KANTAR PRESS RELEASE

2026 年 11 月 10 日
合同会社カンター・ジャパン

Kantar と Quilt.AI（キルト AI）

AI を活用した LaunchSignals（ローンチシグナルズ）を発表

新製品発売後の早期要因（シグナル）を捉え迅速な意思決定と継続的な成功率向上を支援

Kantar（KANTAR 本社英国、ロンドン）は、BTS 11 月 9 日（月）、Quilt.AI（キルト AI）と、新製品の発売後、早い段階から市場でのパフォーマンスを把握し、成功率を高めるために何ができるかをマーケターが理解できるよう支援する、新たな AI ソリューション「LaunchSignals（ローンチシグナルズ）」を発表しました。

新製品の３つに１つは、発売から２年目までに市場から姿を消す、あるいは成長が止まる状況に陥ります。一方、新製品が市場にどのように受け止められているかを示す手がかりは、発売直後から現れ始めます。消費者レビュー、検索行動、カルチャートレンド、ソーシャルメディアやデジタル上の会話、LLM（大規模言語モデル）上での可視性、競合他社の動向などがその例です。

LaunchSignals は、こうした多様なシグナルを統合して分析します。Kantar が持つイノベーションおよびブランド成長に関する専門知識と、Quilt.AI のデジタル／カルチャー・オントロジーを組み合わせることで、AI が一般化された情報としてではなく、それぞれの市場に固有の文化的パターンや意味を理解できるようにします。これによりマーケターは、何が消費者のトライアルを促し、何が購買を阻んでいるのかを早期に把握できます。

LaunchSignals の主な機能

- 競合製品や過去の新製品ローンチと比較し、**何が際立っているのか、あるいは際立っていないのか**を特定
- メッセージ、訴求内容、価格、プロモーション、消費者の期待値設定などについて、マーケターがどのような対応をとるべきか、**専門知識に基づく提言**を提示
- 複数のローンチから学習し、ある製品から得られた知見を、**次の製品ローンチの意思決定に活用**

過去の新製品ローンチのうち、実際の結果が判明している事例を用いたブラインドテストでは、LaunchSignals はローンチ全体のパフォーマンスを約 90%の精度で判定しました。

LaunchSignals から、どのようなことが分かるのか

例えば、新たに発売された腸内環境ケア飲料を分析した場合、発売初期のレビュー評価が高く、検索関心も上昇している一方で、味の評価が二分されていること、すでに有力な競合ブランドがプレバイオティクス飲料として強いイメージを確立していること、さらに新製品が競合に比べて大幅に高い価格設定となっていることなどが明らかになる可能性があります。

LaunchSignals は、こうした情報を個別のデータとして提示するだけではなく、どこを軌道修正すべきかについて具体的な提言を行います。例えば、食物繊維、糖分、カロリーといった商品の特徴をより明確な根拠として訴求することや、競合との差別化を踏まえてプレバイオティクスに関するメッセージを強化、あるいは再検討することが考えられます。

KANTAR PRESS RELEASE

また、価格差についてより納得感のある価値を訴求したり、甘味の特徴をあらかじめ明確に伝えることで、実際に試した後の期待とのギャップを減らしたりすることも可能です。

Kantar グローバル・イノベーション・リード Dr. Nicki Morley（ニッキー・モーリー）のコメント

「売上データだけでは、新製品について消費者が何を考えているのか、なぜそのような反応を示しているのか、そして何を変える余地が残されているのかまでは分かりません。さらに、こうした初期段階のシグナルは、AI が生成する回答の中で製品がどのように提示されるかにも影響し、消費者が製品を発見するプロセスにも関わってきます。その意味でも、この段階で適切に対応することがこれまで以上に重要になっています。

LaunchSignals は、市場で起きている微細な変化まで捉えられるため、まだ対応できる段階でマーケターの意思決定を支援できます。また、一つひとつのローンチから得た経験を蓄積し、次のローンチをより強いものにすることも可能です。」

市場機会の発見から、発売後のパフォーマンス把握まで

LaunchSignals は、2026 年 3 月に発表された Kantar と Quilt.AI の戦略的パートナーシップから生まれた最新のソリューションです。両社が最初に開発した「EvaluateExplorer」は、ブランドがイノベーション機会を発見し、新たな製品やサービスのコンセプトを開発することを支援します。LaunchSignals は、この協業を製品の市場投入後のフェーズへと拡張するものです。

また、LaunchSignals は Kantar が提供する既存のローンチ関連ソリューションを補完します。
LaunchSignals は、一般に公開されているデジタル情報をもとに、発売後の早期段階で市場の反応を把握します。一方、「LaunchEvaluate」は調査データを用いてローンチのパフォーマンスを定量化し、その背景要因を診断します。「Kantar Live」は、実際に製品を使用した消費者から、さらに深い理解を得るためのソリューションです。

Quilt.AI 共同創業者 Dr. Angad Chowdhry（アンガド・チョウドリー）のコメント

「この製品が鮮やかに示しているのは、AI と LLM は同じものではないということです。Quilt.AI のカルチャー・オントロジーと Kantar のイノベーションに関する専門知識を組み合わせることで、製品ローンチの成否を左右する文化的要因を深く掘り下げることができます。どの製品が市場に受け入れられているのかを即座に把握できなければ、ブランドはマーケティングに何百万ドルもの費用を無駄にしてしまう可能性があります。」

LaunchSignals はすでに、日本を含む 19 市場、オーストラリア、ブラジル、カナダ、フランス、ドイツ、インド、アイルランド、イタリア、日本、メキシコ、オランダ、ポーランド、シンガポール、南アフリカ、スペイン、スウェーデン、アラブ首長国連邦、英国、米国をカバーしています。2027 年には、ほぼ全世界をカバーする規模まで拡大する予定です。

【Kantar について】

Kantar は、ブランドインテリジェンス企業です。50 年にわたり、人々とその実際の行動パターンを研究し、なぜ人々が特定のブランドを選ぶのかを理解することで、消費者理解の分野を世界でリードしてきました。現在、世界を代表するブランド各社が Kantar のインテリジェンスを活用し、生活者や AI に「見つけられ、選ばれる」ブランドづくりに取り組んでいます。また、どのブランド施策が売上につながるのか、自社の事業価値がどの程度なのか、そして次にどこへ投資す

KANTAR PRESS RELEASE

べきかを判断するためにも活用されています。
詳細：www.kantar.com

【本件に関するお問い合わせ先】
ディレクター、ヘッドオブグロース＆マーケティング　小川　朋子：marketingjapan@kantar.com