

# PRESS RELEASE



報道関係各位

2026年3月18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分析で証明した勝ち筋で、  
アサヒ飲料「三ツ矢サイダー」のSNS動画が計400万回再生を実現  
～バズ投稿を受けたPOP制作でフィジカルアベイラビリティにも貢献～**

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、アサヒ飲料株式会社(本社:東京都墨田区、代表取締役社長 米女 太一、以下「アサヒ飲料」)に対し、生活者の声と企業の想いを掛け合わせたコミュニケーション設計を得意とする当社のクリエイティブチーム「3°C1(サンドイッチ)」による、VOC(顧客の声)データプラットフォーム「Kaname.ax®」を活用したSNS運用支援を実施いたしました。

また、本施策においては、戦略的にショート動画「三ツ矢サイダーで保冷剤を作ってみた」をクリエイティブチーム「3°C1」が制作しており、公開からわずか数日間でTikTok、Instagram計400万回再生を突破し、さらに数時間後には動画を基にした店頭POP制作が決定、営業部門の商談ツールとしても展開されました。

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

## ■Z世代アプローチが課題-TikTok運用における戦略的パートナー選定

「三ツ矢サイダー」「ウィルキンソン」「カルピス®」などの人気ブランドを展開するアサヒ飲料は、X(旧Twitter

r)やInstagram、LINE等の複数オウンドメディアを活用した取り組みを進めていましたが、これからの需要の中心となるZ世代へのアプローチが課題となっていました。そこで同社はZ世代が多く利用するTikTokに注目し、「TikTokでしかできないこと」の実現に向け、専門知見を持つパートナーとして、アライドアーキテクトズを選定しました。

#### ■「Kaname.ax<sup>®</sup>」が証明した三ツ矢サイダーの優位性—CEPs戦略による勝ち筋発見

当社はTikTokアカウント運用にあたり、まず戦略的アプローチとしてデータプラットフォーム「Kaname.ax<sup>®</sup>」を使用したCEPs(カテゴリーエントリーポイント※1)分析を実施しました。三ツ矢サイダーと競合他社のSNS投稿データを収集・分析した結果、三ツ矢サイダーでは「アレンジ用途」というCEPが数値として明確に突出していることが判明。他社と比較しても明らかに上位にランクインしており、これまで定性的にしか把握できていなかった「いい意味で邪魔しない味」「何にでも合う」という三ツ矢サイダーのカスタマイズ性の高さが定量データで裏付けられました。この客観的な根拠により、社内でのマーケティング施策提案の説得力が向上し、SNSでの「勝ち筋の体系化」が実現しました。

#### ■400万回再生と即日POP制作—データドリブン戦略が営業現場まで動かした成果

生活者の声と企業の想いを掛け合わせたコミュニケーション設計を得意とする当社のクリエイティブチーム「3°C1」は、「Kaname.ax<sup>®</sup>」分析で見出した優位性のあるCEP「アレンジ用途」と、Z世代が“思わず反応してしまう”コミュニケーションエントリーポイント(※2)である「お弁当文脈」「食べられる保冷剤」を掛け合わせ、動画企画を提案しました。

分析結果をもとに、共感と実用性の両面から購買意欲を喚起できる構成を検討し、「三ツ矢サイダーで保冷剤を作ってみた」動画を作成しました。

公開後、動画はTikTok、Instagram計で400万回を超える再生を記録し、「面白い」という反応に加えて「買って試してみたい」「自分でもやってみよう」といったコメントが多数寄せられました。

この結果、SNS上で高いエンゲージメントを生み出し、デジタル上の興味関心を店頭での購買行動へとつなげる成果を実現しました。



さらに投稿が拡散され始めた数時間後には、アサヒ飲料社内で「現場・売り場で訴求したい」という反応があり、即座に店頭POP制作が決定しました。SNSと売場がつながる媒介物としてPOPが機能することとなり、SNS施策が営業活動まで直結する展開となりました。

**Asahi**  
**SNSで話題**  
**400万再生!**

動画を  
チェック!

冷凍でも美味しい  
**ミツ矢サイダーゼリー!**

**材料**

- ・ミツ矢サイダー 500ml
- ・アガー 20g
- ・砂糖 50g
- ・缶詰のフルーツ 適量

**レシピ**

- ①アガーと砂糖を粉のまま混ぜる
- ②鍋にミツ矢サイダーを200ml程度入れる
- ③①(アガーと砂糖を混ぜたもの)を入れて混ぜる
- ④火にかけて煮溶かす
- ⑤残りのミツ矢サイダーを入れる
- ⑥フリーザーバッグに缶詰のフルーツを入れて空を押し入れる
- ⑦冷凍庫で固める

100年のワクワクと笑顔を。  
**アサヒ飲料**

① のんだあとほりサイズ

■クライアント担当者コメント

今回「Kaname.ax<sup>®</sup>」による定量的分析で、これまで定性でしか把握していなかった顧客インサイトを数値で証明いただけた点、そしてアライドアーキテクツさんのクリエイティブチーム「3°C1」が、その分析結果をしっか

りと感性に響くクリエイティブへ橋渡ししていただけた点を高く評価しています。単なるバズ動画で終わるのではなく、ブランドと顧客の関係性を深める質の高いコミュニケーションが実現でき、その分析結果を起点としたSNS運用により、想起のされやすさ(メンタルアベイラビリティ)だけでなく、商品の手にとられやすさ(フィジカルアベイラビリティ)の向上まで繋がれたことが大きな成果です。今後は「Kaname.ax<sup>®</sup>」を他ブランドでも展開し、SNSを戦略的に運用して勝ち筋を見つけていきたいと考えています。

(アサヒ飲料株式会社 マーケティング本部 プロモーション戦略部 戦略企画グループ 角田和哉様(当時))

### <Kaname.ax<sup>®</sup>について>

顧客の声を要(かなめ)に、マーケティングAXを起動する。

「Kaname.ax<sup>®</sup>」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>

### <3°C1について>

企業と生活者の間にデータ・インサイト・クリエイティブという3つの温度を”サンドイッチ”することで、「おいしい関係」を創るチームです。生活者の声と企業の想いを掛け合わせ、感情と行動を動かす冷めないコミュニケーションを設計し、人間らしい温度のあるクリエイティブで、事業成果につながるブランド体験を生み出します。

### <アサヒ飲料株式会社 会社概要>

- ・代表者: 代表取締役社長 米女 太一
- ・本社所在地: 東京都墨田区吾妻橋一丁目23番1号
- ・URL : <https://www.asahiinryo.co.jp/>
- ・設立: 1982年3月30日
- ・事業内容: 各種飲料水の製造、販売、自動販売機のオペレート、その他関連業務

### <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

## ＜アライドアーキテクト株式会社とは＞

アライドアーキテクト株式会社は、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 Category Entry Points 顧客が特定の商品カテゴリの購入を検討するきっかけとなる状況やニーズのこと。

※2 コミュニケーションエントリーポイント: CEPs(カテゴリーエントリーポイント)分析で特定したブランド想起のきっかけやシーンを、生活者が思わず反応する表現に変換して組み込んだクリエイティブの接点。

※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(※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。

※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。

※「カルビス」はアサヒ飲料株式会社の登録商標です。

### 【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](mailto:press@aainc.co.jp)