

JMRAオンライン・ミニ・カンファレンス
インサイト産業の進化に向けて

文章生成AIをはじめとする環境変化と 若手リサーチャーとしての目線

2023年4月

株式会社クロス・マーケティング 小川 湧司



自己紹介



小川 湧司
(おがわ・ゆうじ)



個人の仕事

今日お話ししたいこと

1

なぜこのインサイト産業の会社に入ろうと思ったのか？
→外からみたインサイト産業

2

この業界にいて2年、外部環境の変化も踏まえ、何を思ったのか？
→中からみたインサイト産業

3

これから業界がどのようなになっていくと考え、どう行動したいか？

1

なぜこのインサイト産業の会社に入ろうと思ったのか？
→外からみたインサイト産業



そもそもの発端

もともと人類学を学んでいたため、フィールドワークを通して
世界を理解することに対して関心があった
(西アフリカ都市圏において長期滞在調査を実施)

自らの対象者であるナイジェリア南西部の若者たちが
世間的な成功を手に入れるために**マーケティング**やエンジニアリングを学んでいた

マーケティングという文脈で描かれる世界をとらえるために、
どのようなリサーチがされているのかという点に興味を湧いて就職

1

なぜこのインサイト産業の会社に入ろうと思ったのか？
→外からみたインサイト産業



外から見た「インサイト産業」

リサーチを通して生活者を知る



そのことによって、「**インサイト**」を手に入れて、
マーケティングが成功に近づくので、お客様に貢献できる



良い商品・サービスが提供される結果、
消費者にとってよいことがある

就職時はこのようなロジックに納得

2年間、リサーチャーとして
自分なりに楽しく勤務

2

この業界にいて2年、外部環境の変化も踏まえ、何を思ったのか？
→中からみたインサイト産業



中に入ってみて...

なぜこのリサーチをやるのか？という点について、
思っていたほど明確な説明をできない、なされない場合を経験

→どのようにしてやるか？という点について
明確な論理が描かれていないままリサーチを実施することで、
やることが作業化してしまう

→クライアント満足度は低下し、社内のモチベーションも低下

→もし、納得してインサイトを抽出できたとしても、
そのインサイトが何の役に立つのかこちらで定義できないことが多い！

「インサイト」なるものの利用法について、自分の実力不足



2023年、外部環境の変化

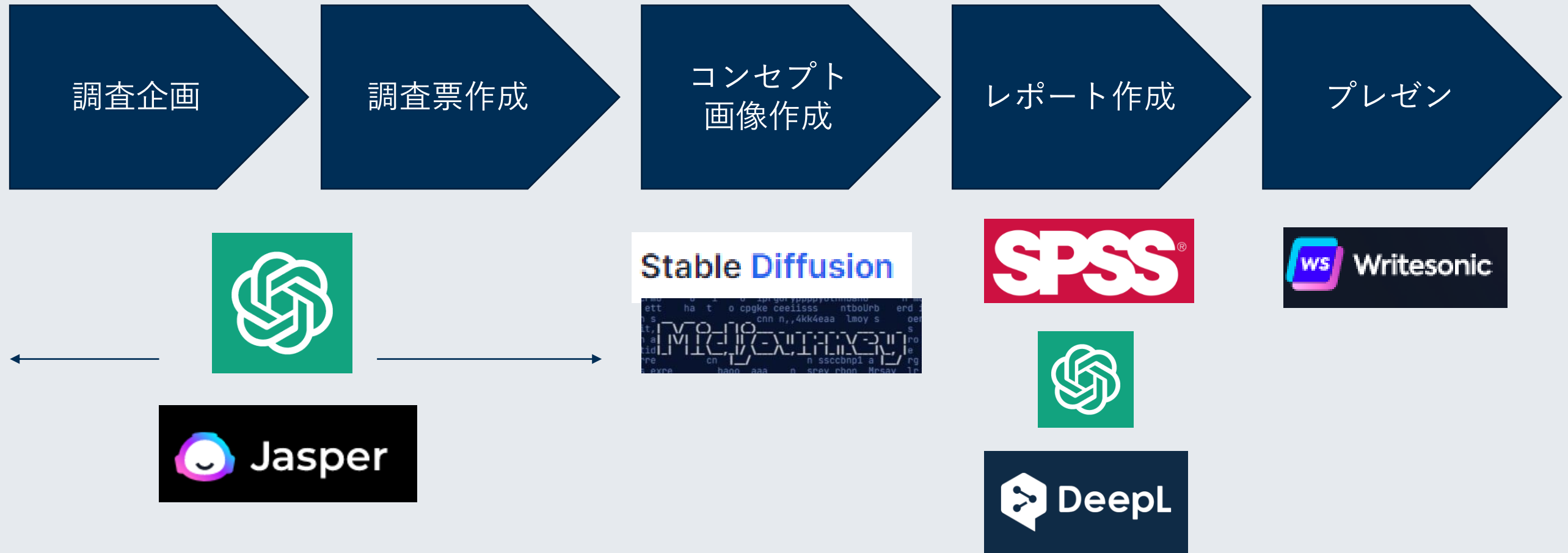
もし作業化するようリスクが大きいとすると、
ChatGPTなど**AIに任せられる部分が徐々に大きくなる**と考えられる

→しかし、これをサービス化したときに、
APIを接続させるのであればだれでもできるようなものになるので、
プラットフォームがあったとしてもGPTの経路依存となる

単純な作業面ではGPTのようなサービスで仕事の多くが済む

GPTと仕事をする

生成系AIと定量のお仕事



ChatGPTの企画



You are my marketing research assistant here. I would like to come up with the research proposal for a beverage company. The client is facing the problem of the decline of their major product, Super Beer. This product is sold in almost all distribution channel in all over the Japan. Our client would like to know why this sudden decline of the sales happened. I want you to come up with the research questions and how we can constitute the survey.



「スーパービール」の売り上げが下がっているなのでその要因を調べたいから、定量の課題構成と質問を考えて！

調査課題

- ①スーパービールの売り上げ下がった要因
- ②日本のアルコール市場に対して消費者が求めること
- ③スーパービールの価格妥当性
- ④スーパービールのネガティブイメージ



Sure, I can help you with that. Here are some research questions and survey methods that could be used to investigate the decline in sales of the Super Beer product:



Research Questions:

1. What are the factors that have contributed to the decline in sales of Super Beer?
2. What are the current consumer preferences for alcoholic beverages in Japan?
3. How does the price of Super Beer compare to other beers in the market?
4. Are there any negative perceptions associated with Super Beer that may have affected sales?

ChatGPTの調査項目と調査票①

調査項目

- ①直近6ヶ月以内のスーパービール
購入頻度
- ②アルコールの購買時重視点
- ③スーパービールが他の最近買ったビールと
比べて味・価格・パッケージの点でどうか
- ④スーパービールに対するネガティブイメージ
- ⑤家やレストランなど場所ごとに、どんな
アルコールを飲むかの差異
- ⑥直近6ヶ月以内のスーパービール配荷認知
- ⑦スーパービールの売り上げが上がるため
期待すること

Survey Method:

To gather information on the above research questions, we could conduct a survey among a representative sample of Japanese consumers. The survey could include the following questions:

1. Have you purchased Super Beer in the past 6 months? If so, how frequently?
2. Which factors influence your decision to purchase alcoholic beverages?
3. How does Super Beer compare to other beers you have purchased recently in terms of taste, price, and packaging?
4. Are there any negative perceptions associated with Super Beer that would prevent you from purchasing it?
5. Which alcoholic beverages do you prefer to consume in different settings, such as at home or at a restaurant?
6. Have you noticed any changes in the availability of Super Beer in retail stores or restaurants in the past 6 months?
7. What suggestions do you have for the Super Beer product to improve its sales?

We could conduct this survey through online platforms, such as social media or email, or through face-to-face interviews at public places or events. The results of the survey could be analyzed to provide insights into the reasons for the decline in sales of Super Beer and to identify potential strategies to improve its market position.

ChatGPTの調査項目と調査票②



Could you explain how your survey questions will contribute to answering the research questions that you have mentioned?



考えてくれた質問は
どういう風に調査課題に貢献するの？

(例としてQ2)

②アルコールの購買時重視点

→消費者が考えるキー要因を把握することで、これで
スーパービールの改善に向けて優先領域を探れる。



Sure, I would be happy to explain how each survey question contributes to answering the research questions:

1. Have you purchased Super Beer in the past 6 months? If so, how frequently?

This question helps to establish the current sales trends of Super Beer, which is important in understanding the extent of the decline in sales. It also helps to identify the current customer base for the product.

2. Which factors influence your decision to purchase alcoholic beverages?

This question helps to identify the key factors that customers consider when choosing between different alcoholic beverages, such as taste, price, brand reputation, packaging, etc. This information can help to identify potential areas of improvement for Super Beer.

ChatGPTの調査項目と調査票③



Thanks. Could you provide options we will show to the respondents for each questions? Consider it to be the web-based quantitative survey.



選択肢考えて！



Sure, here are some options for each survey question that could be used in a web-based quantitative survey:



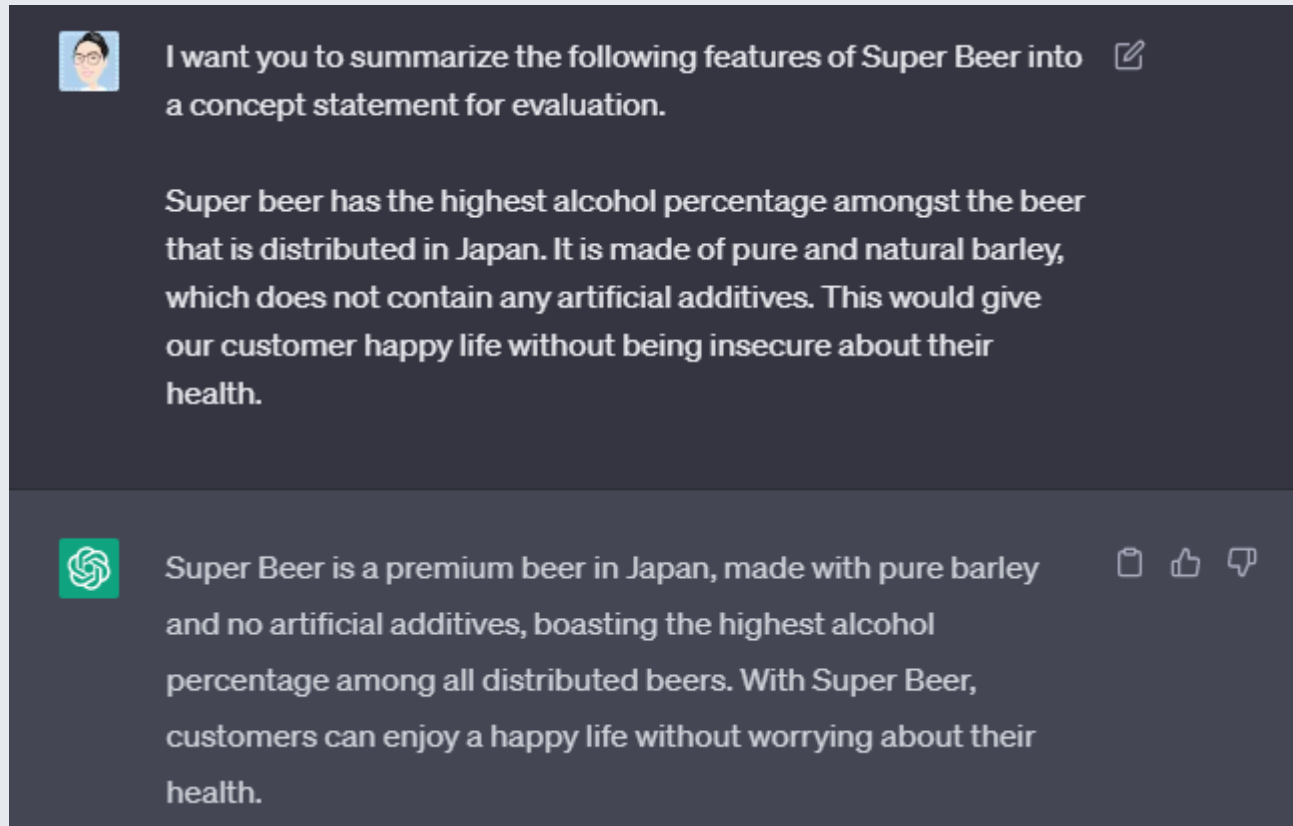
1. Have you purchased Super Beer in the past 6 months? If so, how frequently?

- Yes, once a week or more
- Yes, a few times a month
- Yes, once a month or less
- No, I have not purchased Super Beer in the past 6 months

2. Which factors influence your decision to purchase alcoholic beverages?

- Taste
- Price
- Brand reputation
- Packaging
- Alcohol content
- Recommendations from friends/family
- Availability in stores/restaurants
- Other (please specify)

コンセプトメッセージをGPTで作成、 StableDiffusionで画像化




特徴を挙げるから、コンセプト考えて！
→StableDiffusionのプロンプトを書かせる




StableDiffusionで画像生成
(しかし、「日本のビール」を勘違いしている様子)


クロス集計の結果からどんな人に刺さるかを要約



You are my marketing research assistant. I would like you to analyze the cross tabulation.



Sure, I'd be happy to help! Could you please provide me with the details of the cross tabulation that you would like me to analyze? Specifically, what are the variables that have been cross-tabulated and what is the research question that you are trying to answer through this analysis? This will help me to provide a more targeted and accurate analysis.



This is the question; "Would you like to buy this new Super Beer?"

	Would like to buy	Would NOT like to buy
Total	0.285376139	0.714623861
Male	0.004858004	0.995141996
Female	0.200211395	0.799788605
20-29 y/o	0.462226945	0.537773055
30-39 y/o	0.760912221	0.239087779
40-49 y/o	0.253144028	0.746855972
50-59 y/o	0.688627086	0.311372914
60-69 y/o	0.575276261	0.424723739

The table indicates that overall, 28.54% of respondents indicated that they would like to buy the Super Beer, while 71.46% indicated that they would not like to buy it. Looking at the breakdown by gender, only 0.49% of males indicated that they would like to buy the Super Beer, while 99.51% indicated that they would not like to buy it. In contrast, 20.02% of females indicated that they would like to buy the Super Beer, while 79.98% indicated that they would not like to buy it.

Looking at the breakdown by age group, there is some variation in the proportion of respondents who indicated that they would like to buy the Super Beer. The highest proportion of respondents who indicated that they would like to buy the Super Beer was in the 30-39 age group, where 76.09% of respondents indicated that they would like to buy it. The lowest proportion of respondents who indicated that they would like to buy the Super Beer was in the 40-49 age group, where only 25.31% of respondents indicated that they would like to buy it.

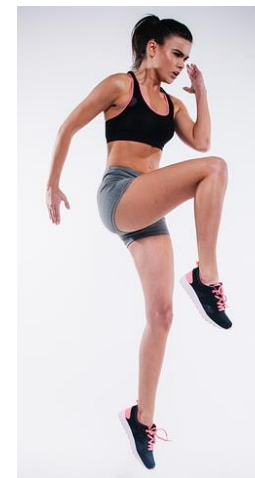
Overall, this table provides some valuable insights into the potential market for the Super Beer product, indicating that there may be more interest in the product among female consumers and among those in the 30-39 age group. However, it's important

表側比較サマリは
すぐ完了

3

これから業界がどのようなになっていくと考え、どう行動したいか？

これからのインサイト



工数縮約による既存ビジネスの継続は一つの手段だが、
我々の**顧客に提供できる価値は特に変わらない**（スピードが変わる程度）

何らか、別の付加価値が提供されなければ
リサーチを行うことについて、**各社差別性が存在しない**
※実際、現状差別化できる点はあまりない→競争激化の可能性

**既存のビジネス範囲を広げて、「インサイト」ではなく
メーカーに売れる商品をもたらすための方法を提供できる必要がある**

3

これから業界がどのようなになっていくと考え、どう行動したいか？



若手リサーチャーのひとりとしてどのように行動したいか？

①要するに、「マーケットを調べること」自体の価値が、
低く見積もられてしまっている状況

→調べた結果の意味と次の行動を伝達できることが本質的には重要
→お客様が「この商品・サービスは売れる」といえるところまで、
調査分析と提案を行っているか？

自分に問い直し身振りを直す

3

これから業界がどのようなになっていくと考え、どう行動したいか？

若手リサーチャーのひとりとしてどのように行動したいか？



②言い換えれば、「**マーケットを調べる**こと」だけで

大した価値が認められない可能性（効果測定・ブランド調査が生き残るくらい）

→だから、Salesforce・Adobeなど、他の便益提供と組み合わせさせた形での

データ解析の提供が「インサイト産業」と認められる事態

→「調べる」が目的だけではなく、別のtoB課題解決を組み込んだ

データ収集と解析の在り方を開発するために自分でせっかく学んだりサーチを活用

→例：これからどんどん増える解析サービスの中でのデータ収集システム構築

「ただ調べる」ことを価値にしないため新しい価値を作るよう努力