

次世代AI消費者調査

2025.07



はじめに：AIが変える、消費者理解の新時代へ

最先端の生成AI技術の活用により、調査が短期間で実施可能となり、より深く一貫性のあるインサイトを得ることで意思決定への活用も期待できる

本資料の目的

AIペルソナがもたらす「速さ」「深さ」「効率性」の全貌と、貴社の意思決定を劇的に変える具体的な活用方法をご紹介します

多くの企業が直面する課題

市場環境が急速に変化する中、多くの企業が消費者理解の壁にぶつかっています

時間とコストの障壁

大規模なアンケートやインタビュー調査には、数週間から数ヶ月の期間と多額の費用が必要

インサイトの欠如

収集したデータから「何が」起きたかは分かっていても、その背景にある「なぜ」という消費者の深層心理やインサイトまで掘り下げることは困難

データの死蔵

過去に実施した調査データは分析に手間がかかるため、十分に活用されことなく、貴重な情報資産が眠ったままになっています

解決のカギ

AIペルソナという革新的なソリューション

AIペルソナとは最先端の生成AI技術を活用し特定の属性や価値観を持つ仮想消費者をデジタル空間に構築する技術で、自然言語での対話を通じて、実在の人物にインタビューするかのように深いインサイトを瞬時に引き出すことが可能です

導入効果の例

ケース：飲料メーカー

新商品開発プロセスにAIペルソナを導入

- ターゲット層のインサイトを迅速に反映することで、開発期間を短縮し、売上目標を達成
- ECサイトは顧客セグメントごとにコミュニケーション施策を最適化、顧客理解を深めてLTVを向上

成果：

3か月
開発期間の短縮

130%
売上目標達成率

15%
LTVの向上

市場背景：消費者理解の変革

AI導入により製品品質やエンジニアの意欲、ビジネスの俊敏性を高める定性的効果も見込め、短期的なコスト削減だけでなく、長期的なビジネス価値向上によりROIを最大化できます

現代市場の特性

急速な技術進展

デジタル技術の発展により市場環境が急速に変化

競争の激化

グローバル化と参入障壁の低下による競争環境の複雑化

消費者価値観の多様化

個々の顧客価値が重要視され、意思決定の質が競争力を左右

不確実性の増大

市場予測が困難になり、的確な判断と深い消費者理解が必須

従来の調査手法の課題

時間制約

大規模調査は数週間～数ヶ月の時間と多額の費用が発生

データの陳腐化

長時間の収集・分析により、意思決定段階で既に古い可能性

深層理解の把握困難

定量調査では「何が」起きたかは分かるが「なぜ」の背景把握が困難

過去データの死蔵

多くの企業で過去調査が個別保管され、横断的活用が「死蔵」状態

従来の消費者調査の限界

消費者調査の課題を打破し、探索的代替手段を模索する動きが加速している

時間制約

大規模調査は企画から結果分析まで数週間～数ヶ月単位の時間を要し、多額の費用が発生する

迅速な意思決定が求められる場面での活用が困難

影響

市場機会の逸失、意思決定の遅延

データの陳腐化

市場と消費者の嗜好は常に変化
長時間の収集・分析により、意思決定の段階で既に古い情報になっている可能性が高い

影響

市場変化への対応遅延、誤った戦略判断

対象者の制限

特定の属性や、地理的に離れた地域の消費者に対する調査が困難な場合がある

また、調査対象者の選定方法や質問設計にもバイアスが存在する

影響

偏った市場理解、見落とされる顧客セグメント

深層理解の把握困難

定量調査では「何が」起きたかは分かるが、「なぜ」の背景を捉えるのが困難

定性調査への依存は、結果の解釈に属人性が高まる

影響

潜在ニーズの見逃し、表面的な理解に基づく意思決定

過去データの死蔵

多くの企業では、過去に実施した調査がPowerPoint、Word、Excel、PDF、音声など、多様な形式で個別に保管され、横断的に活用できない「死蔵」状態にある

影響

貴重な情報資産が新たな洞察に活用されない現状

ビジネスへの影響

これらの課題を解決できない場合、企業は市場機会の損失、競争優位性の低下、顧客離れ、最適ではない意思決定の増加等のリスクに直面する可能性がある

影響

市場や顧客を正確に捉えられず、意思決定の質が低下し、成長機会を逃すリスク

AI消費者調査とは

AIペルソナは消費者調査の「速さ」「深さ」「広さ」「効率性」において、従来の手法を凌駕する可能性を秘めています

AI消費者調査 ペルソナ（AIペルソナ）の定義

特定の消費者属性、価値観、購買行動、思考パターンを、AI技術を使用して再現した仮想の消費者像
単なる静的分析結果の集約ではなく、リアルな消費者のように、質問に対して新たな反応を示す対話可能な存在

コア技術

大規模言語モデル（LLM）

機械学習

自然言語処理（NLP）

感情分析

活用データ

- 匿名化・統計処理済の顧客購買履歴
- 過去の調査結果（定性・定量）
- インタビュー記録
- 公開情報（SNS等の消費者動向）

従来の課題解決

調査スピードの大幅短縮

数週間～数ヶ月の調査期間を数時間～数日に短縮

コスト効率の劇的向上

調査関連費用を最大70%削減（謝礼、会場費、人件費等）

深層理解の獲得

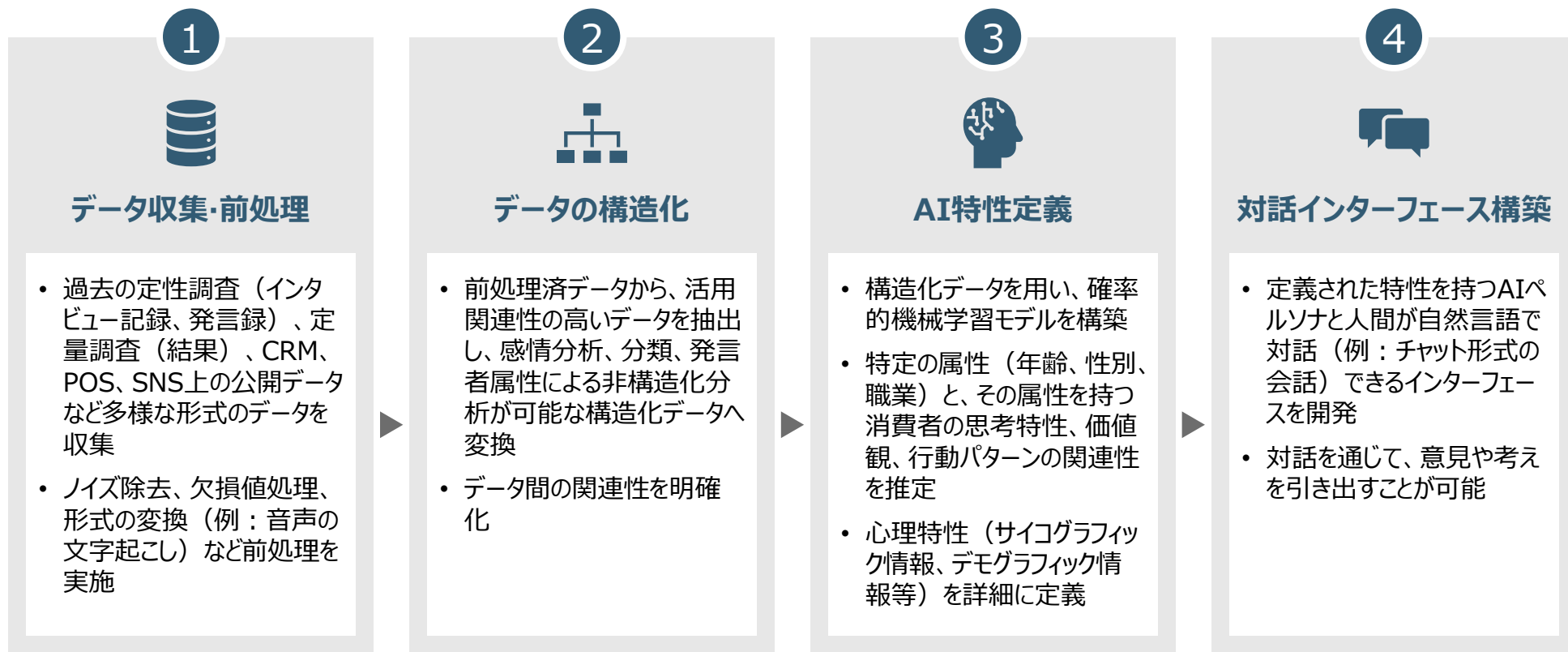
潜在ニーズや言語化困難な感情を抽出、多様な視点で偏りを低減

データ資産の活性化

過去の断片的調査データを統合・学習し、知見として再活用

AI消費者モデル生成プロセス

4ステップで高精度な仮想消費者モデルを実現する



プロセスの特徴

既存データの活用による効率的なモデル構築

最先端AI技術（LLM、機械学習、NLP）の統合活用

継続的学習による精度向上と知識の蓄積

主要機能と特長

従来の消費者調査の限界を超え、迅速で深い消費者理解と 効率的な意思決定を実現します

質的回答生成

特定の質問に対し、自然言語の深い理解に基づく洞察に富んだ回答を生成

多数の消費者視点からの回答を同時に得られ、人間の自然な表現と深層心理を再現します

新商品、広告案、価格などに対する背景理由を含む深い洞察を獲得可能

複数消費者モデル作成・管理

市場の特性、年齢、性別、職業、価値観などに基づき、複数のAIペルソナを柔軟に作成・管理

特定のセグメントや、市場全体の多様な意見を反映した比較分析が可能です

例：「健康志向・低糖質派」「SNS映え重視派」など、細分化された消費者像

シミュレーション機能

新製品の受容度、価格弾力性、改善点などを事前に検証。市場への反応を予測し、事前に効果測定が可能です

実際の市場投入前に リスク低減と最適化が図れます

複数の代替案を同時に検証し、最適なアプローチを発見

継続的学習

一度作成後も終わりではなく、新トレンド、消費者行動、自社の商品に関する情報を継続的に取り込み、知識と回答の精度、関連性を向上させます

OCEAN性格特性などの心理学的フレームワークを組み込んだ複雑な思考・感情の再現

従来手法との比較優位性

従来の調査手法と比較して、AI消費者調査はスピード・コスト・分析深度のすべてにおいて優位性を発揮します

	従来の調査手法（アンケート、インタビュー等）		AI消費者調査
時間	数週間～数ヶ月 （企画、設計、実施、分析、報告）	▶	数時間～数日 （既存データ活用、即時応答）
コスト	高額 （謝礼、会場費、人件費、分析コンサル費等）	▶	大幅削減 （初期開発・運用コスト、調査関連費用大幅減）
深さ・質	定量：表層的 定性：バイアス存在、品質混在	▶	潜在ニーズ、言語化困難な洞察抽出 多様な視点、バイアス低減
再現性 拡張性	同一条件下の再現困難 対象者変更で結果変動	▶	同一条件下の繰り返し可能 多様なケースに容易に展開
データ資産 活用	過去データ断片的・サイロ化	▶	過去の全調査データを統合・学習 知見を再活用
柔軟性	低い 市場変化への追従が困難	▶	高い 新たな質問に即座に対応可能

AI導入の提供価値：企業体質強化

革新的な消費者理解は組織全体への貢献も大きい

効率の劇的向上

- 調査関連費用を**最大70-80%削減**（試算）
- 調査対象者費用、謝礼、会場費、交通費、人件費の大幅削減
- 限られた予算でより多様で深い調査の実現

期間の大幅短縮

- 企画立案から結果獲得、意思決定までの時間を劇的に短縮
- 従来**数週間～数ヶ月**要していた調査を**数日～数時間**に短縮
- 市場投入の時間（Time to Market）の大幅改善

質・量の飛躍的向上

- 質的・量的データ間の微細な関連性を抽出
- 消費者の**潜在的な深層理解**の解明
- 多様なペルソナ同時運用による網羅的視点の獲得
- ペルソナ属性的バイアスの解除、客観的洞察の支援

意思決定の高速・高度化

- 即時的な結果取得による**迅速な意思決定**
- 市場の反応を即座に把握、戦略の軌道修正を迅速に実行
- 高速なフィードバックサイクル、確度の高い意思決定

イノベーションの促進

- 新商品の開発、改良の初期段階を大幅に加速
- AIとの対話を通じた**新規顧客セグメント**の早期発見
- 革新的な価値提案の迅速な創出と検証

組織能力の向上

- 組織全体の**消費者理解の底上げ**
- 得られた洞察の容易な共有、部門横断的活用文化の形成
- データ活用型組織への変革を促進
- 意思決定の質と速度の組織全体での向上

定量的効果: ROI試算例

投資額（コスト）

- **AI開発・導入費用**
初期費用、サブスクリプション費用
- **運用・保守費用**
月額費用または年額費用
- **システム整備・連携費用**
既存システムとの統合、データ環境整備

ROI計算例

年間調査費用5,000万円の企業の場合

70%削減 = **3,500万円/年**
従来の調査費用 コスト削減効果

1億円/年 = **3,500万円/年**
新商品開発の追加利益 コスト削減

$ROI = (\text{利益} \div \text{投資額}) \times 100$
※具体的数値は貴社の状況により異なります

期待効果（利益・効果）

コスト削減効果

- **調査費用の削減**
従来の調査費用の最大70%削減を実現

収益向上効果

- **新商品の成功率向上**
市場投入後の売上目標達成率20%向上
- **広告効率の改善**
CVRが1.5%から2.5%へ向上（約6%改善）
- **顧客獲得コスト削減**
CAC（顧客獲得コスト）15%削減
- **顧客満足度向上**
LTV（顧客生涯価値）10%向上

リスク回避効果

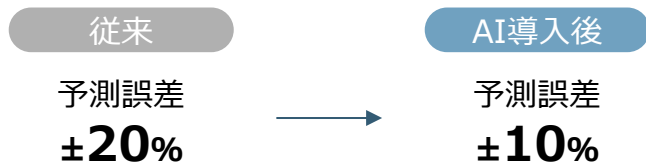
- **市場ニーズ乖離製品開発損失の回避**
早期の市場検証による無駄な開発コストの削減
- **不適切投資・機会損失の低減**
意思決定の質向上による投資効率の最適化

KPI改善事例

AIによる消費者理解の深化が、ビジネス指標の具体的な改善につながり、これらのKPI改善は、最終的に売上向上や顧客生涯価値（LTV）の増加に貢献する

新商品の市場受容性予測精度

新製品の市場での受け入れ予測の正確さ



予測精度 **50%** 向上

広告効率の最適化

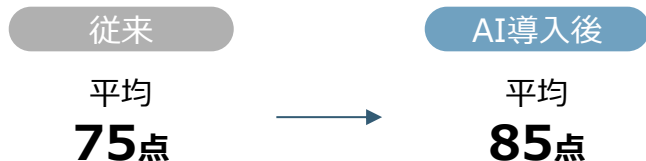
広告投資の効果向上とコンバージョン率改善



約**6%**の効率改善

顧客満足度（CSAT）

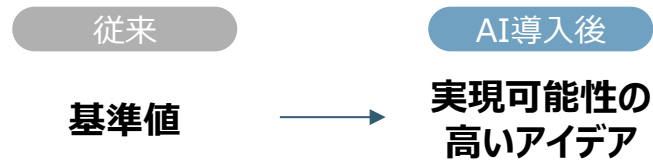
AIによる潜在ニーズ解消と顧客体験向上



10%ポイント改善

アイデア創出数

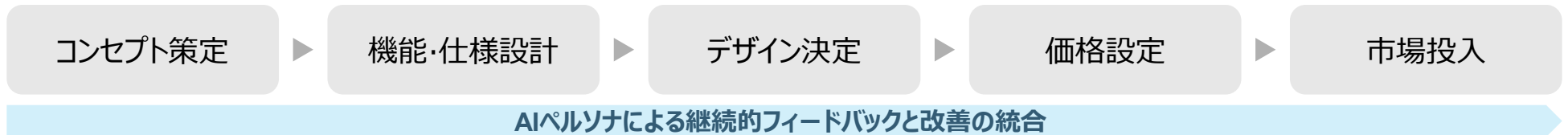
AIを活用した新提案の質と量の向上



実現性高アイデア **15%** 向上

活用シーン1: 新商品開発

AIペルソナにより製品開発プロセスは変革される



AIペルソナの活用方法

複数ペルソナの構築

複数の代表的ペルソナ（例：「20代独身女性」「40代ファミリー層」）を構築し、多様な視点を確保

即時フィードバック収集

開発初期段階の案、機能案、デザイン案、価格設定を提示し、受容度や改善要望を即座に収集・分析

潜在ニーズの発掘

AIとの自由会話を通じて、開発者が想定していない新たな利用シーンや潜在的不満を発見し深掘り

期待効果

開発期間の大幅短縮

従来比約3ヶ月短縮の事例あり

市場投入後の成功率向上

事例: 売上目標130%達成（飲料メーカー）

市場ニーズとの乖離を早期発見

開発初期段階で修正可能、無駄な開発コスト削減

顧客中心の革新的商品開発

微妙な嗜好の差異を捉えた製品改良が可能に

活用シーン2: 広告戦略の最適化

広告クリエイティブの評価や効率的な媒体選定を実現し広告効果を最大化します

新商品プロモーション戦略

活用例

新商品のプロモーションで複数の訴求ポイントとビジュアル案をAIペルソナに評価させたところ、従来想定していた「機能性」よりも「デザイン性」を重視するペルソナからの反応が高いことが判明。これに基づき広告クリエイティブを調整し、さらにそのペルソナが活発に利用するSNSに重点配分した結果、通常キャンペーンよりも広告費用対効果が約1.5倍向上

従来の課題

- 作成した広告が本当に顧客の共感を得られているか判断が難しい
- 効果測定が直感や経験に頼る場合がある
- 最も効果的なメッセージングの特定が困難
- 適切な配信チャネル選定に確信が持てない

AIペルソナ活用プロセス

- 1. ターゲット別AIペルソナ構築**
複数の属性・嗜好を持つAIペルソナグループを作成
- 2. 広告案の提示と評価**
広告コピー、ビジュアル、動画企画案をAIペルソナに提示
- 3. 反応分析と最適要素抽出**
興味・信頼・購入意欲などの観点から最も効果的な要素を分析
- 4. 接触行動に基づく媒体選定**
AIペルソナの利用SNS、情報収集源、活動時間帯に基づき最適配信先選定

期待効果

- **広告クリエイティブの魅力向上**
ターゲットが真に共感する要素を特定
- **費用対効果(ROAS)の最大化**
より効果的なメッセージと最適な配信先の組み合わせ
- **コンバージョン率の向上**
顧客心理に合致したアプローチによる成約率改善
- **無駄な広告露出の削減**
効果の低い媒体・メッセージへの投資抑制

活用シーン3: 顧客体験改善

AIペルソナでカスタマージャーニー全体を把握し、顧客の状態に合わせた施策展開につなげる

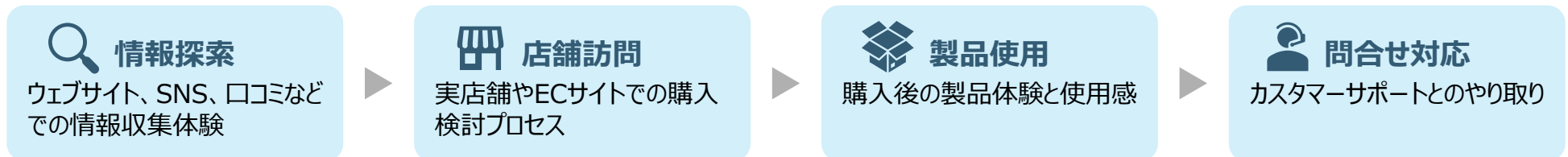
従来の課題

- **断片的な理解**
顧客が商品認知、比較、購入、利用に至る各段階で抱く不満や期待を網羅的に把握することが困難
- **データの統合不足**
各接点のデータが分断され、カスタマージャーニー全体を通じた体験の最適化が難しい
- **改善優先度の不明確さ**
複数の課題が発見された際、顧客満足度向上に最も効果的な改善点の特定が困難

AI活用アプローチ

- **段階別AIペルソナの構築**
顧客体験の各段階（情報探索、来店、製品利用、問合せ）に特化したAIペルソナを作成
- **深層理解の獲得**
各ペルソナとの対話を通じて、顧客が感じる不便さや感動ポイント、期待する体験を具体的に定義
- **改善の優先順位付け**
顧客満足度への影響度に基づき、改善施策の優先順位を明確化し、効果的な資源配分を実現

カスタマージャーニー全体の最適化



期待効果

顧客満足度向上

顧客ロイヤルティ強化

NPSの改善

解約率低下・紹介増加

活用シーン4: 既存事業の再定義

AIペルソナによる客観的視点で、経営者や社員が気づかなかった自社の強みや市場機会を発見し、マーケティング戦略を策定する

導入前の課題

現状把握の難しさ

自社の既存市場や顧客の認識を客観的に把握することが困難

戦略検証の課題

新たな戦略の方向性や市場機会の受容性確認に不安を持つ

AI活用プロセス

1

AIペルソナ構築

現行の顧客AIペルソナを複数作成し、関連する競合認識や市場動向も把握

2

複数シナリオ提示

新サービス、価格改定案など複数の戦略案をAIペルソナに提示し反応を分析

3

反応分析と最適化

各AIペルソナの反応（好感度、共感度、購入意向）を分析し、最も効果的な戦略の方向性を見定める

4

戦略実行と継続検証

選定した戦略を実行しながら、AIペルソナを使って継続的に効果検証・改善

期待される成果

価値の再定義

企業価値の再定義と向上

顧客ロイヤルティ

顧客との結びつき強化

市場再ポジショニング

市場での新たな立ち位置確立

導入事例：飲料メーカーの成功

AIペルソナとの対話を通じて、従来の調査では見落としていた消費者の微妙な嗜好の違いを把握でき、特に若年層の多様なニーズを深く理解した商品開発につながった

飲料メーカー

若年層向けRTD（Ready To Drink）商品開発プロジェクト

導入前の課題

- 若年層の多様な嗜好を迅速かつ深く把握することが困難
- 従来のグループインタビューでは、他の参加者の影響を受け、表面的な意見に留まりがち

AI活用のアプローチ

- 多様な嗜好を持つ若年層AIペルソナを構築
例：「健康志向・低アルコール派」「SNS映え重視・新トレンド好き派」
- 複数の新製品コンセプト・試作品案を各ペルソナに提示し、受容度、魅力感じる点、懸念点、利用シーンを収集
- AIペルソナとの対話を通じて、「微酸味と果実感のあるテイスト」など潜在的なニーズを発見

成果

- AIペルソナからの洞察に基づき、商品を大幅改良
- 従来の手法に比べ開発プロセスを効率化
- 若年層の潜在ニーズを満たす製品開発を実現

開発期間短縮

約**3ヶ月**
従来の手法と比較して

売上目標達成率

130%
発売後の初期売上目標比

導入事例：EC事業者のLTV向上

ペルソナに基づきユーザーの状態を理解することでF2転換を高め、LTV向上を実現した

導入前の課題

- ・ **低LTV顧客セグメントの理解不足**
特定の顧客（初回購入後、次回購入に至らない層）の離脱原因特定が困難
- ・ **効果的施策の立案困難**
従来調査では回答率が低く、深層心理の把握が不十分

AI活用アプローチ

1. 低LTV顧客に相当するAIペルソナを複数作成
2. 初回購入時の体験、商品の満足度、サイトの使い勝手を深掘り
3. 発見された課題に基づく具体的な改善策を実施

AIペルソナから得られた洞察

- ・ **商品ラインナップ**
商品の幅が狭く、十分な選択肢がないと感じる顧客が多い
- ・ **自社商品の魅力**
競合と比較して独自性や価値が感じられないという意見が顕著
- ・ **ロイヤルティ制度**
ポイント制度やリピート特典が魅力的に感じられず、継続購入の動機付けが不足

導入効果

LTV向上
15%
6ヶ月平均

解約率改善
5%
前年同期比

実施した改善策

- ・ 商品ラインナップの拡充と品揃えの最適化
- ・ 自社商品の独自価値を強調したコンテンツ制作
- ・ ロイヤルティプログラムの改定と特典の充実
- ・ パーソナライズされたレコメンデーション強化

ユースケース：小売業界

データ取得の困難さ高いカゴ落ち率といった課題を超パーソナライズされた顧客体験、需要予測・在庫自動化、価格・プロモーション最適化などを実現し、LTV最大化や収益向上の効果をもたらします

現状と課題

- 最終ユーザーのデータ取得が困難
- 組織内のデータサイロ化が分析を妨げる
- DX推進企業は22.6%にとどまる
- 「カゴ落ち」率は約63.3%に達する

カゴ落ち率 **63.3%**
小売業の大きな課題となっている

EC市場規模
2023年のBtoC-EC市場規模は約24.8兆円
(前年比9.22%増)

AIエージェントによるユースケース

超パーソナライズ体験

- 閲覧・購買履歴、検索クエリ、リアルタイム行動データを分析
- 最適な商品レコメンデーション、プロモーション情報を提示
- AIチャットボットによる24時間365日の高度な顧客対応

価格・プロモーション最適化

- 需要状況、競合価格、在庫レベル、価格弾力性を分析
- ダイナミックプライシングによる収益機会の最大化
- ROIを最大化するキャンペーン設計と予算配分

需要予測と在庫自動化

- 販売データ、季節性、イベント、SNSトレンドなどを分析
- 商品・SKUごとの需要を高精度に予測
- 発注量、タイミング、発注先選定を自動で最適化

UX/UI改善の自動提案

- クリックストリーム、ヒートマップ、検索キーワードを分析
- UX/UI上の課題点を特定し、改善案を自動生成
- A/Bテストのバリエーション案を提示

期待される効果

コンバージョン率、客単価、リピート購入率の向上

マーケティングROIと収益性の向上

在庫回転率の向上、廃棄ロス・機会損失の削減

顧客満足度とブランドロイヤルティの強化

ユースケース：サービス業

顧客体験のパーソナライズ、需要予測と業務最適化、顧客フィードバック分析を通じて、顧客満足度向上、リピート客増加、収益性向上、業務効率化を実現し、競争力強化と持続的成長をもたらす

AI活用のポイント

顧客体験のパーソナライズ

過去の利用履歴、好みや特別な要望に基づいた、一人ひとりに合わせたおもてなしの実現。AIによる顧客プロフィール分析で、次回の滞在や来店時に予測的なサービス提供が可能に

需要予測と業務最適化

季節変動、イベント、天候などの要因を考慮した精度の高い需要予測。人員配置、食材発注、客室料金の動的設定などを自動化し、無駄を削減しながら収益を最大化

顧客フィードバック分析

レビューサイト、SNS、アンケートなどから顧客の声を自動収集。感情分析や自然言語処理を活用し、サービス改善点や好評ポイントをリアルタイムで把握

期待される効果

顧客満足度向上

個別ニーズに応えるパーソナライズされたサービス提供

リピート率増加

顧客ロイヤルティ向上によるリピーター獲得

収益性向上

無駄の削減と適切な価格設定による利益率改善

業務効率化

スタッフの負担軽減と本質的なサービスへの集中

導入のポイント

既存の顧客データを活用し、段階的な導入で効果を検証

プライバシーに配慮した顧客データの収集と活用のルール設定

スタッフとAIの協働を重視し、テクノロジーと人間のおもてなしのバランスを取る

ユースケース：製造業

品質異常予測、予知保全、サプライチェーン最適化、設計・開発プロセス高度化を通じて、不良率削減、稼働率向上、在庫圧縮、開発期間短縮を実現し、競争力を強化します

業界の課題

製造業のDX進捗状況

22.6%

出典：JUAS「企業IT動向調査報告書2023」

- **データ取得の困難さ**
卸売業者や小売業者を通じて販売されるため、最終ユーザーのデータ取得が困難
- **データの分断**
部門ごとにデータが管理され、包括的な分析が困難
- **熟練技術者のノウハウ継承**
経験や勘に頼るノウハウの継承が課題
- **人材不足**
データ分析の専門知識を持つ人材の不足

AIエージェントによる解決策

品質異常予測

センサーデータをリアルタイム分析し、品質低下に繋がる微細なプロセス異常を早期検知

予知保全

設備センサーデータから故障時期や劣化状態を予測し、最適なメンテナンス計画を自動生成

サプライチェーン最適化

多様なデータを統合的に分析し、需要予測と生産・在庫・調達計画を自動最適化

設計・開発プロセス高度化

過去の設計データや試験結果を分析し、設計パラメータの最適化と潜在的な不具合の特定を支援

AIが変革する製造プロセス

企画・設計

製造

品質管理

物流・販売

アフターサービス

期待される効果

不良率の大幅削減と品質の安定向上

在庫の圧縮と欠品防止

設備稼働率の最大化と突発停止の防止

開発期間短縮と市場競争力強化

ユースケース：Webサービス業

行動分析、パーソナライズ、UX/UI改善、A/Bテスト最適化を通じて、ユーザー理解を深め、コンバージョン率向上、離脱率の低減、顧客満足度向上を実現します

現状と課題

- ユーザーニーズの多様化と競争環境の激化
- オペレーション業務に工数が割かれ、データ活用に十分なリソースを割けない
- 「カゴ落ち」率の高さ（平均約63.3%）
- 部署やツールごとに顧客データがサイロ化し、正確な顧客像を捉えきれない

EC市場の成長推移



出典：経済産業省調査（2023年BtoC-EC市場規模：約24.8兆円、前年比9.22%増）

AIによるユーザー理解と体験最適化

ユーザー行動分析

クリックストリーム、ヒートマップ、離脱ポイントを分析し、ユーザーの行動パターンを把握

UX/UI改善提案

ボタン配置、ナビゲーション簡素化、コンテンツ強調など、具体的な改善案を自動生成

パーソナライズ

個々のユーザーの嗜好や行動履歴に基づき、コンテンツやレコメンデーションを最適化

A/Bテスト最適化

テストバリエーションを自動生成し、実験結果を分析して最適な設計を提案

AIユーザー行動分析プロセス

データ収集

AI分析

改善案生成

実装・検証

期待される効果

コンバージョン率向上

離脱率の低減

顧客満足度向上

提供サポート体制

初期の導入企画・戦略策定からPoC（概念実証）、本番環境の構築、導入後の運用、効果測定まで、お客様に寄り添った伴走型で支援いたします

戦略策定

- 現状の消費者調査手法、保有データ状況、課題の分析
- AI導入の目的明確化、期待効果（KPI）設定
- 具体的活用シーンの策定、導入ロードマップの作成
- 投資対効果（ROI）の試算と実行計画

AIモデル開発・構築支援

- 貴社特有のデータ（顧客データ、過去調査データ等）と弊社知見・技術の組合せ
- データ収集・前処理、AIモデリング、対話インターフェース構築
- 精度検証支援と継続的な改善プロセス確立
- AI開発から運用推進までの一貫したサポート

活用による消費者分析

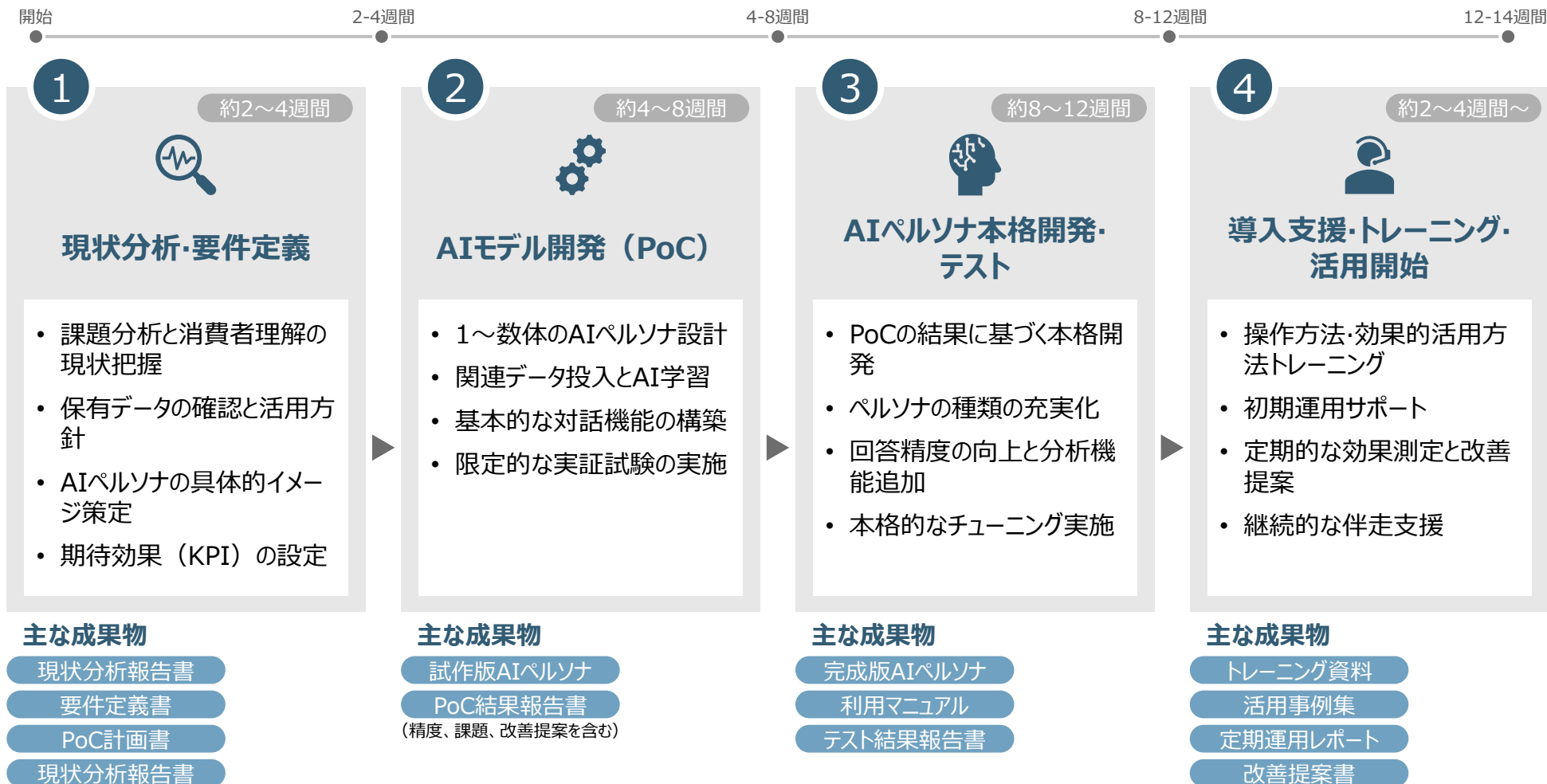
- 構築したAIモデルを用いた具体的調査（新商品評価、広告効果測定、改善点抽出）の設計・実行
- AIの回答分析、アクションにつなげるインサイト抽出
- 定期的なレポート提供と戦略的提案の実施

社内活用定着のための支援

- 効果的活用のためのガイドライン（対話方法、質問設定、分析手法）提供
- 貴社内の活用企画・実施、成功事例の共有とノウハウの蓄積支援
- 組織全体の意思決定文化の形成と定着サポート

導入スケジュール（イメージ）

お客様の状況やプロジェクト規模に応じて柔軟に調整し、初期導入から、段階的な機能拡充まで対応いたします



事業開発ならenableX

革新的なAIテクノロジーと高度な事業開発の専門性で次世代の事業開発サービスを提供します

経営タレントリソース

事業開発機能

AIテクノロジー

プロジェクト実績

平均継続率94%。中長期的に事業開発・テクノロジー活用の支援を行っています



数字で見るenableX

自社でもグローバルに事業立ち上げ・投資を行う、事業開発専門ファームです

事業開始2年で20億円以上の売上

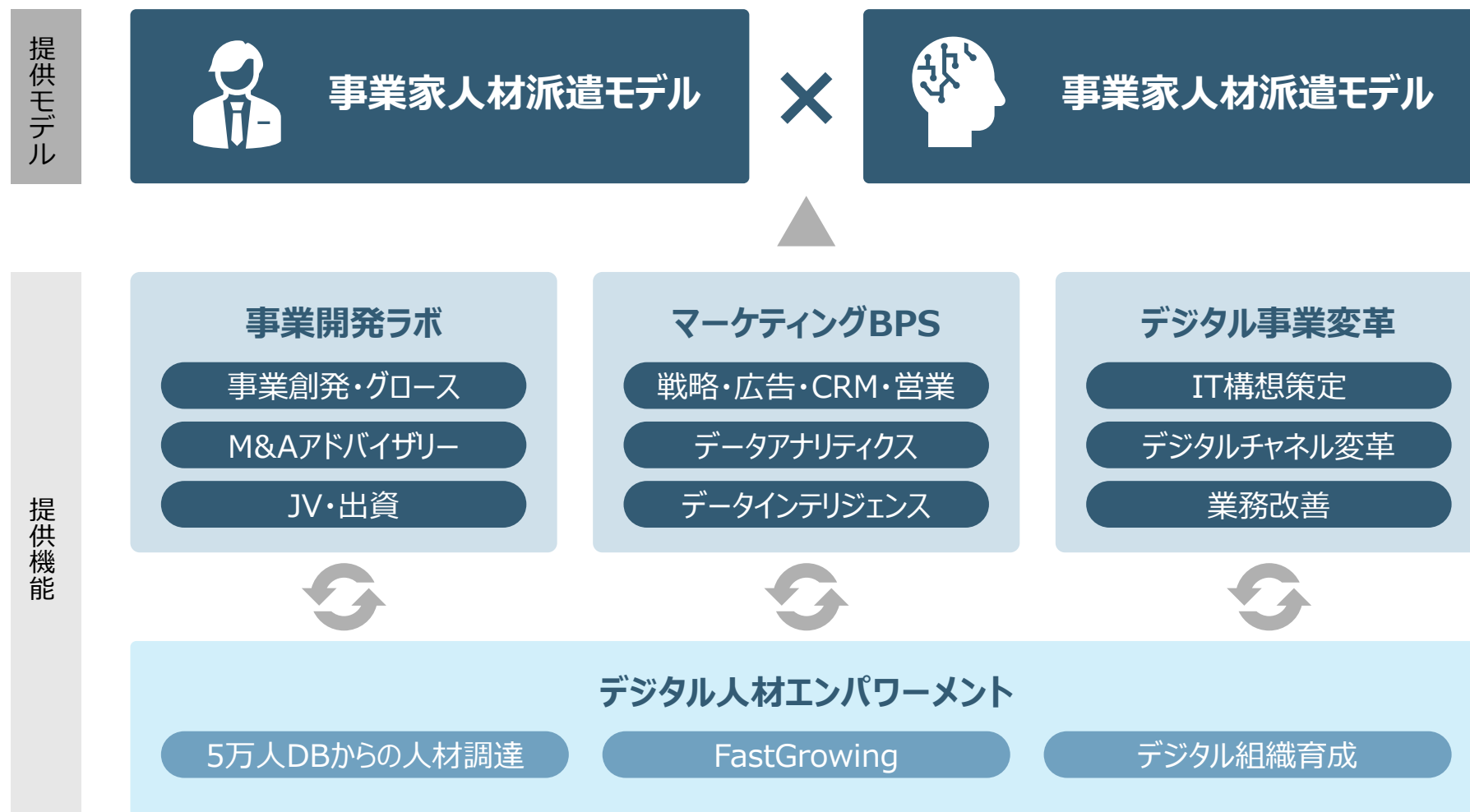
グローバルに100以上のプロジェクトを実施



保有事業会社5社

enableXの事業開発プラットフォームサービス

enableXが有する事業開発・グロースのための機能を、「事業家人材派遣 x eX AI Agent」モデルで提供をすることで、結果創出に向けた効率性と確実性を担保します



AI消費者調査の導入に向けて

AI消費者調査の要点

消費者理解の革新

多様な消費者の声を深く捉える新次元の調査手法

コスト削減・時間短縮

調査費用最大70%削減、データ獲得の時間を10倍高速化

質的向上

潜在ニーズや言語化困難な感情の掘り起こし

意思決定支援

迅速な戦略最適化と高速な市場投入を実現

AIによる革新的消費者理解を体感しませんか



無料個別相談会

貴社が抱える具体的な消費者理解の課題、期待効果、導入可能性について詳細に相談



デモ体験

実際のAIペルソナとの対話体験で、その能力と有用性を直接感じていただけます



提案資料請求

より詳細な技術情報、貴社の特定の課題・業種に特化した活用事例資料をご提供



PoC提案

小規模なPoC（概念実証）を通じて貴社の具体的な課題に対する効果を検証

お問い合わせ先

個別でのご相談などお気軽にお問い合わせください



担当部署

コンサルティング事業部



メールアドレス

contact@enablex-inc.com



ウェブサイト

<https://enablex-inc.com/>

無料個別相談会のご案内

貴社が抱える具体的な消費者理解の課題、導入目的、期待効果などについて、無料でご相談を承っております。

実際のAIペルソナと対話体験も可能です。

まずはお気軽にお問い合わせください。

資料請求・PoC提案

詳細な技術情報や、貴社の特定の課題・業種に特化した活用事例集をご用意しています。

小規模PoCを通じた具体的な価値検証も承ります



本資料は、お客様のために作成された文書であり、当社の書面による
事前承諾なしに、第三者に対し開示を行うことはお断りしております