

Marketer's Bar



a gathering place of marketers & marketing service

1月の ヨミトル工房

見えてきたキーワードは「守る」「応援する」
受験戦争真っ只中！この時期ならではの「不安」にフォーカス

見えてきたキーワードは「守る」「応援する」

事実

- ・ 受験生は本番を控え不安がピーク、家族も体調管理・雰囲気づくりに腐心
- ・ インフルエンザ、乾燥、おせち太りなど、1月は他にも不安要素だらけ
- ・ 乳酸菌は腸活の守護神的存在、「守ってくれる」イメージ大の食品
- ・ 受験生の不安解消にちょっと和むゲン担ぎ語呂合わせ商品・・・に変化あり

仮説

- ・ コロナの長期化もあり、不安要素が過ぎるのを待つのではなく不安要素から自分を守る感のある商品に積極的に目が向いてくるのではないか。
- ・ 心の不安を語呂合わせなどで一時的に紛らわすのではなく、不安をシェアできる「頑張る人へ応援」型商品が支持されてくるのではないか。

提案方法

応援メッセージを送れる

注目商材

乳酸菌関連商品

宣伝・販促

受験応援グッズとしての訴求

ヨミトル 職人から 一言

コメント

2021年は1年を通してほとんどが緊急事態宣言期間中で、不安に感じていた方も多かったのではないのでしょうか。コロナ禍を除いても特に1月は不安要素が多く、受験生の方やご家族にとっては最大のイベント「受験」が控えています。現在、受験応援グッズとして製菓関連商品が多く売り出されていますが、乳酸菌関連商品についてもチャンスがあるのではないのでしょうか。



小暮 豊
大手スーパーやCVSで商品部の責任者など歴任。現在NPO理事、メーカー顧問等

1月は「不安」検索が上昇！目立つワードは・・・

Occasion (環境)

- ・年末年始における**暴飲暴食**
- ・「大寒」で**最も寒い季節**
- ・空気が乾燥し、**ウイルスが飛散しやすい**

Life Event (ライフイベント)

- ・成人式
- ・**受験 (中学受験、高校受験、大学受験)**

不安

Connection Word (関連単語)

受験

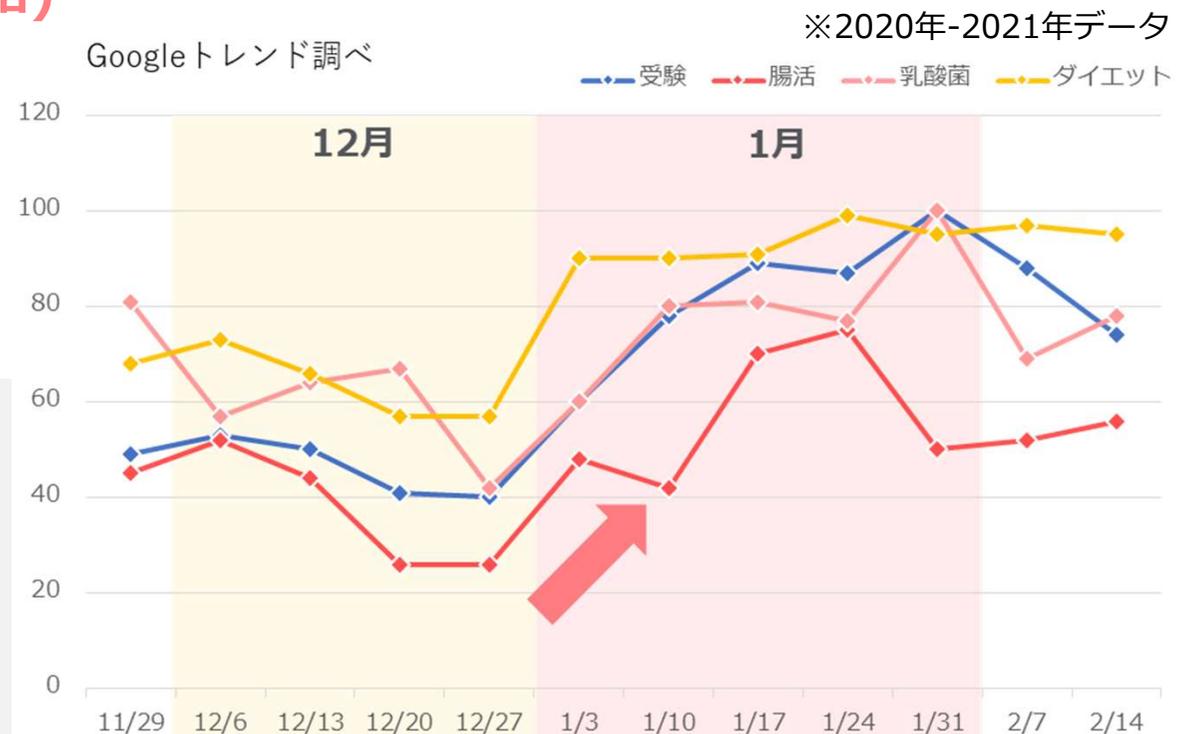
腸活

乳酸菌

ダイエット

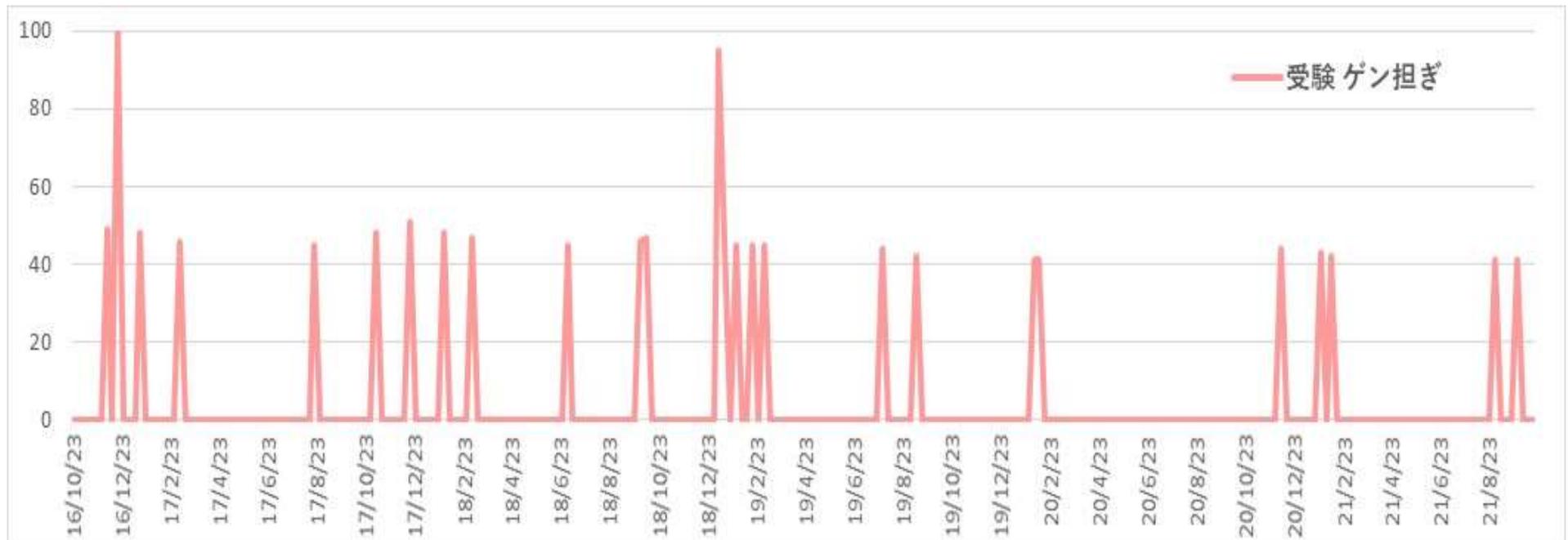
▼受験や体調管理、その関連食材に関するどのワードも年始以降に上昇。不安を解消するための積極的に検索している考えられる。

▼ピックアップした単語は、1月上旬からいずれも同様に上昇傾向。



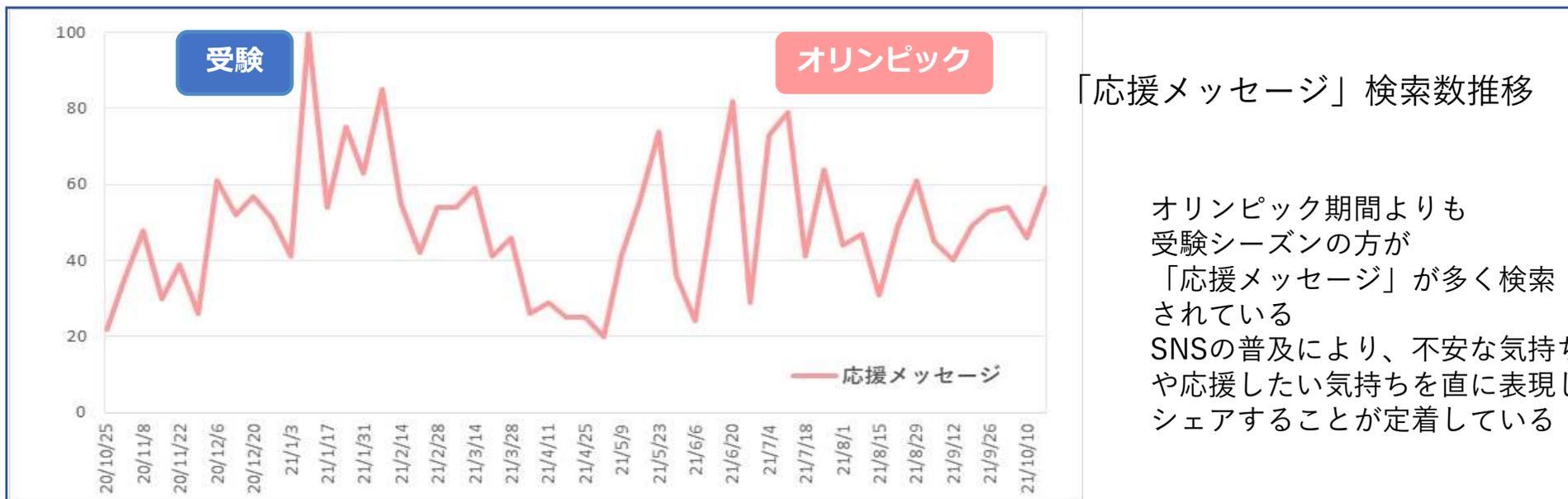
「受験ゲン担ぎ」検索は減少

❖1世帯当たり1か月間の贈答用支出金額推移



受験関連市場は拡大しているが、受験ゲン担ぎ商品検索はここ2年は半減
受験にゲンを担ぐという発想自体が減り、購買に反映してないと思われる

1月は「応援」したい月



受験応援と言えばキットカット

2021年は「受験のゲン担ぎ」から「受験だけではなく将来の夢の実現を応援する」へ進化して
2021年のキャッチコピーは「夢へキットともに」へ

今後は1月＝受験に絞らず、広く「頑張る人」を応援する企画が主流と
なっていく傾向がみられる

体のことを考えた本気の検索

・腸活を検索する人は
それを実現するためのサプリや
レシピ、食べ物を調べている

関連キーワード：腸活



・乳酸菌を検索する人は
その効果や摂取できるヨーグルト、
飲料を調べている

関連キーワード：乳酸菌



体調や各ウィルス感染への不安が強いからこそ、
なんとかしたいという切実な検索姿勢

ヨミトル工房はMarketer's Barとマーケティング支援団体の
フューチャー：フォーラムが開発したオープンデータを組み重ね、消費の
インサイトを読み取る手法です。
メーカーのコンセプトワーク・商品戦略から営業施策・販促計画の立案、
流通の縦割り計画・品揃え・売り場づくりなどMD戦略に活用しています。

発行元について

Marketer's Barは、様々な生活者の動向を調査・分析し、
業界内外へ提供するマーケティング・リサーチ機関です。
調査依頼などのご相談、お問い合わせはお気軽にご連絡ください。

Marketer's Barは、課題にあわせて、マーケティング支援のための設計を行い、
それぞれの得意分野を持ったメーカーと協力しながら、
リサーチからプロモーションまで一気通貫型のマーケティング支援を行います。

お問い合わせ先：info@marbar.jp
担当：秋山