独自の目線で
商品アドバイスができる

インフルエンサーに実施したオンラインインタビューを一部紹介



グループインタビュー動画の公開



i-PORT voice

1. 調査目的と調査課題を明確にする

- ・マーケティング課題
- ・調査背景 (+仮説)
- ・調査目的
- ・調査課題

2. 調査デザインを描く

定量→定性→定量などのリサーチステップやを仮定

3. 調査概要を設定する

- ・調査方法
- ・調査地域
- ・対象者
- ・グループ構成
 - ・リクルート方法
 - ・調査時間
 - ・成果物
 - ・調査提示物（検証項目・素材）
 - ・スクリーニング項目



4. インタビューの内容の充実

- ・ インタビューフローの作りこみ
- ・ インタビュー手法/技法の確認
- ・ レポート/分析イメージ
- ・ チーム体制



5. 質のいい対象者のリクルート



最後までご覧いただきまして、誠にありがとうございました！

