

PRESS RELEASE



報道関係各位

2026年5月11日

アライドアーキテクト株式会社

アライドアーキテクト、「Kaname.ax®」の CEPsリスニング®×N1インタビューで万田発酵の若年層開拓における仮説検証を支援

データとクリエイティブの力でマーケティングコミュニケーションを設計し、企業のマーケティングAXを支援するアライドアーキテクト株式会社(本社:東京都渋谷区、取締役社長:村岡弥真人、証券コード:6081、以下「当社」)は、独自の発酵技術を武器に健康食品・化粧品・農業資材など幅広い領域で事業を展開する万田発酵株式会社(本社:広島県尾道市、以下「万田発酵」)に対し、当社が提供するデータプラットフォーム「Kaname.ax®」によるCEPsリスニング®(カテゴリーエントリーポイントリスニング)およびN1インタビュー(※1)の設計・ファシリテーションを支援いたしました。本取り組みを通じて、インナーケア市場における万田発酵の戦略課題と自社の位置づけを可視化し、顧客の声を起点とした戦略設計の基盤構築に貢献しています。

サービス詳細ページ: <https://service.aainc.co.jp/kaname-ax>

CEPsリスニング®× N1インタビューで 万田発酵の若年層開拓における 仮説検証を支援

インナーケア市場での戦略課題と
自社の立ち位置を明らかに



■若年層開拓を目指す中で、仮説未検証という課題が浮き彫りに

万田発酵は、主力商品「万田酵素」をテレビ・新聞・折込といったオフライン広告を中心に展開し、長年にわたってブランドを育ててきました。一方で顧客層は50～60代が中心であり、30～40代の若年層への新規開拓に対し課題を感じていました。こうした背景から、インナーケア市場向けの新商品「MANDA CARE PLUS」を投入し、若年層開拓に本格的に取り組んでいます。

そうした中で、若年層へのアプローチとしてSNS・インフルエンサーマーケティングにも取り組んだものの、リーチ数は取れてもコンバージョンに繋がらないという課題に直面していました。コンテンツの視聴時間は短く、LPへの流入後も冒頭で離脱してしまうケースが多く見られました。施策の精度をさらに高めるには、ターゲットと訴求の仮説をデータで裏付けることが必要だと考えていました。

■施策より先に顧客と市場を知ることを選び、CEPsリスニング®×N1インタビューを実施

こうした状況を受け、万田発酵は次の施策に移る前に、市場と顧客をデータに基づいて理解することを優先する方針を定めました。SNS上の大量投稿データを専門的に分析するパートナーとして、当社が支援をすることになりました。

当社はまず「Kaname.ax®」によるCEPsリスニング®を実施し、SNS上のリアルな投稿データを収集・分析することで、インナーケア・発酵食品・発酵サプリメントなど関連市場全体の傾向と、競合との相対的なポジショニングを可視化しました。続いて、N1インタビューの設問設計からファシリテーションまでを一貫して支援し、定期購入者とお試し購入者を対象に実際の購買経路や商品への期待値を詳細に把握しました。

■データと顧客の声が仮説を裏付け、次の戦略へ進む根拠を獲得

CEPsリスニング®の結果、インナーケア×発酵というポジショニングの妥当性がデータとして確認されました。万田発酵が設定していた市場の方向性と、実際の消費者ニーズの間に大きなずれがないことが客観的に示されており、次のステップに進む根拠が得られました。また、健康食品では見落とされがちな味への言及が一定数見られたことも、発酵食品ならではの新たなインサイトとなっています。

N1インタビューでは、エステで酵素ドリンクを体験したことをきっかけに自分で検索し、複数回の広告接触を経て購入に至るという行動パターンが確認されるなど、仮説では捉えられなかった顧客の実態が明らかになっています。



■クライアント担当者コメント

今回の取り組みを通じて、自分たちが進めてきた方向性が市場のニーズとずれていないことをデータで確認できたことは大きな収穫でした。また、顧客の生の声が社内の共通言語となり、施策を議論する場で自然と引用されるようになったことも、調査の効果を実感した点のひとつです。

今回得たインサイトは次の展開でも十分に活用できるものと捉えており、今後も継続的に調査を実施していく考えです。顧客の声を起点に戦略を組み立て続けていく姿勢を持ち続けることが、正しいマーケティングへの近道だと改めて確信しました。

(万田発酵株式会社 ダイレクトマーケティング部 齋藤氏)

<CEPsリスニング®について>

CEPsリスニング®は、「Kaname.ax®」に取り込んだSNSのUGCやECのレビューなどから特許出願中(※2)の独自AI技術を活用して顧客の声を分析し、商品・ブランドを購入・利用する際のきっかけ(CEPs:カテゴリーエントリーポイント)を導き出すサービスです。生活者の実際の体験や感想をCEPsを軸に分析することで、生活者インサイトを発見・評価し、より効果的なマーケティング戦略の策定を可能にします。

<Kaname.ax®について>

「Kaname.ax®」は、蓄積された顧客の声(VOC)データからコミュニケーションの「起点となるインサイト」を発見し、企業のマーケティングコミュニケーション設計を支援するデータプラットフォームです。あらゆる“声”をデータ資産化し、AIによる高頻度なインサイト把握と成果学習で精度を高め、経営の意志決定から現場での実行まで、市場変化に強い戦略・施策に繋がります。

サービス詳細ページ：<https://service.aainc.co.jp/kaname-ax>

<万田発酵株式会社 会社概要>

- ・代表者：代表取締役社長 松浦 良紀
- ・所在地：広島県尾道市因島重井町5800-95
- ・URL：https://www.manda.co.jp
- ・設立：1987年6月3日
- ・事業内容：健康食品・化粧品・農業資材等の製造及び販売

<アライドアーキテツ株式会社 会社概要>

- ・代表者：代表取締役会長 田中 裕志
取締役社長 村岡 弥真人
- ・所在地：東京都渋谷区恵比寿一丁目19-15 ウノサワ東急ビル4階
- ・URL：https://www.aainc.co.jp
- ・設立：2005年8月30日
- ・事業内容：マーケティングAX支援事業

<アライドアーキテツ株式会社とは>

アライドアーキテツ株式会社は、データとクリエイティブの力でマーケティングコミュニケーションを設計することで事業成果の向上に貢献するマーケティングAX(※3)支援企業です。2005年の創業以来培った6,000社以上のマーケティング支援実績とUGCを始めとする顧客の声データ資産を活かし、独自開発のSaaS・SNS・AI技術とデジタル・AI人材(※4)を組み合わせた統合ソリューションで、企業のマーケティングAX実現を加速しています。

※1 消費者1人に対して様々な質問をしていくインタビュー

※2 2025年07月25日発表「アライドアーキテツ、SNS投稿などから消費者インサイトを抽出するAI技術の特許を出願」

<https://www.aainc.co.jp/news-release/2025/02616.html>

※3 マーケティング領域におけるAIトランスフォーメーションのこと。AI技術やデジタル・AI人材(※4)によって業務プロセスや手法を変革し、データとAIの活用によって人と企業の新しい関係性を創出すること、と当社では定義しています。

※4 主にAI技術、SaaS、SNSなどのデジタルマーケティングに関連する技術・手法に精通し、それらを活かした施策やサービスを実行できる人材(AIマーケティング戦略立案者、生成AIプロンプトエンジニア、SNS広告運用者、SNSアカウント運用者、エンジニア、Webデザイナー、クリエイティブ・ディレクター等)を指します。

* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテツ株式会社 経営企画室 広報担当

TEL: 03-6408-2791 MAIL: press@aainc.co.jp