

報道関係各位

2026 年 10 月 9 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、ソロフレッシュコーヒーシステムの「DRIP POD」に対し、 顧客インサイトを起点とした広告～LP 一気通貫支援を実施

Kaname.ax[®]による顧客インサイト調査で「静音性」「適正温度」を軸に訴求を再設計、CVR 改善に寄与

AX の力で企業成長を実現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、ソロフレッシュコーヒーシステム株式会社(以下「ソロフレッシュコーヒーシステム」)が展開する、UCC が独自開発したカプセル式ドリップコーヒーシステム「DRIP POD(ドリップポッド)」の定期便サービスに対し、顧客の声(VOC)データプラットフォーム「Kaname.ax[®]」を活用した顧客インサイト調査を起点に、訴求軸設計・広告クリエイティブ制作・広告運用・LP(ランディングページ)制作/LPO(LP最適化)までを一気通貫で支援いたしました。本取り組みにより、広告から LP までの一貫した最適化が進み、CVR(コンバージョン率)の改善に寄与しました。

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



ソロフレッシュコーヒーシステム
「DRIP POD」

**顧客インサイトを起点に
広告からLPまで
一気通貫で支援を実施**



■背景:運用の手応えは得つつも、訴求の“幅”を広げる必要があった

ソロフレッシュコーヒーシステムは、「DRIP POD」定期便の新規獲得に向けたデジタルマーケティング施策を推進し、一定の運用面の手応えを得ていました。一方で、生活者の意思決定は様ではなく、利用文脈や重視するポイントが複数存在するため、単一の訴求だけでは訴求の取りこぼしが生じやすいという課題がありました。さらなる成長に向けては、訴求の“幅”を広げ、施策全体を一貫した方針のもとで連動させることが必要とされていました。

こうした背景のもと、当社は広告運用・広告クリエイティブ制作・LP 制作および LPO を一気通貫で支援するとともに、「Kaname.ax[®]」を活用した顧客インサイト調査を通じて、訴求開発と改善サイクルの強化を進めまし

た。

■Kaname.ax®で顧客の“不満”を起点に、比較検討に効く訴求軸を発見

改善の精度を高めるうえで重要なのは、「ユーザーが何を価値として捉え、どこで迷うのか」を起点に訴求を設計することです。そこで本取り組みでは、「Kaname.ax®」を活用した顧客インサイト調査を実施し、分散している顧客の声を収集・構造化し、広告・LP で検証できる訴求仮説へと落とし込みました。

顧客の声を深掘りすると、カプセル式コーヒーマシンに対して「抽出時の音がうるさい」「抽出温度が熱すぎたり、ぬるすぎたりして安定しない」といったネガティブな意見が一定数見られました。そこで広告クリエイティブでは、こうした不満の裏返しとなる価値として「DRIP POD は静音設計」「抽出温度が安定して“ちょうどいい”」という安心感を前面に設計し、比較検討時に気になりやすいポイントを先回りして提示しました。競合製品との比較においても、静音性・適正温度・UCC ブランドへの信頼という“比較検討に効く軸”を整理し、訴求に反映しています。

■広告～LP まで一気通貫で最適化し、CVR 改善に寄与

獲得施策においては、広告で伝えた価値が LP でも正しく理解され、行動につながる 것이重要です。本取り組みでは広告運用だけでなく、「Kaname.ax®」の顧客インサイト調査で整理した訴求仮説をもとにした広告クリエイティブ制作や、中間 LP・LP の改善までを一気通貫で実施しました。これにより施策全体の最適化が進み、CVR 改善に寄与しました。

また、検証の優先順位と判断軸を整理し、配信設計と改善方針を明確化したことで、運用改善を継続できる状態の構築を進めました。訴求開発→制作→検証のサイクルを定着させ、“改善し続ける状態”をつくったことも、本取り組みの成果の一つです。

■クライアント担当者コメント

これまで獲得施策を進める中で、DRIP POD の価値をどのような訴求で伝えることがより高い獲得効率につながるのかを明確にしたいと思っていました。今回の取り組みでは、顧客の声を起点に、お客様がどのような点を重視し、どこで迷いや不安を感じているのかを整理できたことで、広告や LP で何を優先して伝えるべきかの解像度が大きく高まったと感じています。特に、静音性や抽出温度といった要素を、単なる商品特長としてではなく、お客様の意思決定に影響する訴求軸として捉え直し、コミュニケーションに落とし込むことができたことは大きな収穫でした。加えて、広告運用だけでなく、クリエイティブ制作や LP 改善まで一気通貫で伴走いただけたことで、得られた示唆をスピーディに施策へ反映し、改善サイクルを継続的に回せる状態をつくれた点も非常に良かったと感じています。今後も顧客理解を深めながら、DRIP POD の価値がよりの確に伝わるコミュニケーションを考え、一人でも多くの方に「最高の一杯」を届けていきたいと思っています。

(ソロフレッシュコーヒースystem株式会社 コンシューマー営業部 本多 荘太様)

<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。SNS 投稿、レビュー、EC 購買者のアンケート、リサーチパネルの調査結果など、顧客の声を多角的にデータ収集・統合し、AI で一元的に解析することで、Who × What × How のマーケティングフレームワークや CEPs に適応する形でデータ分析結果を出力します。

<ソロフレッシュコーヒーシステム株式会社 会社概要>

- ・代表者：代表取締役社長 鬼澤 慎一
- ・所在地：東京都港区赤坂 8-5-26 住友不動産青山ビル西館
- ・URL：<https://solofreshcoffee.com/>
- ・設立：2016 年 4 月 1 日
- ・事業内容：コーヒー関連機器製造販売全般、一杯抽出コーヒー関連品販売、インターネット事業、他

<アライドアーキテクト株式会社 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 事業・資産 AX 事業

<アライドアーキテクト株式会社とは>

アライドアーキテクト株式会社は、従来の事業構造を AI 前提で再設計する AX (AI トランスフォーメーション) を推進し、企業の持続的な成長を実現する AX カンパニーです。

AI を活用したデータ×クリエイティブでマーケティングを変革する「マーケティング AX 事業」と、オンチェーン経済圏における AX を通じて資産価値の向上を目指す「資産 AX 事業」を展開しています。

2005 年の創業以来、6,000 社を超えるマーケティング支援実績と、UGC をはじめとする顧客の声データ資産、独自開発の SaaS・AI 技術を蓄積。戦略立案からクリエイティブ、運用、開発までを担うデジタル・AI 人材を結集し、自らを変革し続ける企画者・創造者の集団として、「世界中の人と企業の創造がめぐる社会」を目指して、挑み続けています。

* 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】

アライドアーキテクト株式会社 経営企画室 広報担当

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