

2021年7月28日

株式会社電通デジタル

電通デジタル、Fu-man insight lab[®]発の“社会的不満”探索 支援ツール「Social Pain Compass」を提供開始 - SNS 分析から 200 超の“Social Pain”を抽出し、 パーパスのある DX・CX 支援を強化 -

株式会社電通デジタル（本社：東京都港区 代表取締役社長執行役員：川上 宗一 以下、電通デジタル）は、「人々（ヒューマン）の不満に迫れば、新しい価値の種が見えてくる。」をスローガンに、人々の不満の探索から、新たな顧客体験（以下、CX：カスタマーエクスペリエンス）変革の戦略構築を支援する専門チーム「Fu-man insight lab[®]（フーマンインサイトラボ）」発の新ソリューションとして、社会不満探索支援ツール「Social Pain Compass（ソーシャルペインコンパス）」を本日より提供開始します。

<「Social Pain Compass」のロゴマーク>

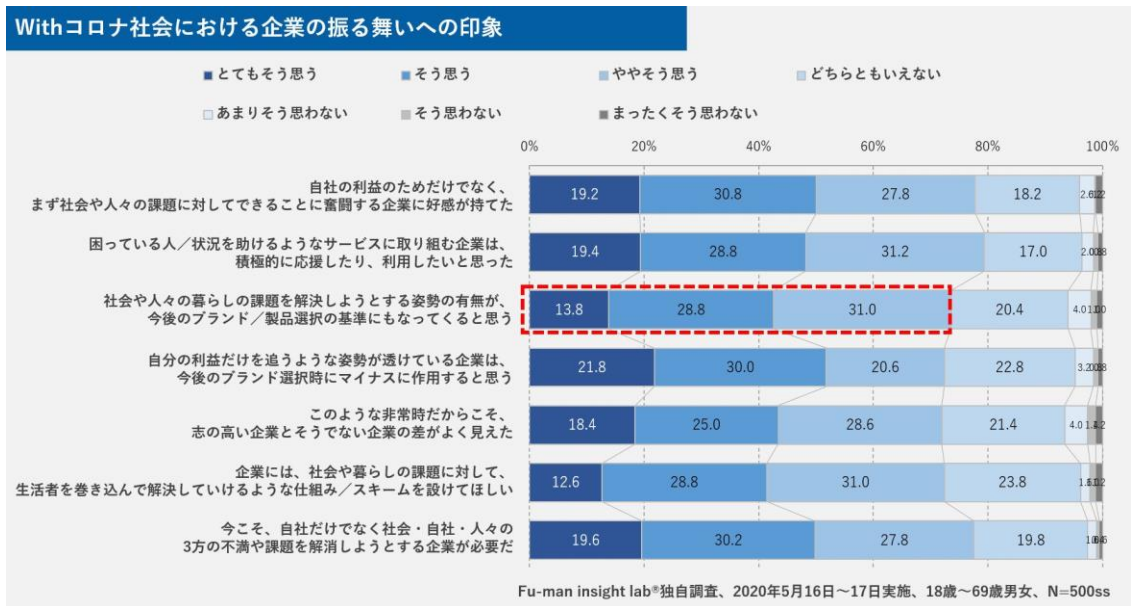


昨今、多様化する社会課題への企業の向き合い方の重要性が増すとともに、生活者による企業評価においても、“社会課題への向き合い姿勢の有無”が重要なポイントの一つとなってきた様子が伺えます。事実、Fu-man insight lab[®]が昨年実施した調査^{※1}では、生活者の73.6%が「社会や人々の暮らしの課題を解決しようとする姿勢の有無が、今後のブランド／製品選択の基準にもなってくると思う」と回答しています（画像1）。

新型コロナウイルス感染症を契機に、社会のデジタルトランスフォーメーション（以下、DX）の波も加速する中で、DX、顧客体験変革自体が目的化してしまうケースも少なくありません。生活者、そして社会に真に望まれる変革を起こしていくためにも、“その変革によって、自社がどんな社会課題を解決し、社会に対してどのような存在意義（パーパス）を発揮できるのか？”を考えることが、重要であるとFu-man insight lab[®]は考えます。

そのような背景から、“自社が向き合うべき社会不満（Social Pain）の方角を見つけよう”をスローガンに、社会不満探索を支援することを目的に「Social Pain Compass」を開発しました。「Social Pain Compass」を用いて、企業が自社・生活者・社会の”三方良し”なDX・CX変革を起こしていくための支援を強化します。

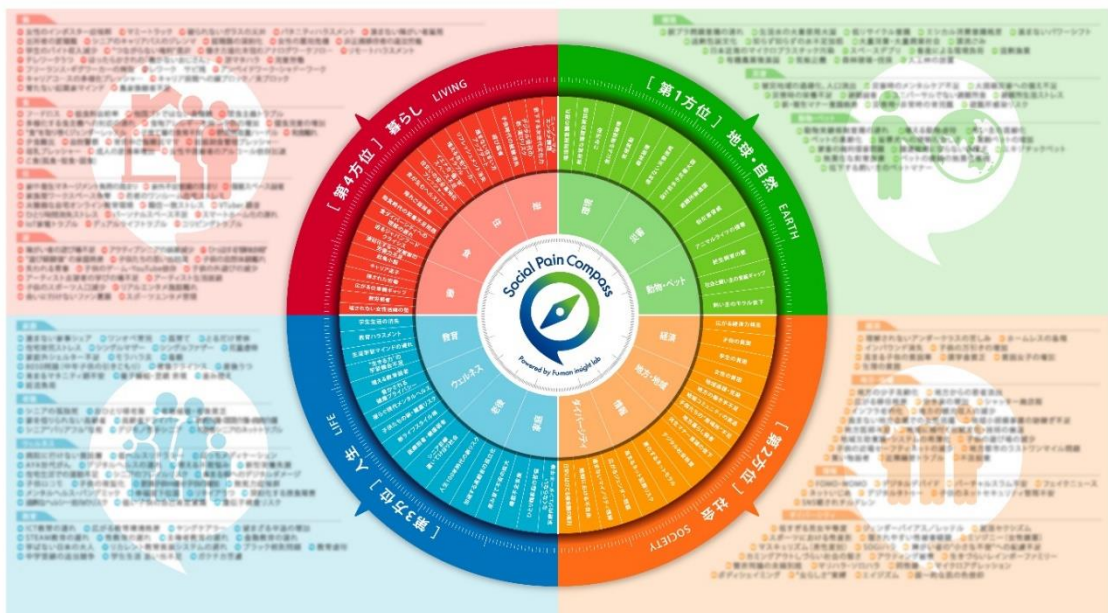
(画像 1)



<ツール概要>

「Social Pain Compass」は、ソーシャルメディア上の生活者の声を分析することで、生活者が社会的な不満として捉えている事象を特定しながら、200 個を超える“Social Pain Keyword”を抽出しまとめた、社会不満探索支援ツールです。

<200 個超の“Social Pain Keyword”をカテゴリ別にまとめた INDEX シート>



本ツールでは、大きく 5 種類の情報をまとめています。

1. 「Social Pain Category Map シート」

15 個の探査テーマごとに、“社会不満”のカテゴリーを分類・整理したシート

2. 「Social Pain Keyword Map シート」

Social Pain Category Map シートで分類・整理した各カテゴリーに含まれる社会不満キーワードを示すシート

3. 「Social Pain Ranking シート」

各キーワードに関連するワードの総投稿数をランキング化したシート

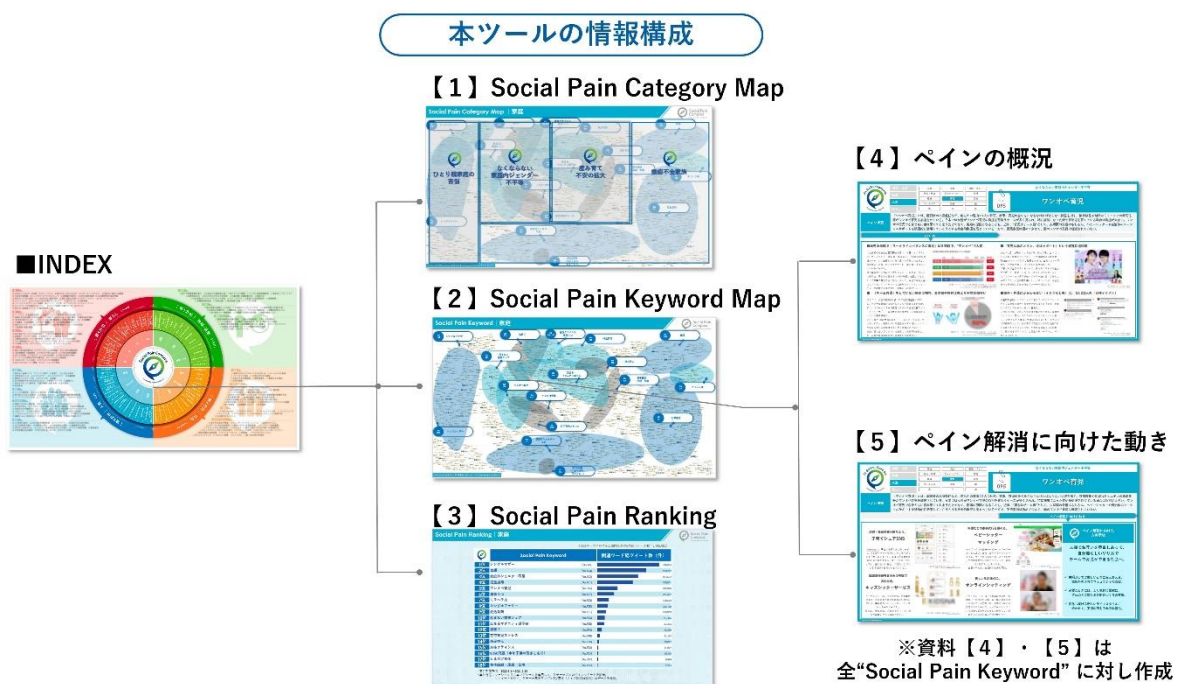
4. 「ペインの概況シート」

各キーワードの社会不満の詳細実態をまとめたシート

5. 「ペイン解消に向けた動きシート」

各キーワードの解消策の動向をまとめたシート

これらの情報シートを用いることで、スピード感を持って企業の業種やターゲット層と関連性の高い社会不満の探索を支援します。



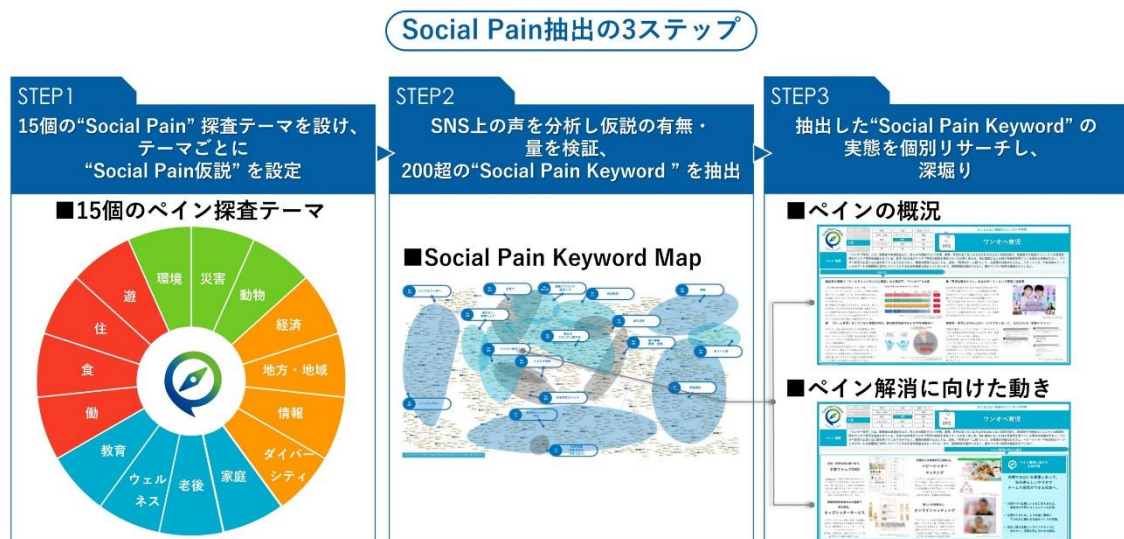
<Social Pain 抽出のアプローチ>

Step1 : 15 個の Social Pain 探査テーマ※を設け、テーマごとに“社会的に不満とされている事象”を一次研究し、“Social Pain 仮説”を抽出

※15 個の Social Pain 探査テーマ : 環境／災害／動物・ペット／経済／地方・地域／情報／ダイバーシティ／
家庭／老後／ウェルネス／教育／働／食／住／遊

Step2 : テーマごとに、直近 1 年（集計対象期間 : 2020 年 3 月 1 日～2021 年 2 月 28 日）にソーシャルメディア上で投稿された 2 万サンプルのデータを対象にソーシャルリスニング分析※²を行い、浮かび上がってきたペイン文脈のワードを読み解くことで、設定仮説の有無・ボリュームを検証。その結果を 200 個超の“Social Pain Keyword”として整理

Step3 : 抽出した 200 個超の“Social Pain Keyword”それぞれに対して、ペインの実態を掘り下げる情報リサーチを実施しまとめたものを、最終的に“Social Pain Keyword Book”として編集



<Social Pain Compass を活用した、提供ワークプログラム例>

Fu-man insight lab®では、「Social Pain Compass」を活用し、企業が「“パーパス”のある、DX・CX 変革」を成し遂げるためのコンサルティング支援を強化します。既存事業の改善、新規事業の構想など中長期的な DX・CX 変革のプランを描いていく際に、テクノロジーが先行するあまり、つい抜け落ちてしまいがちな、“その変革によって、自社がどんな社会課題を解決し、社会に対してどのような存在意義（パーパス）を発揮できるのか？”について、本ツールを活用し議論・合意形成。そして合意した“パーパス”を実現していくために、真に必要な顧客体験の創造を、ワークショップ形式で支援します。

ワークプログラム例



これからも、Fu-man insight lab[®]では、暮らし・社会が抱える不満と、企業が提供し得る価値を繋げるハブとなるような活動を強化し、“ソーシャルエンリッチ（社会をより豊かにする）”な顧客体験変革の支援に努めてまいります。

※1 Fu-man insight lab[®]独自調査（2020年5月16日～17日実施、18～69歳男女、N=500ss）

調査主体：株式会社電通デジタル／調査実施機関：株式会社電通マクロミルインサイト

※2 ソーシャルリスニング分析とは、ソーシャルメディア上に蓄積された“声（投稿）”に耳を傾け、“生活者のリアルな考え・意識”を調査・分析するアプローチ手法のことをいいます。

「Social Pain Compass」のツール概要は、下記のサイトページからもご覧いただけます。

URL：<https://www.dentsudigital.co.jp/service/dx/purpose/>

以上

<電通デジタルについて> <https://www.dentsudigital.co.jp/>

国内最大規模のデジタルマーケティング会社として、データとテクノロジーを駆使した次世代マーケティングの戦略策定・実行、その基盤となるITプラットフォームの設計・構築、クライアントの事業革新を支援するDXコンサルティングなどのサービスを提供。国内外のプラットフォーム各社との緊密なパートナーシップのもと、高度な専門性と統合力により、クライアントの事業成長に貢献しています。

【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社電通デジタル コーポレートコミュニケーション部

竜野・宮本 TEL：03-6217-6036

Email：press@dentsudigital.co.jp

【本事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル CX トランスフォーメーション部門

田川・廣田 TEL：03-6217-6050

Email：social_pain_compass@group.dentsu.co.jp