PRESS RELEASE

報道関係各位

2026年3月11日

アライドアーキテクツ株式会社

アライドアーキテクツ、CEPsリスニングでマンナンライフの戦略的SNS運用を実現

受験・サウナ・推し活など新たな購買シーン発見、商品開発への展開可能性も創出

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ツ株式会社（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、30年続くロングセラーブランド「蒟蒻畑」を展開する株式会社マンナンライフ（以下「マンナンライフ」）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）を活用した戦略的なSNS運用支援を実施し、新たな購買シーンの発見と商品企画の可能性創出に貢献しました。

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

■CEPsリスニング導入の背景：認知と購買のギャップを埋める戦略的SNS運用へ

マンナンライフは、圧倒的な認知度を誇る「蒟蒻畑」などのブランドを展開する一方で、食用シーンの想起率の低下から、"自分が買う商品"として意識してもらいにくいという課題を抱えていました。また、メインユーザー層が40代～60代であることから、若年層（10～30代）への浸透が重要な経営課題となっていました。

若者のテレビ離れが進むなか、2019年3月にInstagramを開設し若者へのアプローチを開始したものの、「S

NSでの反応は良いが、果たして購買に繋がっているのか」「アレンジレシピ動画の反応は良いが、実際にはそのまま食べる人が大多数である」といったエンゲージメントと購買のギャップに悩んでいました。さらに、同じような投稿の繰り返しによるマンネリ化、バズ狙いの投稿に頼る運用など、戦略的なSNS運用ができていない状況でした。

こうした課題を解決するため、マンナンライフはマーケティング支援パートナー企業を検討していました。当社は、施策提案ではなく、「考え方」のレベルから戦略設計をサポートする姿勢、客観的なアカウント分析、納得できる目標設定の整理といったアプローチが評価され、パートナーとして選定されました。

■蒟蒻ゼリーの枠を超えた競合分析：CEPsリスニングが明かした新たな市場機会

当社は、マンナンライフのSNS運用支援において、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）を実施。CEPsリスニングとは、SNS上の発話データをスコア化し、消費者が商品を想起する具体的なシーンや文脈を可視化する手法です。

従来、マンナンライフは蒟蒻ゼリーのみを競合としてベンチマーク調査を実施していましたが、当社のCEPsリスニングでは、「小腹満たし」という食用シーンで競合するグミやチョコレートなど、カテゴリーを超えた市場全体を分析対象とし、飽和状態にある蒟蒻ゼリー市場の外にある新たな市場を発見することができました。

分析結果では、マンナンライフが定性調査で把握していた「ダイエット中の間食」「健康的に罪悪感なく食べられる」といった食用シーンを、データとして明確にスコア化しました。さらに、「受験シーズンのお弁当」「サウナ前後の栄養補給」「登山時の携行食」「推し活イベント時のエネルギーチャージ」といった、これまで想定していなかった新たな食用シーンも発見されました。

■シズル感からシーン訴求へ：想起のきっかけを増やすコンテンツ戦略

CEPsリスニングの結果を基に、マンナンライフのSNSコンテンツ戦略を「シズル感重視」から「シーン×季節イベント訴求」へと転換の支援を実施いたしました。

具体的には、受験シーズンに合わせたお弁当企画、露天風呂の日とサウナシーンを組み合わせた投稿、新商品発売時の推し活キャンペーンなど、ターゲットが商品を想起する具体的なシーンと季節性を掛け合わせたコンテンツを制作しました。とくに推し活キャンペーンでは、抹茶味やアセロラ味などカラフルな色味を活かした訴求により、お客様相談室に「抹茶味はどこで売っていますか」という問い合わせが入るなど、SNSをきっかけとした店舗での購買行動を確認できました。

■クライアント担当者コメント

今回のCEPsリスニングを通じて、「お客様に想起していただく回数を増やす」という当社のマーケティング課題に対し、データで裏付けされた戦略的なアプローチが実現できました。SNSで感じていたことがスコアで可視化され、裏付けになっただけでなく、蒟蒻ゼリーの枠を超えて別市場の商品とも比較できたのは、新しい切り口として大きな価値がありました。

また、商品開発への展開可能性が見えてきたことも大きな成果のひとつです。CEPsリスニングで受験やサウナ、推し活といった新しい食用シーンを発見し、実際にInstagramでコンテンツとして発信してお客様の反応を検証することで、「推し活専用蒟蒻畑」といった新商品アイデアも生まれました。今後、継続的にCEPsリスニングを実施することで時系列での変化も把握でき、「蒟蒻畑じゃないといけない理由」のような大きなニーズが見つかれば、商品企画や営業展開にも活かしていけると考えています。このように、SNS運用の成果が全社マーケティングへと広がる可能性を実感しています。

SNS運用で一番重要なのは、買うきっかけを作ること。今後もCEPsリスニングの結果を戦略的に投稿に落とし込み、想起するタイミングをどれだけ増やしていけるか、そこにチャレンジしていきたいと考えています。
（株式会社マンナンライフ 企画部 北村郁実氏）

＜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(※1)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。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。

サービスサイト：https://service.aainc.co.jp/kaname-ax

＜株式会社マンナンライフ 会社概要＞

・代表者 ： 代表取締役社長　鶴田 一裕

・所在地 ： 群馬県富岡市富岡2690-1

URL ： https://www.mannanlife.co.jp/

・設立 ： 1969年7月31日

・事業内容 ： 蒟蒻製品等の開発製造販売

＜アライドアーキテクツ株式会社 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

＜アライドアーキテクツ株式会社とは＞

アライドアーキテクツ株式会社は、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（※2）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（※3）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 2025 年 07 月 25 日発表「アライドアーキテクツ、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
※2 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（※2）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。
※3 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】

アライドアーキテクツ株式会社　経営企画室 広報担当
TEL：03-6408-2791　　MAIL：press@aainc.co.jp