

A decorative graphic on the left side of the slide, featuring a large, thin-lined circle. A thick, dark grey horizontal bar overlaps the circle, and a large, black, stylized bracket shape is positioned to the left of the text on this bar.

投稿レシピとアクセスログ分析を通じた 新しいMD企画への挑戦

2014年11月20日

株式会社Mizkan 栢木実

クックパッド株式会社 中村耕史

1. 実施主体概要
2. プロジェクト概要
3. プロジェクト実施方法
4. ファインディング
5. まとめ

企業概要

株式会社Mizkan

クックパッド株式会社

創業	1804年	1997年
売上高	1076億円(2014月2月期)	65億円(2014年4月期)
事業内容	加工食品及びチルド食品などの製造販売	料理レシピサイト『クックパッド』の企画・運営



食生活研究プロジェクトとは

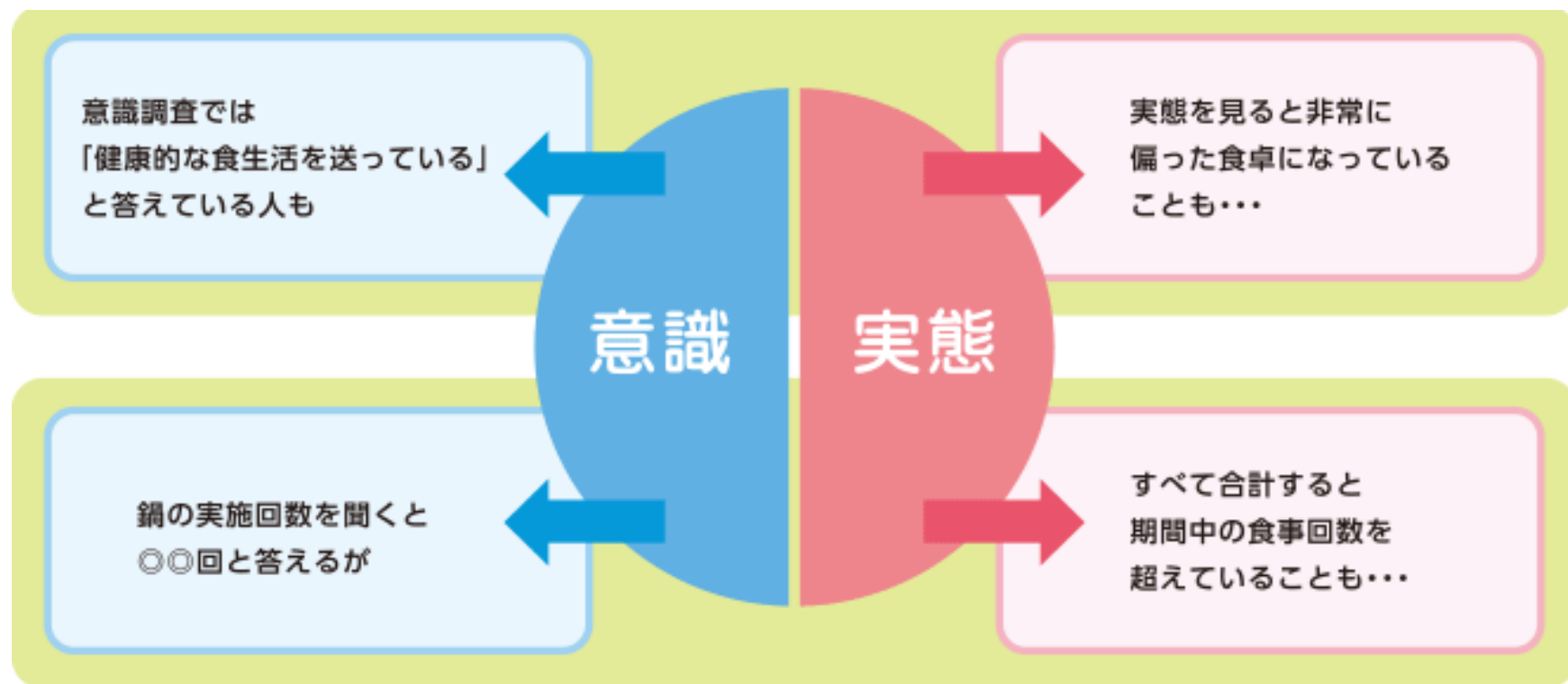
食生活研究は2008年にスタート
生活者の理解を深めるためのフレームワーク



<http://www.mizkan.co.jp/company/menu/project/outline.html>

食生活研究プロジェクトとは

意識ではなく、実態にフォーカスした調査が特徴



<http://www.mizkan.co.jp/company/menu/project/difference.html>

過去のプロジェクト例

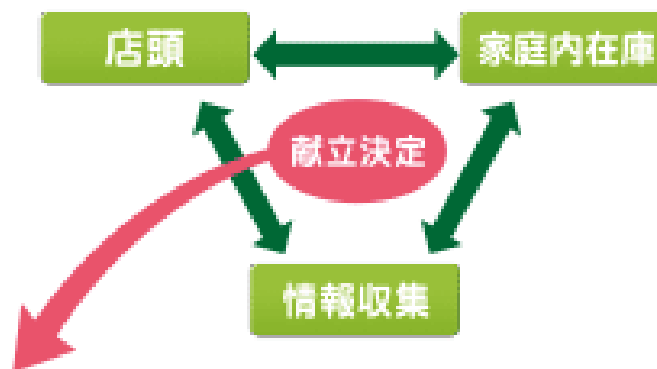
メニューや家庭内在庫の写真をはじめとした、行動実態に関する膨大な情報に対して観察型の分析を行うことで、生活者の食生活行動を把握。



<http://www.mizkan.co.jp/company/menu/project/perspective.html>

過去のプロジェクト例

過去プロジェクトにおいても、献立決定の情報源としてクックパッドがキーとなっていることが明らかに



1 情報収集はネット中心!



2 クックパッド月別検索ランキングでも「簡便」「旬の素材」が毎月上位に!

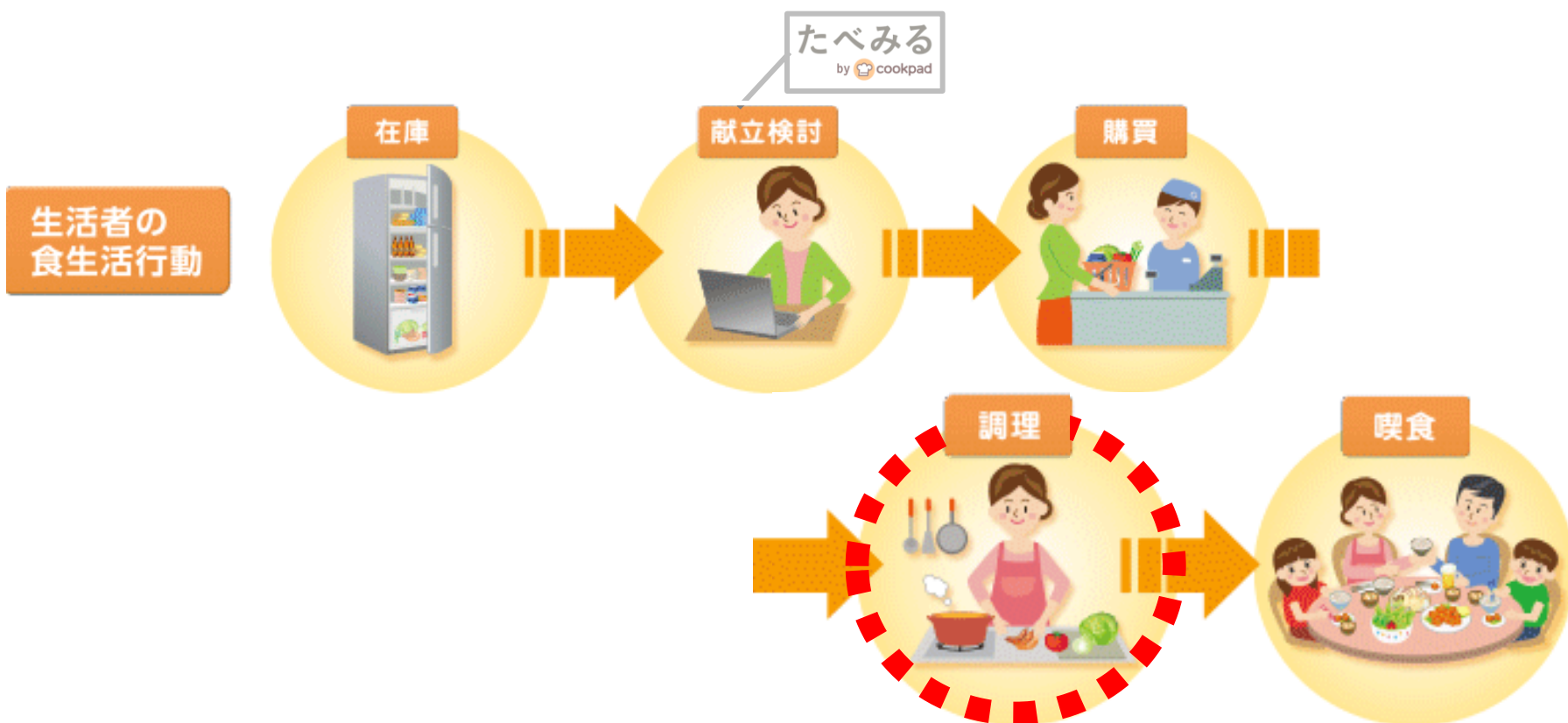
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
1	雑草	雑草	雑草	雑草	雑草	雑草	雑草	雑草	雑草	雑草	雑草	雑草
2	パンパイン	パンパイン	パスタ	パスタ	パスタ	塩麴	なす	なす	なす	さつまいも	クリスマス	クリスマス
3	白菜	クッキー	キャベツ	豚肉	豚肉	キャベツ	トマト	ゴーヤ	キャベツ	パロウイン	さつまいも	白菜
4	大根	トマト	豚肉	キャベツ	サラダ	パスタ	パスタ	トマト	豚肉	キャベツ	大根	大根
5	餅	チョコ	サラダ	サラダ	キャベツ	豚肉	じゃがいも	パスタ	パスタ	かぼちゃ	白菜	サラダ
6	豚肉	白菜	ほうれん草	たけのこ	お弁当	サラダ	キャベツ	豚肉	サラダ	豚肉	餅	ケーキ
7	サラダ	ケーキ	餅	お弁当	話題	じゃがいも	サラダ	サラダ	かぼちゃ	サラダ	キャベツ	おせち
8	パスタ	パスタ	トマト	話題	餅	トマト	豚肉	キャベツ	さつまいも	スイートポテト	豚肉	キャベツ
9	キャベツ	豚肉	大根	餅	豚肉	なす	きゅうり	ピーマン	ピーマン	栗	サラダ	パスタ
10	スープ	サラダ	豚肉	豚肉	じゃがいも	餅	そうめん	じゃがいも	じゃがいも	パスタ	パスタ	豚肉

出典：クックパッド調べ 2012年

<http://www.mizkan.co.jp/company/menu/project/menu.html>

データの位置づけ

- 検索データは既に「たべみる」としてサービス提供有り
- 今回のプロジェクトでは、調理実態としての“10分以上の継続閲覧”を本キーデータとして活用



データの特徴

- 検索という能動的なアクションの結果としての「作った」というリアルな「作りたい」「食べたい」といった「ニーズの高い実態」が見える
 - のべ月間利用者数が4,400万人以上と、実際のメニュー決定に最も利用されているサイトの利用時に発生しているデータ
- 圧倒的なデータ量による既存データでは見えにくい兆しや変化から新たな仮説が見つかる
- 投稿レシピの写真や作り方の工程から、よりリアルな生活者の求めるレシピ提案のイメージが掴める

1. 実施主体概要
2. プロジェクト概要
3. プロジェクト実施方法
4. ファインディング
5. まとめ

2014年プロジェクトの狙い

【ゴール】

流通企業・生活者にとって魅力的で納得感のあるMD提案の実施

【手段】

メニュー検討時に参照するサイトとして圧倒的なシェアを持つクックパッドのユーザーのレシピ投稿・検索及び、調理実態を分析することを通じて以下の目的を目指した。

- a) 属性ごとの特徴的な調理行動を把握する
- b) 家庭での調理・喫食を促進する要因の仮説を抽出する

データ概要1

【分析対象】

- ・2013年10月3日(木)～2014年4月30(水)の期間に、クックパッドサイトで”10分間以上継続して閲覧された(≡作られた)”鍋レシピ (11,304レシピ)
- ・同期間の検索データ

*開始日が月初でないのはデータ取得期間が2013/10/3以降のため

【付与情報】

付与情報	付与方法
鍋種、味種	目視による分類
作った人の年代	ユーザーID情報
作られた週(平日/土日区分付)	ログデータ
各レシピが作られた回数	ログデータ
各レシピに使用されている材料	専用辞書による名寄せ
抽出レシピのつくれぽ数	抽出時点の投稿情報

つくれぽ:クックパッド内でレシピ作者への感謝の表し方として活用されている「つくりましたフォトレポート」の略。

1. 実施主体概要
2. プロジェクト概要
3. **プロジェクト実施方法**
4. ファインディング
5. まとめ

最新技術＋ノウハウ



-Amazon Redshiftを活用
したデータ処理

+



-レシピの分類
-レシピ読み込み

意味のある分析には、

事業を熟知し、仮説を持った人が必要

作業イメージ



実施ノウハウ例

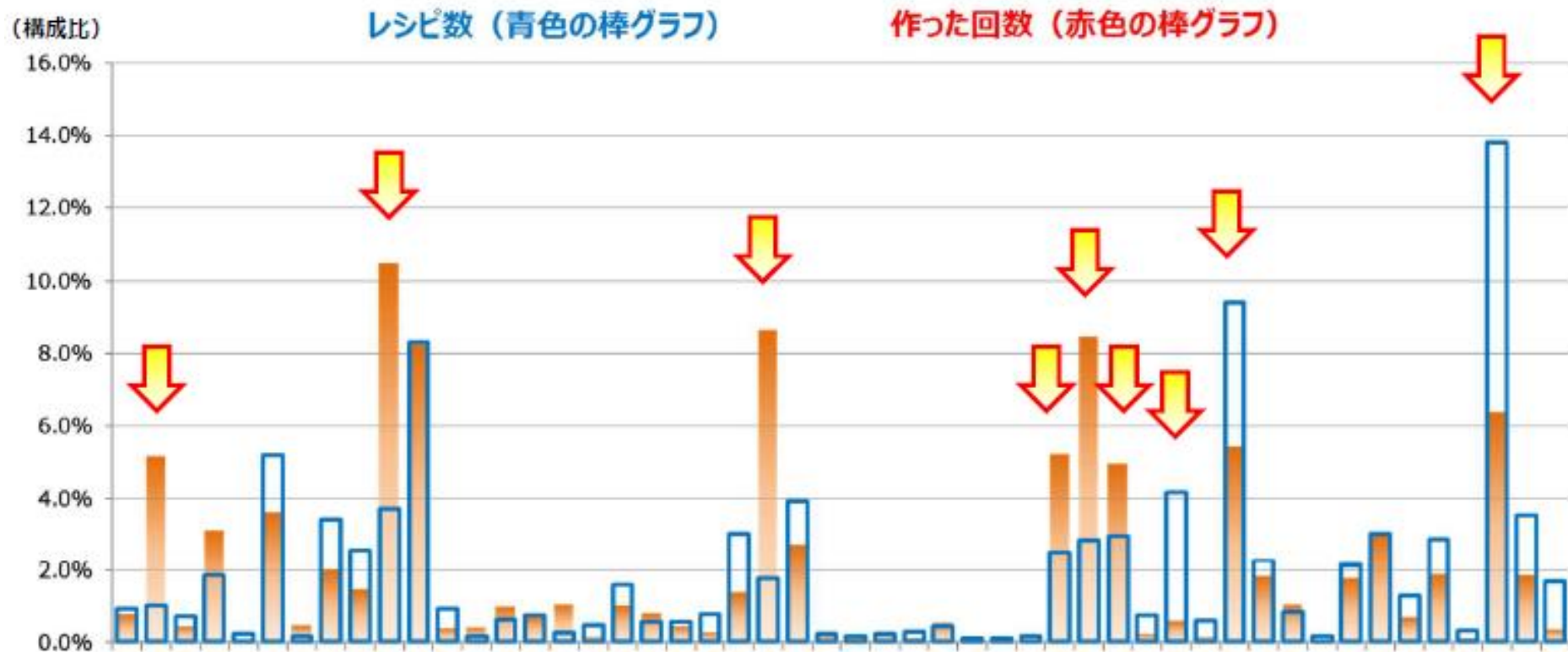
- レシピ抽出
 - 抽出リスト／除外リストの作成は慎重に
- レシピ分類
 - 検索が多いワードから予め区分を作成
 - 抽出語をメタ情報として付与することで分類作業を軽減
- 材料名寄せ
 - 記号を予め除去
- 集計・分析
 - 分析にはBIツールを

膨大な人力作業
(今後の課題)

1. 実施主体概要
2. プロジェクト概要
3. プロジェクト実施方法
4. ファインディング
5. まとめ

投稿数vs作った回数

人気のあるレシピがあれば、投稿されているレシピ数が少ないメニューでも、作った回数は多くなる傾向



1. 実施主体概要
2. プロジェクト概要
3. プロジェクト実施方法
4. ファインディング
5. まとめ

データの特徴

- 検索という能動的なアクションの結果としての「作った」というリアルな「作りたい」「食べたい」といった「ニーズの高い実態」が見える
 - のべ月間利用者数が4,400万人以上と、実際のメニュー決定に最も利用されているサイトの利用時に発生しているデータ
- 圧倒的なデータ量による既存データでは見えにくい兆しや変化から新たな仮説が見つかる
- 投稿レシピの写真や作り方の工程から、よりリアルな生活者の求めるレシピ提案のイメージが掴める

実施ノウハウ例

- レシピ抽出
 - 抽出リスト／除外リストの作成は慎重に
- レシピ分類
 - 検索が多いワードから予め区分を作成
 - 抽出語をメタ情報として付与することで分類作業を軽減
- 材料名寄せ
 - 記号を予め除去
- 集計・分析
 - 分析にはBIツールを

膨大な人力作業
(今後の課題)

データから見えてくること

- 投稿レシピ数と実施(作った)回数との関係性
 - レシピ数はメニューが一般的になっているかどうかの指標ではあるが、実施と必ずしも一致していない(メニュー名の検索とはほぼ一致)

- 生活者視点のメニュー分類・定義
 - 投稿レシピはメーカー視点と異なるメニュー名の付け方がなされている場合もあり、メニュー開発・提案において参考になりうる

- 既存の食卓調査データと組み合わせることで「食べられている」と「検索した上で作られている」との関連が見える
 - 単に「食べられている」だけでなく「調べた上で作られている」メニューを把握できることで提案に厚みが加わる

「鍋」プロジェクト以降の展開

- 他カテゴリへの展開
 - 「鍋」だけでなく他のカテゴリにおいても同様のプロジェクトを実施中

- 検索－作った関係の把握
 - 2015年に「たべみる」のオプションサービスとして開発中

- レシピの自動分類・メタ情報の付与
 - 今後の課題