

JMRAインターネット調査品質委員会 主催

生成AI活用・情報交流会(第5回)

※記録のため、録画をさせていただきます。ご了承の上、ご参加ください。

生成AI活用・情報交流会 スポンサー



この画像は生成AIで作成しました。

生成AI活用・情報交流会開催の趣旨

2023年度のJMRAインターネット調査品質委員会の中で、
生成AI(主にChatGPT)の活用検証を実施



業界の発展のために
委員会の中で閉じず、もっと多くの人と共有し合いたい

現場で役立つ知識、使い方ノウハウ、プロンプトの書き方など
業界内で**オープンに共有し合う**ことで、
日々の業務に活かせるようにする

気軽に、積極的に、情報交換しましょう！

<https://www.jmra-net.or.jp/activities/event/2024/20240627r.html>

生成AI・情報交換会 楽楽プロフィールのご紹介

Nov 6, 2024
Rakuten Insight, Inc.

自己紹介



小川 広大
楽天インサイト株式会社
AI Solution Team Leader

■ 経歴

- 2011年 楽天株式会社入社
楽天リサーチ株式会社にて営業、
オペレーション、リサーチャーを経験後、商品開発に携わる
- 2024年～ 生成系AIを中心とした
次世代型サービスの開発や業務効率化の責任者としてAIプロジェクトをリード
- 専門統計調査士

楽天におけるAI-nization: AIの力で人間の創造力を高める



ユニークなデータ & オンライン+オフラインチャネル

世界中的ナレッジと
楽天のユーザー理解、深い専門知識の融合



「社内公用語英語化」による グローバル人材の獲得

社内公用語英語化という大胆な取り組みを
経て、世界で70以上のサービスを展開。
30カ国・地域のサービス展開拠点で
約30,000名の従業員が在籍

共通の文化

すべての従業員が、
エンパワーメントというミッション、
楽天主義に基づき行動。
おもてなしの文化を体現

Rakuten AI for Rakutenians (従業員向けRakuten AI)

■ スマートに、迅速に、そして効率的に働けるように従業員をエンパワーメント

25,000

名の従業員がAIを利用

7,000

名の従業員が毎日AIを利用



コーディング



コンテンツ
作成



データ分析



文書作成



問い合わせ
対応



ナレッジ
検索



文書レビュー



コンテンツ
レビュー



メール
下書き



翻訳



サマリー
作成

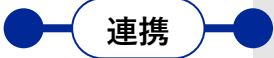


ミーティング
まとめ

楽楽プロフィールとは

アンケート結果を連携することで、意識情報まで踏み込んだ深いターゲット分析を誰でも簡単に行うことができる楽天インサイトの独自ツールです。アンケート調査の価値をさらに引き上げることが可能です。

//////////////////// 楽楽プロフィール //////////////////////



商品X購入者 (n=77) プロフィール

比較対象: 30~50代男性 (全体) (n=865)

40代既婚男性。子どもと過ごす時間を大切に、教育費に投資。知識と健康を重視。

40代既婚男性。趣味はウォーキング、国内旅行、ゴルフ。家族との時間を大切にしており、子どもの教育費には惜しみなく投資。高い目標を持ち、仕事での成長と成功を追求しています。落ち着いた自然素材の住まいを好み、知識や教養を深め、社会貢献を目指します。友人との交流や食事の雰囲気を楽しみ、地域特有の体験を求め、新しい挑戦を続けます。自分に合った高品質な商品には時間や費用を惜しみません。



※本画像は生成AIにより作成したものです

属性

- 性別 : 男性
- 年齢 : 42.0歳
- 未婚 : 既婚
- 子供の有無 : 子供あり
- 職業 : 会社員・会社役員
- 居住地 : 近畿
- 世帯年収 : 959万円
- 個人年収 : 766万円
- 保有金融資産 : 961万円
- 趣味 : ウォーキング、国内旅行 (1泊以上)、ゴルフ
- 大切にしている時間 : 子どもと過ごす時間
- お金をかけていること : 子どもの教育費

接触メディア

- LINE
- Yahoo! JAPAN、msn、Googleなどのポータルサイト
- 情報まとめサイト (SmartNews、NewsPicks、グノシーなど)
- 企業のオフィシャルサイト・ブランドサイト
- 口コミサイト (食べログ、@cosme (アットコスメ)、クックパッドなど)

特徴的な意識

-  **生活意識**
高い目標を掲げ、知識と教養を深め、自分にしかできないことを目指している。
-  **仕事意識**
専門スキルを磨き、出世や社会的成功を目指しながら成長を実感したい。
-  **買い物意識**
他人と被るのを嫌い、ブランドにこだわらず、欲しい商品を見つけるまで探す。
-  **食事意識**
食事の雰囲気やコミュニケーション、鮮度の良い食品、バランスの取れた食事が大切。

楽天インサイトのAIサービスの提供・開発状況

サービスローンチ済

- **AI自動プロフィール作成** ← 本日のテーマ
- AIチャットインタビュー
- AI画像解析

開発中・
開発検討中

- AIを活用したクイック調査パッケージ開発
- 調査レポートの自動化
- AI回収試算
・・・など

楽楽プロフィールでできること

プロフィールを作成する
時間もリソースもない！



工数削減

プロフィールシートやグラフ、データ要約もすべて自動作成。条件を変えて何度でも作成が可能です。

調査結果だけでは
十分な人物像が描けない！



ターゲット解像度の向上

楽楽プロフィールと連携することで、ターゲット解像度が飛躍的に向上します。

本格的な分析の前に
大まかなターゲット像を
すぐに把握したい！



スピーディな アウトプットの提供

調査データを受け取ってすぐにプロフィール生成が可能です。

楽楽プロフィールの利用イメージ

調査結果が納品された後、「連携」ボタンから「楽楽プロフィール」へ遷移。
ターゲットと比較対象を設定するだけで、ターゲットプロフィールが自動生成されます。

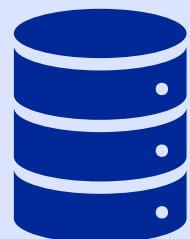
1/

調査データ納品完了後
納品管理画面／集計ツールから
システムに連携



アンケート
調査

連携



アスキング
ビッグデータ

2/

ターゲットと比較対象の
条件を設定し出力

楽楽プロフィール

【Step1】ターゲットの条件を設定してください。

質問番号	質問文 / 質問アイテム	回答数	サンプルサイズ	選択
Q1	【アンケート回答者全体】 あなたが現在所有している車のメーカーはどれですか？以下...		1,000	☐
	トヨタ	1,000	☒	
	ホンダ	1,000	☐	
	日産	1,000	☐	

ターゲット設定

【Step2】比較対象の条件を設定してください。

☒ アウト顧客データ ☐ ABCD人口構成比較データセット

質問番号	質問文 / 質問アイテム	回答数	サンプルサイズ	選択
Q1	【アンケート回答者全体】 あなたが現在所有している車のメーカーはどれですか？以下...		1,000	☐
	トヨタ	1,000	☐	
	ホンダ	1,000	☒	
	日産	1,000	☐	

比較対象設定

【Step4】出力したいアウトプットを選んで、アウトプット生成をしてください。

☒ プロファイルサマリ ☒ プロファイルシート ☒ グラフ詳細 ☒ エクセル集計表

出力

アウトプットを生成してダウンロード

3/

4種類のアウトプットが
生成されます



▶ プロファイルサマリ

▶ プロファイルシート



▶ グラフ詳細

▶ クロス集計表

データ連携からアウトプット生成まで最短 5 分

アウトプット

楽楽プロフィールから生成されるアウトプットは「プロフィールサマリ」「プロフィールシート」「グラフ詳細」「クロス集計表」の4種類。ターゲットの特徴はAIで自動要約されます。

プロフィールサマリ

ワークライフバランス重視 (n=280) プロファイル

趣味にお金をかけ、休養を大切にする閑家の未婚女性。イン
知能欲旺盛な20代未婚男性。温厚好きで高年収。車・バイク

高収入を求めている15-39歳男性 (n=1,086) プロファイル

40代既婚男性。子どもと過ごす時間を大切に、教育費に投資。知識と健康を重視。

高収入を求めている15-39歳男性 (n=1,086) プロファイル

40代既婚男性。子どもと過ごす時間を大切に、教育費に投資。知識と健康を重視。

プロフィールシート

ワークライフバランス重視 (n=280) プロファイル

趣味にお金をかけ、休養を大切にする閑家の未婚女性。イン
知能欲旺盛な20代未婚男性。温厚好きで高年収。車・バイク

高収入を求めている15-39歳男性 (n=1,086) プロファイル

40代既婚男性。子どもと過ごす時間を大切に、教育費に投資。知識と健康を重視。

高収入を求めている15-39歳男性 (n=1,086) プロファイル

40代既婚男性。子どもと過ごす時間を大切に、教育費に投資。知識と健康を重視。

グラフ詳細

性別		年齢		年収		学歴		職業		結婚状況		子供の有無	
ターゲット	比較対象	ターゲット	比較対象	ターゲット	比較対象	ターゲット	比較対象	ターゲット	比較対象	ターゲット	比較対象	ターゲット	比較対象
男性	44.9	50.7	-5.8	20代	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
女性	45.7	49.3	+3.6	30代	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
年収	44.9	50.7	-5.8	学歴	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業	44.9	50.7	-5.8	結婚状況	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
子供の有無	44.9	50.7	-5.8	子供の有無	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

クロス集計表

性別	年齢	年収	学歴	職業	結婚状況	子供の有無
男性	20代	200万円未満	高卒	営業	未婚	なし
女性	30代	300万円以上	大学	事務	既婚	あり
年収	200万円未満	200万円以上	高卒	営業	未婚	なし
学歴	高卒	大学	高卒	営業	未婚	なし
職業	営業	事務	営業	営業	未婚	なし
結婚状況	未婚	既婚	未婚	営業	未婚	なし
子供の有無	なし	あり	なし	営業	未婚	なし

プロフィールサマリ

プロフィールサマリは、各意識のデータを簡略化して理解しやすくしています。



AIで生成される
人物像イメージ
写真

商品X購入者 (n=77) プロファイル

比較対象: 30~50代男性 (全体) (n=865)

40代既婚男性。子どもと過ごす時間を大切に、教育費に投資。知識と健康を重視。

40代既婚男性、趣味はウォーキング、国内旅行、ゴルフ。家族との時間を大切にしており、子どもの教育費には惜しみなく投資。高い目標を持ち、仕事での成長と成功を追求しています。落ち着いた自然素材の住まいを好み、知識や教養を深め、社会貢献を目指します。友人との交流や食事の雰囲気大切に、地域特有の体験を求め、新しい挑戦を続けます。自分に合った高品質な商品には時間や費用を惜しみません。



※本画像は生成AIにより作成したものです

属性

- 性別 : 男性
- 年齢 : 42.0歳
- 未婚婚 : 既婚
- 子供の有無 : 子供あり
- 職業 : 会社員・会社役員
- 居住地 : 近畿
- 世帯年収 : 959万円
- 個人年収 : 766万円
- 保有金融資産 : 961万円
- 趣味 : ウォーキング、国内旅行（1泊以上）、ゴルフ
- 大切にしている時間 : 子どもと過ごす時間
- お金をかけていること : 子どもの教育費

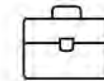
接触メディア

- LINE
- Yahoo! JAPAN、msn、Googleなどのポータルサイト
- 情報まとめサイト（SmartNews、NewsPicks、グノシーなど）
- 企業のオフィシャルサイト・ブランドサイト
- 口コミサイト（食べログ、@cosme（アットコスメ）、クックパッドなど）

特徴的な意識



高い目標を掲げ、知識と教養を深め、自分にしかできないことを目指している。



専門スキルを磨き、出世や社会的成功を目指しながら成長を実感したい。



他人と被るのを嫌い、ブランドにこだわらず、欲しい商品を見つけるまで探す。



食事の雰囲気やコミュニケーション、鮮度の良い食品、バランスの取れた食事が大切です。

データ分析から
AIで生成される
まとめコメント

ライフスタイルや
価値観

性別や年齢などの
基本情報

主な情報源

プロフィールシート

プロフィールシートはプロフィールサマリの元となる各意識項目の特徴をまとめたものです。



プロフィールシート

簡略化



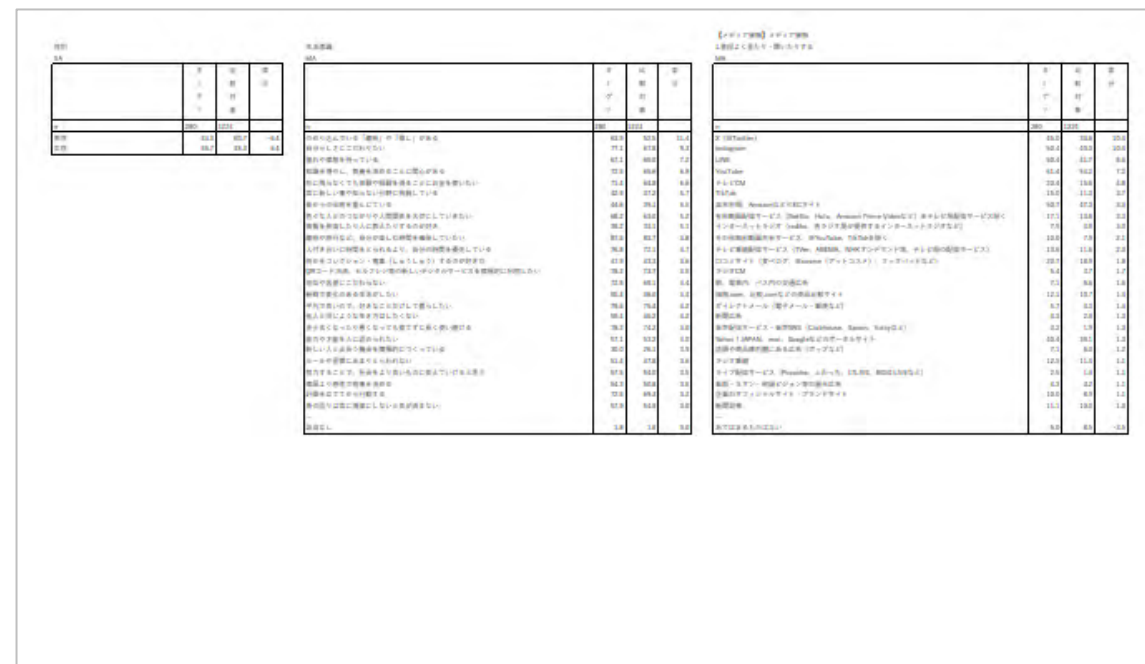
▶ プロファイルサマリ

グラフ詳細・クロス集計表

プロファイルシート、プロファイルサマリの元となるデータ集計です。



▶ グラフ詳細



▶ クロス集計表

アウトプットデータ

初回リリースは「生活意識データ」「情報感度イノベーター」をアウトプットします。

データセット	内容	項目数
生活意識データ	● 生活意識/ワークライフ/買い物/食/健康/美/ファッション/住まい/レジャー・余暇/旅行/SDGs関心・行動/レジャー趣味/大切な時間/お金をかけること/メディア接触	約240項目
情報感度イノベーター	● イノベーター/アーリーアダプター/アーリーマジョリティー/レイトマジョリティー/ラガードの消費者分類	1項目
生活意識 因子データ	● 200項目を超える意識データ（SDGsを除く）を項目ごとに因子分析を実施。 46の因子を抽出	46因子
カテゴリーデータ	● 一般消費財/耐久消費財/サービス財/金融商品の購入状況や利用意向 ● EC購買、利用チャネル	約260項目
ブランドデータ	● 衣類・服飾小物/時計・宝飾品/バッグ/スマホゲーム/観光・レジャー施設/ 外食チェーン/共感する企業ブランド	約670項目
デジタルメディアデータ	● 1週間接触（ウェブサイト、アプリ、スマートテレビ、デジタル広告） ● 接触頻度（各マスメディア、デジタルメディア、SNS、動画配信サイト）	約400項目

※今後、順次拡大していく予定

活用例



■ メーカー担当者様

- サプリメントユーザーの属性や健康に関する意識の調査で活用
- 健康に関する意識を主に活用してプロフィールを作成

■ 広告代理店の担当者様

- ・ キャンペーントラッキング調査における接触者分析に活用

・ ・ 他多数のお問い合わせ

Rakuten Insight

toitta

● 2024/11/6 JMRA交流会

生成AIを活用した発話分析ソリューション

30分でわかるtoitta(トイッタ)

株式会社はてな

プロデューサー

米山 弘恭 @yone_yama0312



● Profile



米山弘恭 Hiroyasu Yoneyama



- 所属: 株式会社はてな コンテンツ本部第一グループ
- 役職: プロデューサー (事業責任者 /PdM)
 - [toitta\(トイッタ\)](#) を作っています
 - 営業/定量データ分析領域出身
 - ※非リサーチャーです

X [@yone_yama0312](#)

本日はよろしくお願いします

- 「30分でわかるtoitta」 目次

1. toitta開発の背景
2. toittaの概要
3. 製品操作デモンストレーション
4. toitta導入にあたっての補足
5. Q&A

- リアクション大歓迎です

ご感想・ご質問ぜひください！
※ご質問は画面下のQ&Aより
お願いいたします

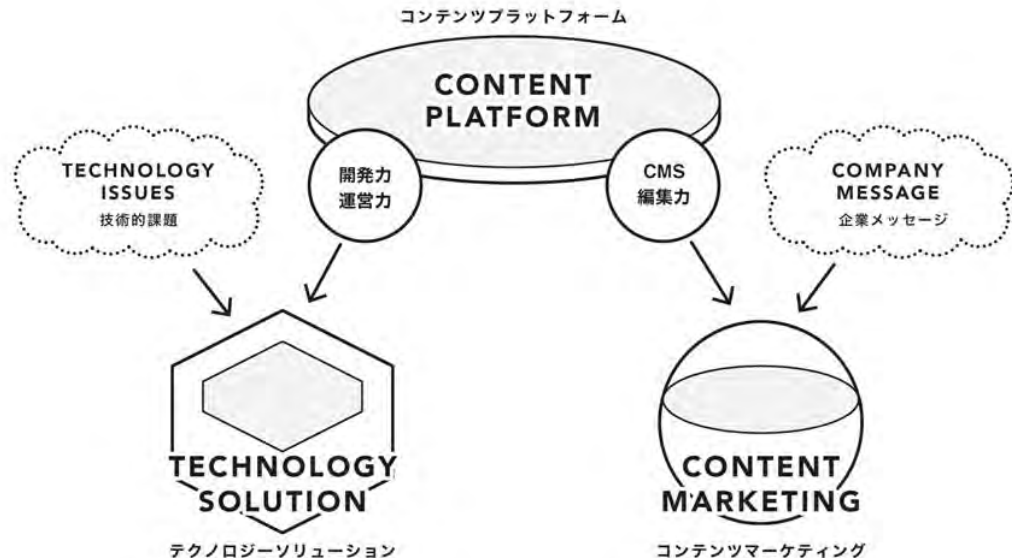
- 資料はのちほどDLいただけます

一部ページはConfidentialな情報を含んでおり、
一般公開とする予定は（現状まだ）ございません
※ご参加者のみなさまには発表後にDLリンクを配布いたします

1.toitta開発の背景

株式会社はてなについて

個人ユーザー向け「コンテンツプラットフォームサービス」で培われた技術力やノウハウを活かし
企業向けに「コンテンツマーケティングサービス」「テクノロジーソリューションサービス」を提供



はてな事業 | コンテンツプラットフォームサービス

提供開始から10年を超える「はてなブログ」「はてなブックマーク」など、
個人ユーザー向けコンテンツプラットフォームサービスを提供



「はてなブログ」はユーザーの「書きたい」気持ちに応えるブログサービスです。手軽に書きたい人も、しっかり書きたい人も満足できる便利な機能を備えています。シンプルかつモダンなブログサービスとして継続的な機能開発に取り組むとともに、検索流入に寄与する要件への対応や機能改善、「はてなブックマーク」との連携など、ユーザーの書いたコンテンツが読まれる仕組みも用意しています。



「はてなブックマーク」は国内最大級のソーシャルブックマークサービスです。ニュースやブログのなかから気になった記事をクラウド上に保存し、ほかのユーザーと共有することができます。オンラインブックマークツールとしての利用だけでなく、時々刻々と移り変わるインターネットの人気ページや旬の話題が集まるメディアとしても多くのユーザーにご利用いただいています。

はてなの事業 | テクノロジーソリューションサービス

サーバー監視サービス

Mackerel

サーバーにおける各種ハードウェアやアプリケーションソフトウェアの性能をリアルタイムに監視することができるSaaS型サーバー監視サービスです。

使いやすいUIと効率的なAPIによる総合的な監視体験と、より自動化されたインフラ基盤の構築を可能にするなど、その先進性により多くの大手企業からの採用実績を持っています。

The screenshot shows the Mackerel website's main landing page. On the left, there's a blue sidebar with the text '監視を育てる、Mackerel' and a description of the service as a SaaS-type server monitoring service. Below this is a '無料トライアルをはじめる' (Start free trial) button. The main content area features a preview of the Mackerel dashboard, which displays various performance metrics and graphs for different servers. At the bottom of the page, there's a row of logos for various companies that use Mackerel, including KDDI, Rakuten, and others.

This section is a collage of images and logos. The top part shows a group of people standing in front of a pink bus with 'W EXPRES' written on it. Below this is a text block mentioning a 50-inch large monitor at Mackerel's office and its integration with Google Analytics. The middle part features three small images: a 'SAISON CARD' logo, a group of people sitting around a table, and a group of people in a meeting. The bottom part is a grid of logos for various partner companies, including nLab, BIGLOBE, docomo, SAISON CARD, GMOペパコーポレーション, nLab, 株式会社サイバーエージェント, and others.

はてな事業 | テクノロジーソリューションサービス

マンガビューワ

GigaViewer

マンガサイト、マンガアプリとしての魅力を引き出せるマンガビューワ「GigaViewer」は、ユーザーが快適にマンガ作品を楽しむための各種機能に加え、サービス提供者の運用コストを削減する管理機能、広告によるマネタイズ支援などにより集英社様、講談社様、小学館様などが提供するマンガサービスに採用されています。

2017年から提供しているWeb版に加え、2021年よりアプリ版をスタートしました。



GigaViewer for Web
2017年～



GigaViewer for Apps
2021年～

GigaViewerが採用されたマンガサービス (16社・22サービス / 2023年12月時点)



株式会社集英社との協業サービス

マンガノ



マンガ投稿・販売プラットフォーム (Web)

株式会社集英社との共同開発

ジャンプルーキー！ あしたのヤングジャンプ



マンガ投稿・公開サービス (Web/アプリ)



マンガ投稿・公開サービス (Web)

はてな事業 | テクノロジーソリューションサービス

株式会社KADOKAWAとの共同開発

カクヨム



面白い小説を見つけて、いち早く評価しよう！
オープンの第一週目は「集中評価期間」として、
投稿された小説をジャンルごとにランダムで紹介しています。



小説投稿・収益還元プラットフォーム (Web / アプリ)

リニューアル開発・運用支援

魔法のiらんど



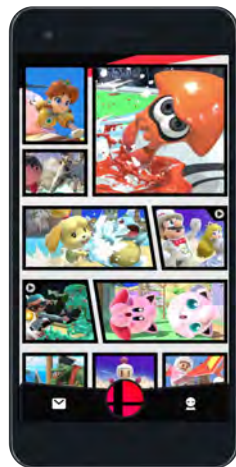
エンタテインメントサイト (Web)

はてなの事業 | テクノロジーソリューションサービス

※Nintendo Switchは任天堂の商標です。
イカリング2 © 2017 Nintendo
大乱闘スマッシュブラザーズ SPECIAL / スマプラス
© 2018 - 2019 Nintendo
Original Game © Nintendo / HAL Laboratory, Inc.
Characters: © Nintendo / HAL Laboratory, Inc. / Pokémon / Creatures Inc.
/ GAME FREAK inc. / SHOGATO ITO / APE inc. / INTELLIGENT SYSTEMS /
Konami Digital Entertainment / SEGA / CAPCOM CO., LTD. / BANDAI NAMCO
Entertainment Inc. / MONOLITHSOFT / CAPCOM U.S.A., INC. / SQUARE ENIX CO.,
LTD. / ATLUS / Microsoft / SNK CORPORATION / Hanyang AB / Disney
イカリング3 © Nintendo

任天堂株式会社のゲーム連動サービスのデザイン、サービス企画、サービス開発に協力

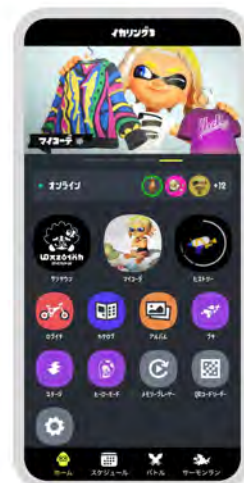
スマプラス | イカリング2 | イカリング3・タイカイサポート



Nintendo Switch™ソフト「大乱闘スマッシュブラザーズ SPECIAL」
(発売元：任天堂株式会社) のゲーム連動サービス



Nintendo Switchソフト「スプラトゥーン2」
(発売元：任天堂株式会社) のゲーム連動サービス



Nintendo Switchソフト「スプラトゥーン3」
(発売元：任天堂株式会社) のゲーム連動サービス



Nintendo Switchソフト「スプラトゥーン3」
(発売元：任天堂株式会社) の大会支援サービス

toitta開発チームの前身

- 前身は新規事業創出をミッションとするチーム
- 半構造化インタビューと親和図法を用いた分析を事業検討サイクルの中心に
- チームメンバー総出で、各種インタビューを年間200件超実施



実体験を経て

- KA法を製品開発の現場に実装することの効用は計り知れない
 - 多段抽象化でバイアスが防げる
 - 分析過程で顧客が憑依する
 - 分析に関わるメンバーの阿吽の呼吸
- しかし、これを日常にするにはまだ壁がある
 - コスト、難易度
- …ということで作った社内ツールがtoittaの前身
 - 簡素な「書き起こし+手動切片化補助」のツールが、気づけば不可欠
 - テスト利用にご協力いただいたみなさまからの強い関心を後押しに、事業化へ



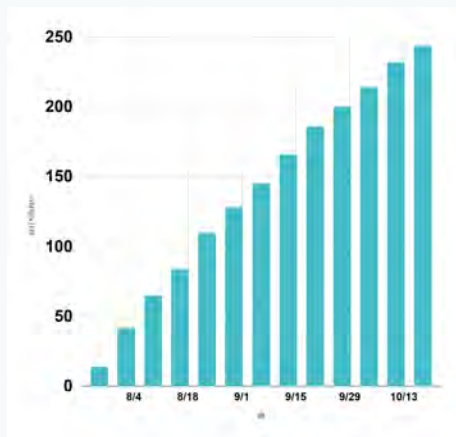
toittaの現在

ご導入企業さま ※一部抜粋



企業規模・業種にかかわらず
幅広い企業さまにてご導入

お打ち合わせ実績



リリース以後のお打ち合わせが
250件を突破

CreatorZineさまによる
タイアップ記事



<https://creatorzine.jp/article/detail/5867>

toittaの機能

toittaについて

インタビューの録画・録音ファイルを
生成AIをベースとする独自処理によって
高速・高精度に自動(30分前後)でデータ化。

インタビュー実施後の工程である

質的分析 & 組織間の情報共有プロセスを
強力に支援します。

正式版リリース 切片自動グルーピングが登場！ ↓

ユーザーが 何と言ったかに 深く向き合える。

生成AIを活用した発話分析ソリューション

無料トライアルを申し込む

リリース記念オファー実施中！

The screenshot displays the toitta web application. On the left, there is a video player showing a man speaking. To the right of the video, there are several panels displaying analysis results, including a list of topics and a table of keywords. The interface is clean and modern, with a teal header and a white background for the main content area.

ヴァル研究所

kubell

Studyplus

日本ウェブデザイン

VERISERVE

パーソル キャリア

vivid garden

House

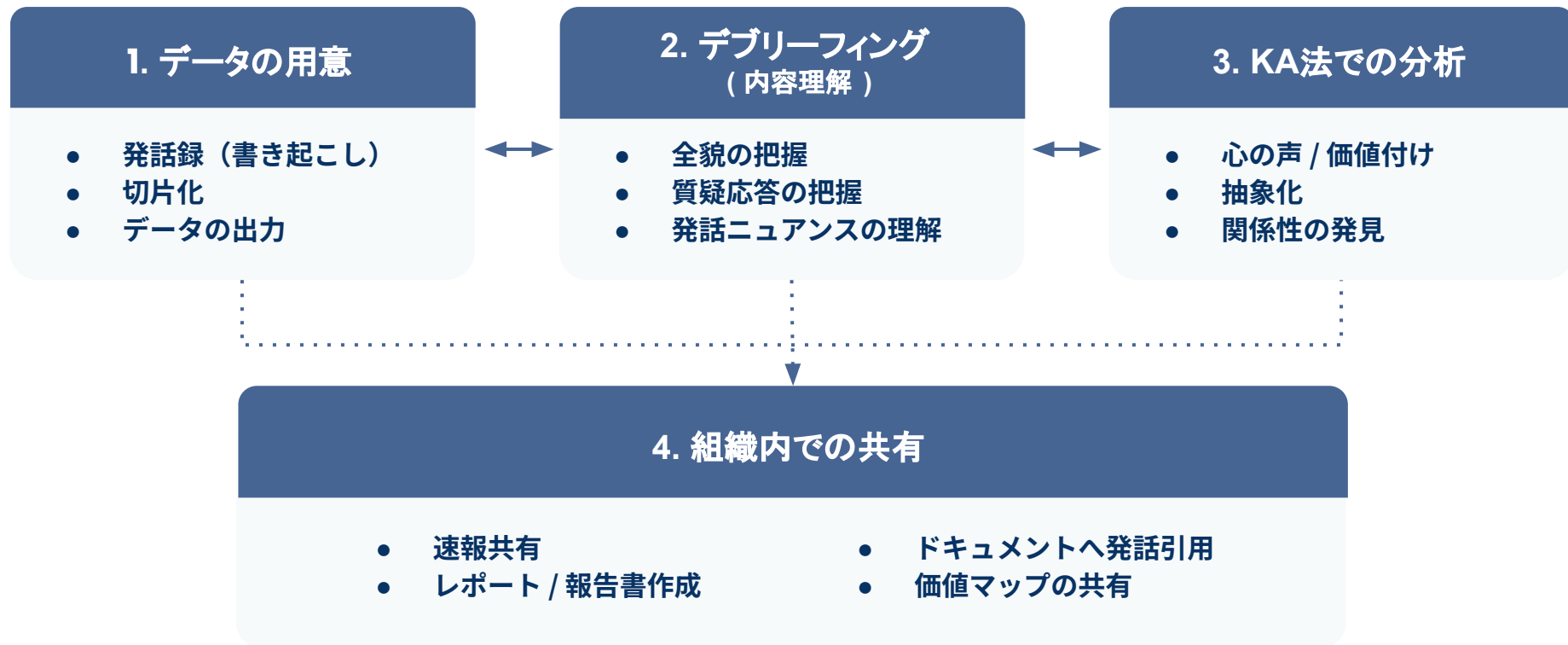
MANTRA

Members

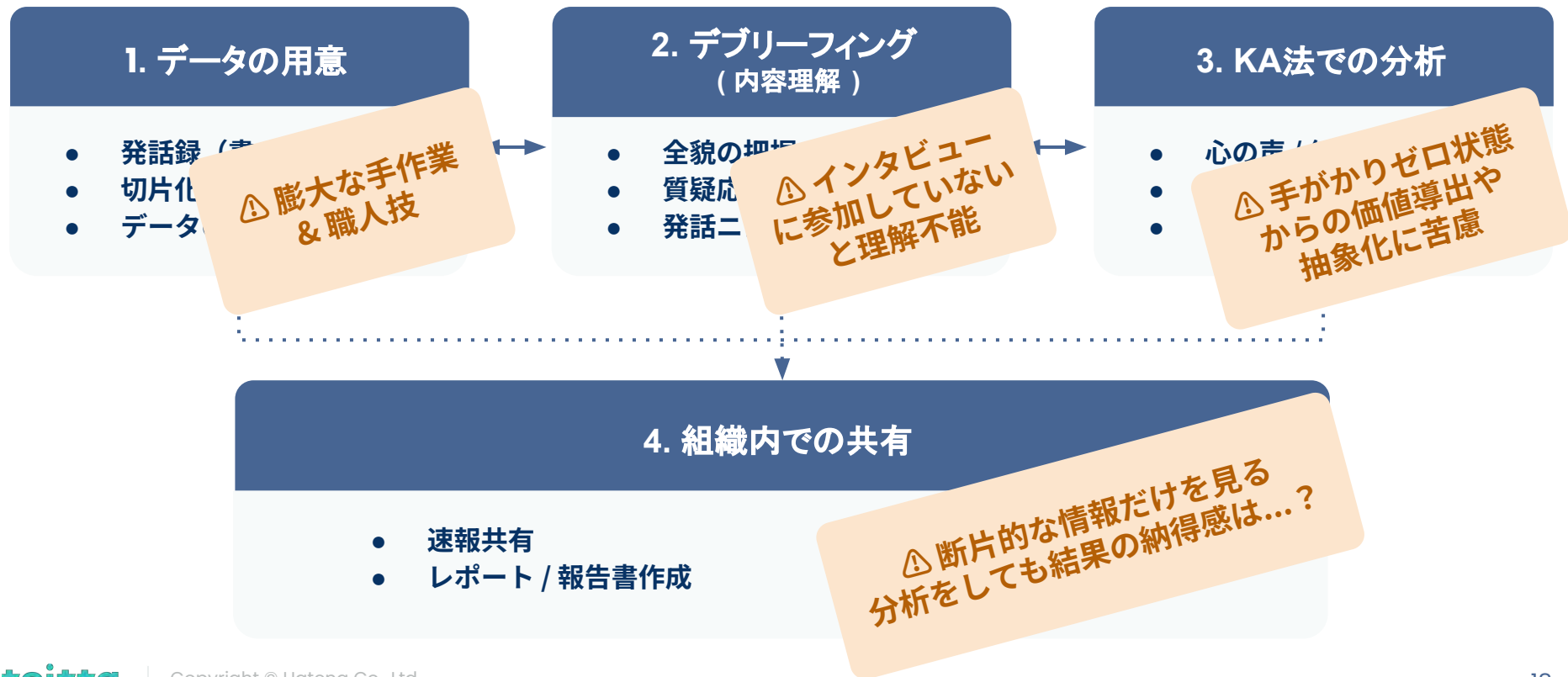
PopInSight

LIXIL

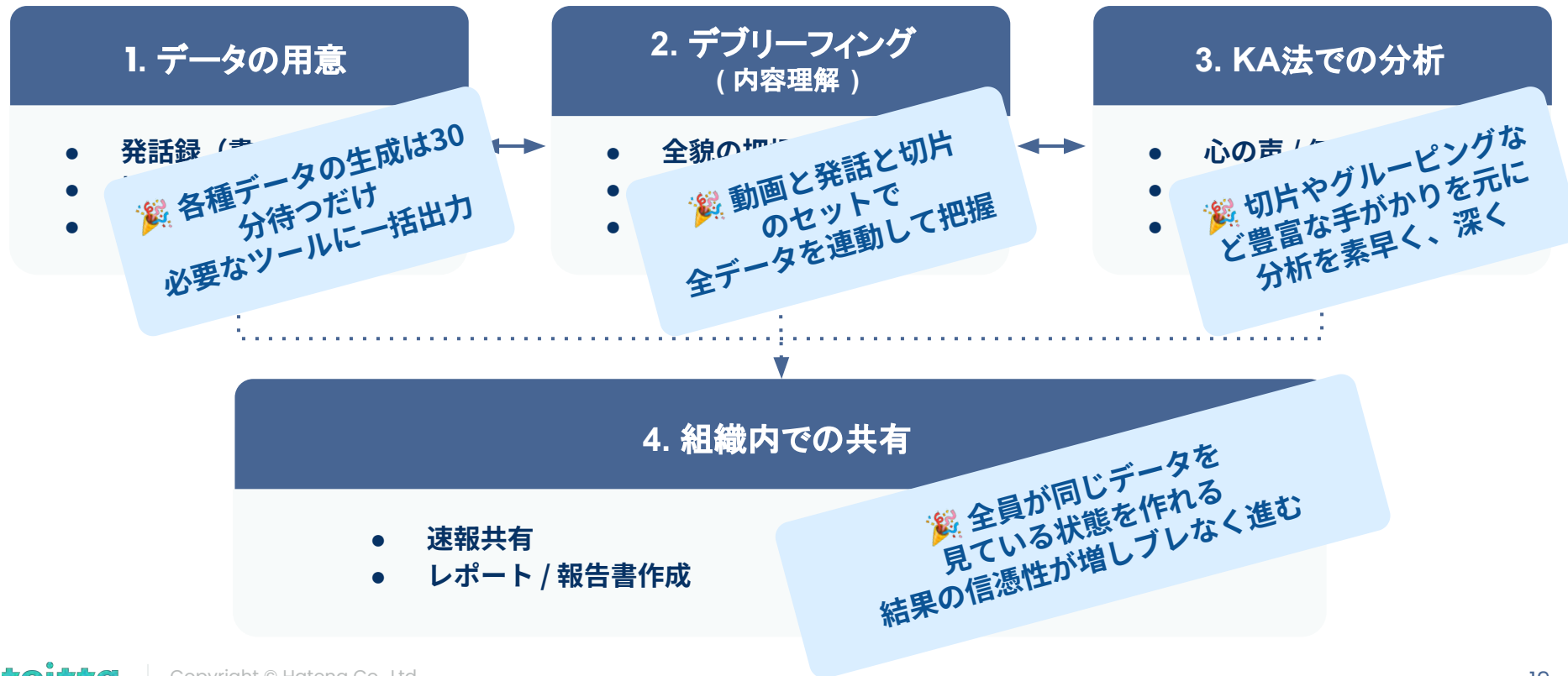
インタビュー実施後の工程



インタビュー実施後工程 / これまで



インタビュー実施後工程 / toittaがあれば



pain 01 書き起こし

before



- 1件1-2時間くらいの手作業
- しかも動画を見返しながら話者も聞き分けなきゃ
- 動画の再生時間と連動してない



after



- 30分待ったら勝手に出来上がる
- 話者分かれてるしインタビューも自動判定されてる
- 動画と連動してる



書き起こし

書き起こし

書き起こし

書き起こし

書き起こし

書き起こし



も聞かれるプロジェクトだったんですけど、そのアナログレコードの良さとか。

00:05:49 インタビュアー 佐藤

ハマったきっかけみたいなってどんなものでしたか？はい。

00:05:53 インタビュイー 佐々木さん

えーっと。まず、私が大学生をしていたのが2014年。と。かなんですけど、結構。そこかしこでレコードがまた流行り始めてる。みたいなニュースが聞かれるようにはなっていましたね。

00:06:13 SPEAKER_02

フェスに行くとかたくさんの出演者の名前をする機会が増えた

知った名前をすぐに試し聴きできる環境がタルCDショップにあった

手づる式に好きそうな音楽を手繰り寄せる上がってきた

大学生をしていたのは2014年頃で、レコ流行り始めているニュースを聞いた

音楽を聴くの好きになったのと並行して音で聴きたいというオーディオ機器への

pain 02 切片化

before



- インタビューの発話どれ
- 動画見ないと文脈わかんない
- 主語どれ？目的語どれ？



after



- 書き起こしと一緒に出てくる
- 文脈捉えて主語埋まってる
- 動画 & 書き起こしと連動してる
- Miro/Figma/FigJamに出力

左々木翔太さん



プロジェクトだったんですけど、そのアナ
ドの良さとか。

アー 佐藤

！っかけみたいなのってどんなものでした

イー 佐々木さん

まず、私が大学生をしていたのが2014年。
ですけど、結構、そこかしこでレコードが
！始めている。みたいなニュースが聞かれるよ

切片を

Whiteboard Tool

切片データ

フェスに行くとかさんの出
ずる機会が増えた

知った名前をすぐに試し聴き
タルCDショップにあった

挙げる式に好きそうな音楽を手繰り寄せる力が
上がってきた

大学生をしていたのは2014年頃で、レコードが
流行り始めているニュースを聞いた

大学生をしていた
のは2014年頃
で、レコードが
流行り始めている
ニュースを聞いた

pain 03 抽象化 - 自動グルーピング

before

- 手がかりがなさすぎる

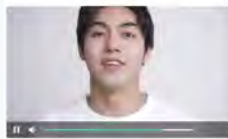


after

- 一段回目の抽象化終わってる
- サマリと一緒にレビューできる



ユーザーインタビュー.mp4
ソース グルーピング



00:01:30 SPREADER 01
なるほど、ただ、言葉ではなくて、自分の好みの
着ているというのは面白いですね。今まさにイザヤン
とかの服になったんですけど、服装の自由さに関
連して、オーディオ機能みたいなものへの投資
というのはどんな状況ですか？

00:01:53 SPREADER 02
そうですね、ここ最近自分の環境にすごく納得
がいったので、あまりの支出はしていません。今の
状態で言うと、外で聞くときのワイヤレスイヤ
ホンが1つ、これは多分1万円ちょいぐらいで買
いました。それを買う前のワイヤレスイヤホンが、
それも多分3万ぐらいのやつ。有線のヘッド
ホンも多分3万ぐらいのやつ。

00:01:56 SPREADER 03
だいたい着替ったものも入りますが、それそれ



スマホで新しい音楽を探しレコードで好きな音楽を楽しむ
新しい音楽との出会いを求めてサブスクリプションサービスを利用しています。好きな音楽を
じっくり聴きたい時はレコードを聴いています。サブスクリプションサービスはスマホを操作
しながら聴けるため、SNSなどを利用する際にBGMとして活用しています。

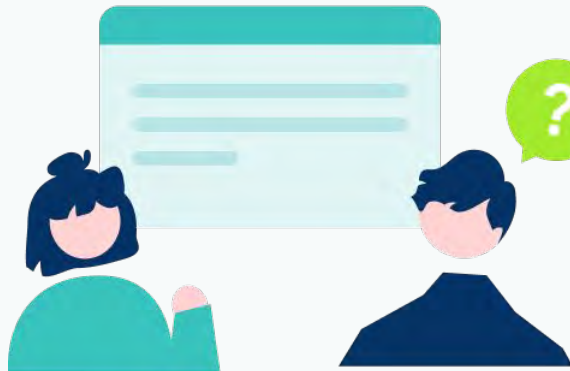


pain 04 情報共有 - お気に入り / 引用機能

before



- レポートの根拠が弱い...
- 速報的にメンバーに共有したい...



after



- 発話をパワポ/文書に簡単引用
- お気に入りでダイジェスト確認

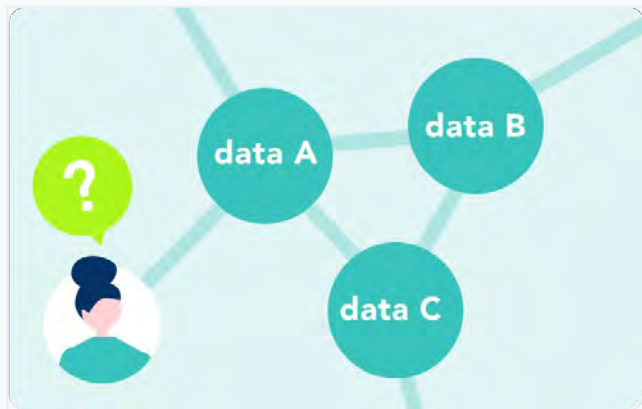


pain + α データ統制

before



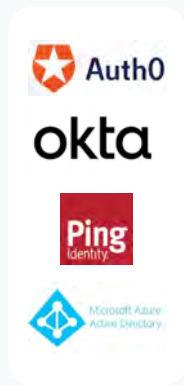
- データが散逸している..!
- 閲覧権限は厳格に統制しないと



after



- プロジェクト/チームで制御
- SAMLやIPアドレスで制御



toittaの階層構造



導入企業さまからの感想・ご評価など

簡易的なKA法が
45分で終わった



2日かけていた書き起こし
が一晩で終わった



2週間後に無理して
ギリギリできる中間報告が
余裕を持ってできる



実査当日は疲れて
分析が難しかったけど、
当日中に振り返りできる



リードタイムが
圧縮できる価値

用意に5-6時間
かけていたデータが
30分で上がってくる



書き起こしだけでも1時間
のインタビューなら
20倍近く短縮される



時間がかかるから
諦めていた分析ができる



月35時間分の作業
がなくなった



かける工数が
大幅に減る価値

導入企業さまからの感想・ご評価など

文字起こしと動画(倍速)
があれば、結果共有の
MTGを開かずに済む



分析完了を待たずに速報
が欲しいパターンに対応
できた



エンドクライアントへ
の共有も容易になった



動画と一緒に発言を見て
もらうような新しい説得
の方法が生まれた



情報共有が
容易になる価値

「そういうことを言っている
人がそこにいる」という
説得力がtoittaにはある



情報が整理されること
で、やらないといけない
ことの解像度が上がる



インタビュー結果の
共有の解像度が
上がった



インタビューの
解像度が上がる価値

操作実演のシナリオ

音楽の視聴体験をテーマとする架空のインタビュー（40分実施）を対象

実施後、内容把握の上親和図法での分析を開始。他メンバーへの共有も同時に行う



音楽サブスクを
立ち上げようとしている
新規事業チームのPdM



音楽を趣味としている
30歳男性

インタビューの目的

サービスの差別化ポイントを発見するために、

**音楽サブスクを使うユーザー層が
どんなことに価値を感じるかを明らかにする**

デモ

この短時間で、以下のようなプロセスを高速に行うことが可能です

- 1 グループングタブでインタビューの全貌を把握
- 2 ソースタブで時系列順に質疑応答を読み込み
- 3 ホワイトボードツールに一括出力し、KA法での分析準備
- 4 外部ツールからリンクでtoittaに立ち戻る
- 5 報告書に引用すべき重要な発話(切片)にお気に入りをつ
- 6 お気に入り(≡ダイジェスト)をチームのSlackで共有
- 7 お気に入り済の切片をレポートに引用



各データは
柔軟に編集可能

3.toittaの機能について補足

書き起こし/whisperとの比較

whisperをそのまま使った場合

text

はい、では録画を開始いたしましたやっしていきたいと思いますよろしくお願ひしますはい、では改めてですね我々今音楽サブスクの立ち上げを検討しておりまして今実際にターゲットである20代から30代の方が実際にどうやって音楽に関わっているのかということを知りたいなということで今回インタビューさせていただきますよろしくお願ひします

ではですねまず改めて自己紹介からお願いしてもよろしいでしょうかはい私山田と申します年齢が今30歳です

そうですね、普通に会社員をしていて、日頃からよく音楽は聴いておりますので、何らかお話できることはあるかなと思ってます。よろしくお願ひします。こんな感じで大丈夫ですか?はい、よろしくお願ひします。大丈夫です。

ではですねまあまずまあまさに音楽を結構聴いてられるということだったのでその音楽返力っていうのを伺いしても良いですか?あなるほどえーっとですねえーそうだな今今ぐらいこうたくさん聴くようになったのは大学生ぐらいですかねもともとまあ

小中高生の頃も音楽を聴くのは好きだったんですが、一番明確に変わったなと思うのは、大学生の頃ぐらいです。というのも、大学生になって一人暮らしを始めて、アルバイトで、

TSUTAYAに勤めることになったんですねその当時まだサブスクとか全然ない時代でTSUTAYAでバイトをするとスタッフはレンタルが無料になるという特典があったんですね初めて聞きましたなのでシフトに入ればこの日分の3枚までCDが

ただで借りれるみたいなのを生かして、すごい聴くようになりましたね。一人暮らしかつ大学生で、すごい時間も余裕が生まれたので、心にすごく音楽を聴くようになって、今はサブスクとかが増えてより便利になりましたけど、

toittaでの処理結果

speaker

text

SPEAKER_01 はい、では、録画を開始いたしました。やっしていきたいと思います。よろしくお願ひします。はい、では、改めてですね。我々今、音楽サブスクの立ち上げを検討しておりまして。今、実際にターゲットである20代から30代の方が、実際にどうやって音楽に関わっているのか。ということを知りたいな、

SPEAKER_01 ということで、今回インタビューさせていただきます。よろしくお願ひします。はい、ではですね、まず、改めて自己紹介からお願いしてもよろしいでしょうか？

SPEAKER_00 はい、私、山田と申します、年齢が今、30歳です。普通に会社員をしていて、日頃からよく音楽は聴いておりますので、何らかお話できることはあるかなと思ってます。よろしくお願ひします、こんな感じで大丈夫ですか？

SPEAKER_01 はい、よろしくお願ひします、大丈夫です。ではですね、まさに音楽を結構聴いてられるということだったので、音楽遍歴って伺いしてもよいですか？

SPEAKER_00 なるほど、今ぐらいたくさん聴くようになったのは、大学生ぐらいですかね。もともと、小・中・高校生の頃も、音楽を聴くのは好きだったんですが、一番明確に変わったと思うのは、大学生の頃ぐらいです。というのも、大学生になって一人暮らしを始めて、アルバイトでTSUTAYAに勤めることになったんですね。

SPEAKER_00 その当時、まだサブスクとか全然ない時代で、TSUTAYAでバイトをすると、スタッフはレンタルが無料になるという特典があったんですね。

SPEAKER_01 初めて聞きました。

SPEAKER_00 なので、シフトに入れば、この日分の3枚までCDがただで借りれる。みたいなのを活かして、すごい聴くようになりましたね。一人暮らしかつ大学生で、すごい時間も余裕が生まれたので、更にすごく音楽を聴くようになって。それが今はほんと。サブスクとかが増えて、より便利になりましたけど、

セキュリティについて

データ保管・処理について

1. Whisper,Gemini,Azure OpenAIを利用
2. モデルへの学習利用は一切行いません
3. 当社からは投稿内容に一切アクセスしません
4. データはすべて日本国内に保管
5. 個人情報保護法では「クラウド例外」と解釈

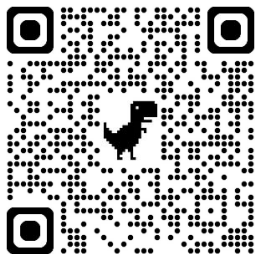
データ保護・セキュリティ対策について

1. データ・通信はすべて暗号化
2. マルチテナント * Row Level Security
3. WAFによる攻撃の検出
4. Security Command Centerによる不正検出
5. IPアドレス制御が可能
6. SAMLによるSingle Sign On(SSO)も可能
7. 第三者による脆弱性診断をクリア

ご清聴ありがとうございました

<https://ja.toitta.com/>

発表資料ダウンロード



トライアルお申し込み

