

# 不満の声から見る理想のシャンプー

– 1,100万件以上の不満を分析したマーケティング活用案 –

株式会社 Insight Tech（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：伊藤友博）は当社が運営する『不満買取センター』に投稿される1,100万件以上の生活者の声から特徴的な声を読み解き、理想のシャンプーについてアイデア出しを行いましたので、その結果を報告いたします。

## 分析手順概要

- ★ 主に「ポジティブな意見」、「深刻な意見」に注目。
- ★ 不満のインサイトをコア、サブコア、フリンジの3層に分けて理解。
- ★ 3層から読み取れる内容をもとに、商品企画を検討。

※「ポジティブな意見」、「深刻な意見」については、以下をご参照ください。  
<http://resource.insight-tech.co.jp/article/125/release.pdf>

## ■ 分析内容 詳細

1：主に「ポジティブな意見」、「深刻な意見」に注目。

## 不満のインサイト

### 何を使ったらいいかわからない

#### 【深刻な意見】

頭皮に良いシャンプー選ぶべきか、髪の毛がツヤツヤになるシャンプーを選ぶべきか、悩む。頭皮に湿疹ができず、フケを抑え、髪の毛がサラサラになるようなシャンプーがいい。

### 信用できるものを使いたい

#### 【深刻な意見】

わざわざ他の化粧品を購入してサンプルを貰って試したのだが、書いてないがどうやらメントールが入っている。首などシャンプーの泡が効かるところがスースーする。メントールが入っているとわかっていたら貰わなかった。他に試したい物もあったのに。

### 効果が感じられない

#### 【深刻な意見】

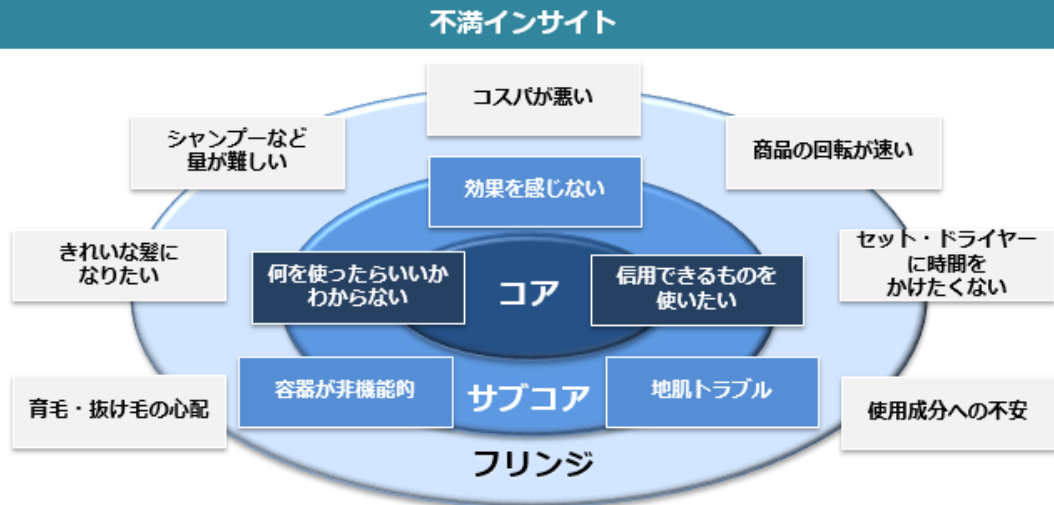
泡立ちは良いけれど、どこがモイストなのだろう、と思ってしまうほど潤いませんでした。前のシャンプーから切り換えた途端、髪がパサパサになってしまった。少し植物成分を入ただけで、ナチュラル派をうたわないでほしい。

### 地肌トラブル

#### 【ポジティブな意見】

よく泡立てると、地肌にさらにいいと聞きました。キレイキレイのように、泡で出てくるタイプも販売してくれると嬉しいです。

## 2 : 不満のインサイトをコア、サブコア、フリンジの3層に分けて理解。



### コア・サブコア・フリンジから読み取れる内容

- ・「何を使ったらよいかわからない」コアの原因に、自分の髪・地肌の状態にどうアクションしてよいかわからないということが考えられる。
- ・継続使用し、結果が出なかった際、商品の機能・成分の謳いに対して不満だけが残る。良いものとめぐり合っても市場の回転が早く、販売中止になってしまう。負のループが消費者に付きまとっている。

## 3 : 3層から読み取れる内容をもとに、商品企画を検討。

### 「理想のシャンプー」アイデア

①自分の頭皮と髪の写真アプリに送る



②地肌・髪の状態を解析  
適切な商品をレコメンド

地肌・髪、状態別の商品を開発



④体質が変わったな、と思ったらいつでもチェック



③購入すると自宅へ定期便で届けてくれる



### 不満インサイトから考える「理想のシャンプー」

**【商品】** 毛髪・地肌のサイクルに合わせた数種類のシャンプー & 専用チェックアプリを開発。

**【サービス】** 髪の毛・地肌の写真を送ると1ヶ月分の「現在の頭皮・髪」に合ったシャンプーを送ってくれる。気に入ったシャンプーは、サブスクリプションモデルとして、定期定額で使用できる。顧客は継続的に自分に合ったシャンプーを使い続けることができ、企業は顧客層の獲得ができる。