

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(2025年2月度)

※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！**

# 本日のアジェンダ

リサーチ会社でAIを活用したサービスの開発や推進の最前線で活躍している方々にお集まりいただき、1月14日に「生成AIを始めとする新たな技術によってリサーチの未来がどのようなようになってゆくか」について意見交換をする座談会を行いました。本日はその内容について共有します。

- 1) 発話分析AIツール toittaのご紹介
- 2) toittaの使用感の共有
- 3) toittaについての質疑

座談会の分析で利用したtoittaについて  
ご紹介します

-----

- 4) 生成AIリサーチャー座談会の内容共有
- 5) 生成AIエンジニア座談会の内容共有
- 6) 全体ディスカッション・情報交換
- 7) 次回開催について

# 生成AIの活用に関する座談会について

【実施日】 2025/1/16

## 【対象者】

13:00-15:00 リサーチャー(6名) 社内のリサーチ業務において生成AIの活用を推進する立場の方

15:45-17:45 エンジニア(5名) 生成AIを活用したサービスの開発に関わるエンジニア

## 【インタビューフロー】

1. オープニング: 目的共有・自己紹介
2. 注目する領域と将来の展望
3. リサーチ業界の課題
4. これからのリサーチャーに求められること
5. まとめ

1) 発話分析AIツール toittaのご紹介

# toittaの概要

ToittaはAIによる発話分析ソリューションです。

今回、開発元である株式会社はてな様にご協力いただき、座談会の発話分析にToittaを用いました。

インタビュー動画または音声を読み込むことにより、

発言録の書き起こし、切片の抽出、発言内容のグルーピングなどを自動で行うことができます。

## toitta

toittaは、  
生成AIを活用した  
発話分析ソリューションです。

生成AIを活用し、ハードルの高い  
インタビュー結果の分析をサポートします。

The screenshot displays the toitta interface for an interview analysis. At the top, it identifies the user as 'UXリサーチチーム / UXリサーチインタビュー / インタビュー\_佐々木翔太さん' and the source as 'ソース グルーピング'. A video player shows an interviewee, with a transcript below it. The transcript includes the following text:

00:23:30 インタビュアー 佐藤  
なるほど。ただ、音質ではなく、自分の好みの音っていうのは面白いですね。今まさにイヤホンとかの話になったんですけど、音楽への支出に関連して、オーディオ機器みたいなものへの投資っていうのはどんな状況ですか？

00:23:53 インタビュイー 佐々木さん  
そうですね、ここ最近では自分の環境にすごく納得がいったので、あまり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1万5000円ぐらいのやつ。有線のヘッドホンも多分3本ぐらいあって、

00:24:40 インタビュイー 佐々木さん  
だいたい買ったものも含んでますが、それぞれだいたい2万円前後ぐらいには収まっていると思います。あと、レコード周りだと、レコードプレイヤーが大学生当時、買ったもので5万円ちょいぐらいしてました。あとはアンプとスピーカーがあるんですけど、アンプが一昨年かな？引越しのタイミングで買い替えたので、

The analysis results on the right are grouped into several categories:

- 音楽鑑賞環境にこだわり高価なオーディオ機器に投資している**  
音楽配信サービス、イヤホン、ヘッドホン、レコードプレイヤー、アンプ、スピーカーなど、音楽に対しており、特に音質にこだわって、高価なオーディオ機器を購入しています。
- 最近自分の環境に納得しているのであまり支出はしていない** (00:23:53)
- 有線のヘッドホンは3本ぐらい持っている** (00:23:53)
- 外で聞くときのワイヤレスイヤホンは1万円ちょいで買った** (00:23:53)
- 有線のヘッドホンはだいたい2万円前後で買った** (00:24:40)
- 以前使っていたワイヤレスイヤホンは1万5000円ぐらいだった** (00:23:53)
- 大学生の時に5万円ちょいでレコードプレイヤーを買った** (00:24:40)
- 自分の好みの音質の再生機器を探し求めている**
- 音楽配信サービスをメインに利用しています。アーティストへの還元率やアルバム単位の聴きやすさ、ロスレス音源で聴けることを高く評価しています。音質へのこだわりから、家電量販店で様々なイヤホンやヘッドホンを試聴し、納得のいく音質のものを購入しています。
- 大きな違いはないと感じている** (00:22:12)
- 自分の好みの音を探すために家電量販店で聞き比べをする** (00:22:48)
- 自分の好きなイヤホンを買いたいと思っている** (00:22:48)
- 納得したイヤホンを使っている** (00:22:48)

# toittaの機能

## 発言録の自動作成

### pain 01 書き起こし

**before**

- 1件につき1-2時間の手作業
- 動画を見返しながら話者も聞き分ける必要がある  
動画を見返し、都度要見返し...



**after**

- データの生成は、動画をアップして**30分待つだけ**
- 話者分離 / 動画と連動する逆引きUI  
(インタビュー判定)



## 切片化

### pain 02 切片化

**before**

- インタビュー発話を目視剪定
- 動画と連動せずトーンが不明
- 主語・目的語補完&推敲に難儀



**after**

- 書き起こし同様に**自動生成**
- 前後の文脈から**主語等を補完**
- 動画&書き起こしと**連動**
- Miro/Figma/FigJamに出力



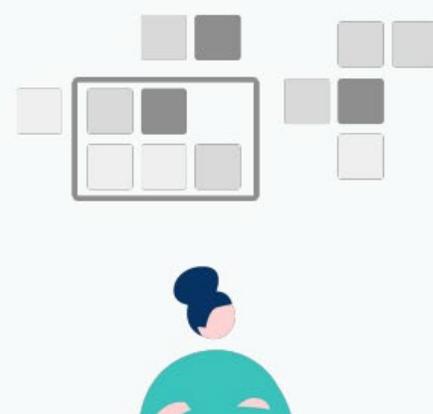
# toittaの機能

## 自動グルーピング

### pain 03 抽象化 (自動グルーピング)

**before**

- データが大量(1万文字~)
- 手がかりがなさすぎる



The diagram shows a person from behind, looking at a large, unorganized grid of data blocks. The blocks are arranged in a way that is difficult to navigate, with a central cluster of blocks highlighted by a white border, suggesting a lack of clear structure or organization.

**after**

- ファクト・文脈を元に 自動抽象化
- サマリ・タイトルを叩き台に編集



The screenshot shows a software interface with a list of news items. Each item has a date, a summary, and a title. The interface is designed to be user-friendly, with clear labels and a structured layout. The text is in Japanese, and the interface includes various icons and buttons for navigation and editing.

日時	要約	タイトル
08-08-07	普通にお社員をしている	一審判例に変わったのは大学生の間から
08-08-07	自慢からよく言葉を聞いている	大卒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
08-08-13	今よりいかにさん聞くようになったのは大学生くらい	その意味、まだサブスタカが全然ない時代だった
08-08-13	小・中・高校生の情も言葉も聞くのは好きだった	TSUTAYAでバイトをする時、スタッフはレンタルが無料になる特典があった
08-08-15	シフトに入れば、この自分の働までCDがただで借りられる	シフトに入れば、この自分の働までCDがただで借りられる
08-08-15	一人暮らしかつ大卒生で、特等も金額が並まれたので、音楽を聴くようになった	一人暮らしかつ大卒生で、特等も金額が並まれたので、音楽を聴くようになった
08-08-19	サブスタカが聴えて、より便利になった	サブスタカが聴えて、より便利になった
08-08-22	大卒生と大卒生との違いでアナログレコードを聴くのにハマった	大卒生と大卒生との違いでアナログレコードを聴くのにハマった
08-08-22	今はサブスタカもレコードも両方で聴くことが多い	今はサブスタカもレコードも両方で聴くことが多い

## 2) toittaの使用感の共有

## toittaの使用感 ツールを利用したJMRAインターネット調査品質委員会メンバーの感想

### 特にメリットを感じた点

- ・自動発言録が高精度(一部、専門的な用語については変換ミスはあるが)
- ・発言録から、動画の該当箇所一気に飛べる
- ・発言録、切片、グルーピングのデータダウンロードが可能
- ・出力ファイルからも動画の元データに飛べる

### 使いこなす上での課題

- ・グルーピング機能のグループについて、今回のように長時間かつ議論テーマが広い場合、グルーピングの数が多くなり、全体を俯瞰しにくくなる
- ・切片をまとめるなどの追加分析について、柔軟性がほしい
- ・修正履歴を記録したい(切片の文字を修正した場合など、どう修正したのかがわかるようにしたい)

toittaの新機能ご紹介

株式会社はてな 米山様

● Today's Theme

JMRA 生成AI・情報交流会

# toitta 新機能 レポート・クロスレポート(β)

2025/2/17

株式会社はてな toittaチーム



## ● Profile



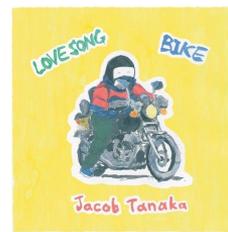
米山弘恭 Hiroyasu Yoneyama



- 所属: 株式会社はてな 東京オフィス
- プロデューサー (事業責任者/PdM)
  - [toitta\(トイッタ\)](#) 
  - [はてなブックマーク](#) 
  - 認定スクラムプロダクトオーナー® (CSPO®)
- 余談: 兼業ベーシストです



三度見る - 浮(buoy)



LOVE SONG - 田中ヤコブ



ただようだけ - 田中ヤコブ

X [@yone\\_yama0312](#)

# toitta

## toittaは、 生成AIを活用した 発話分析ソリューションです。

生成AIを活用し、ハードルの高い  
インタビュー結果の分析をサポートします。

UXリサーチチーム / UXリサーチインタビュー / インタビュー\_佐々木翔太さん

インタビュー\_佐々木翔太さん

ソース グループिंग



00:23:30 インタビュアー 佐藤  
なるほど。ただ、音質ではなくて、自分の好みの音っていうのは面白いですね。今まさにイヤホンとかの話になったんですけど、音楽への支出に関連して、オーディオ機器みたいなものへの投資っていうのはどんな状況ですか？

00:23:53 インタビュイー 佐々木さん  
そうですね、ここ最近では自分の環境にすごく納得がいったので、あまり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1万5000円ぐらいのものが1つ。有線のヘッドホンも多分3本ぐらいあって、

00:24:40 インタビュイー 佐々木さん  
だいぶ昔に買ったものも含んでますが、それぞれだいたい2万円前後ぐらいには収まっていると思います。あと、レコード周りだと、レコードプレイヤーが大学生当時、買ったもので5万円ちょいぐらいしてました。あとはアンプとスピーカーがあるんですけど、アンプが一昨年かな？引越しのタイミングで買い替えたので、

音楽鑑賞環境にこだわり高額なオーディオ機器に投資している

音楽配信サービス、イヤホン、ヘッドホン、レコードプレイヤー、アンプ、スピーカーなど、音楽を楽しむためであり、特に音質にこだわって、高額なオーディオ機器を購入しています。

最近では自分の環境に納得しているのであまり支出はしていない 00:23:53	有線のヘッドホンは3本ぐらい持っている 00:23:53	一昨年引越 買い替えた 00:25:15
外で聞くときのワイヤレスイヤホンは1万円ちょいで買った 00:23:53	有線のヘッドホンはだいたい2万円前後で買った 00:24:40	一昨年買っ った 00:25:15
以前使っていたワイヤレスイヤホンは1万5000円ぐらいだった 00:23:53	大学生の時に5万円ちょいでレコードプレイヤーを買った 00:24:40	一昨年買っ ぐらいだっ た 00:25:15

自分の好みの音質の再生機器を探し求めている

音楽配信サービスをメインに利用しています。アーティストへの還元率やアルバム単位での聴きやすさ、ロスレス音源で聴けることを高く評価しています。音質へのこだわりから、家電量販店で様々なイヤホンやヘッドホンを試聴し、納得のいく音質のものを購入しています。

大きな違いはないと感じている 00:22:12	自分の好みの音を探すために家電量販店で聞き比べをする 00:22:48	音 音 音 ま ま 機
自分の好きなイヤホンを買いたいと思っている 00:22:48	納得したイヤホンを使っている 00:22:48	音 音 音 ま ま 機

# toittaの機能

## 1. データ生成

生成AI+独自処理により、  
音声・動画から**2種類**のデータを  
約**30分**で自動生成します。

書き起こし + 話者・役割

切 片 KA法の“出来事”

## 2. データ可視化

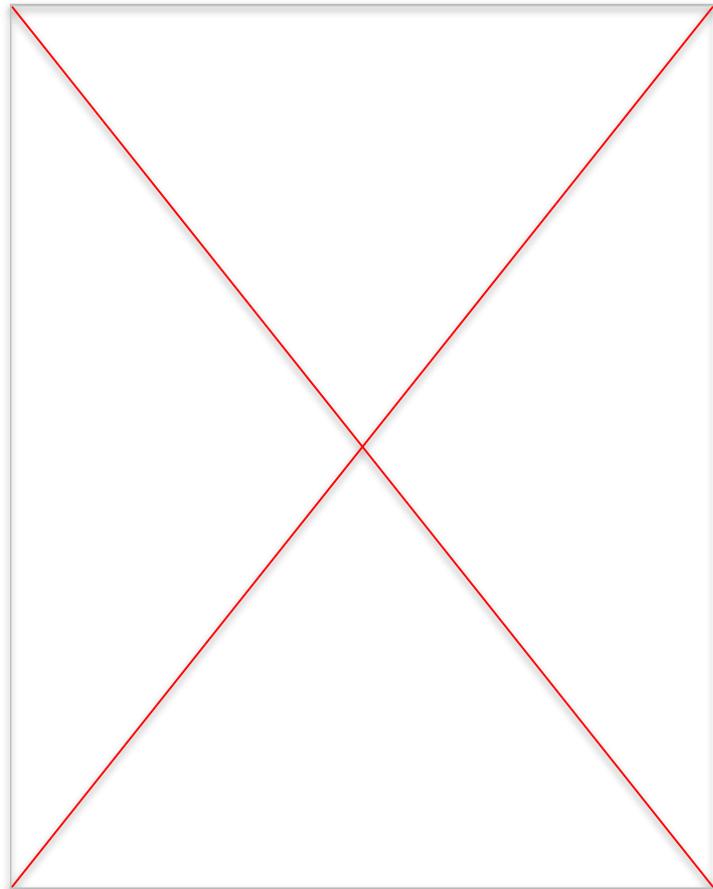
データは2つの形式で、  
動画とともに確認できます。

ソース 動画と連動し、  
時系列に詳細確認

グルーピング 自動抽象化+要約で、  
全貌をすばやく把握

## 3. データ共有・出力

データは一括で外部ツールに  
コピーorCSVでエクスポートが可能です。  
個別の発話や、ダイジェストを  
メンバーに共有することも簡単です。



## 新機能

レポート /  
クロスレポート機能(β版)  
をリリースしましたファイル一覧 **クロスレポート**

レポート

設問

4件	H.Kさん (32歳 男性)	H.Yさん (33歳 男性)
音楽遍歴について	<p>音楽にハマったきっかけは、小学生の頃に友人が貸してくれたMDに、当時流行っていたJ-POPと共にパンク・オブ・チキンが2曲入っていたこと。<sup>a</sup> その中の曲が気に入り、本格的に音楽を聴き始めた。<sup>a</sup></p> <p>その後、リップスライムやシーモなどの音楽にも触れ、特にシーモのライブを見た際にステージに立ちたいという気持ちが芽生えた。<sup>b c</sup></p> <p>それが高校の軽音楽部入部のきっかけとなり、音楽への関心が大きく広がった。<sup>d</sup></p>	<p>ギターを始めたきっかけは、中学時代、スポーツも勉強も得意ではなかったため、何か取り柄を作りたいという気持ちから、当時誰もやっていなかったギターを選んだとのこと。<sup>a</sup></p> <p>打算的な理由で始めたものの、コードを覚えれば簡単な曲を弾けることに気づき、どんどん音楽にのめり込んでいったと説明されています。<sup>b c</sup></p>
週あたりの平均してどの程度音楽をきいているか	<p>通勤時や飲みに行った帰りの電車の中で音楽を聴くことが多く、<sup>a</sup> 週末は家でラジオを流しているので、<sup>b</sup> ほぼ毎日何かしらの音楽を聴いている状態。<sup>b</sup></p>	<p>最近は音楽を聴く時間が減っており、1週間で1時間も聴かないことが多い。<sup>a</sup></p> <p>以前は暇さえあれば聴いていたが、最近はポッドキャストやラジオの方が好きになってしまったためだ。<sup>a</sup></p> <p>数年前までは1日平均2、3時間音楽を聴いていたが、最近は音楽よりもポッドキャストやラジオを聴く時間が長い。<sup>a b</sup></p>

# レポート／クロスレポート機能



## 特長

- 話者別レポートを約5分以内で自動生成
- 編集・再生成・フィルタで柔軟な調整
- 回答の事前推敲+出典表示で信頼性を確保
- 生成データは外部ツールへエクスポート可能

# テンプレート機能

設問をテンプレートに登録、  
レポートをスムーズに出力します

- **インタビューを任意の文字数で要約**

情報量が多いインタビューでも、  
文字数を調整して要約することで情報を簡潔に整理できます。

- **トピック設定で関連内容を自動整理**

トピックを指定するだけで、インタビューに基づく回答を自動生成します。  
「～について」といった大まかなテーマもスムーズに掘り下げ可能です。  
詳細を指定したい場合は質問を入力することでも出力できます。

「プロジェクトAAA」のテンプレートを編集する

## ユーザー基本情報 ②

ユーザー基本情報の入力欄を作成できます。

⋮ 企業名 ×

⋮ 所属部署 ×

⋮ 例：職種 ×

3/5件

+

## レポート設問 ②

カスタマイズした設問から、AIが自動でレポートを作成します。

### AI インタビュー要約

⋮ AIが要約する文字数を入力してください。

200 文字程度

### AI トピック

⋮ トピックの見出しを入力してください。

音楽とライフスタイル

⋮ トピックで掘り下げたい質問を入力できます。(任意) ②

日常で音楽を聞くタイミングは？

質問を追加する

+

# レポート機能

## 個別のインタビューレポートを 素早く自動生成します

- レポートを5分以内に自動生成

インタビュー内容に基づき、AIが素早く回答を生成します。

- 回答内容はすべて出典情報付き

回答に記載された出典マークを押すと、該当する発話の動画が再生されます。回答の真偽や周辺情報を確認できます。



# クロスレポート機能

レポートをクロス形式で表示、  
複数人を横断して比較できます

- 設問やインタビューのフィルタリング

対象となる「レポート／設問」を絞り込んで表示できます。



- 外部ツールへのエクスポート

表形式のまま、外部ツールに出力することができます。

7件	大崎さん	伊丹さん	太田さん	
社名	ンフォリック株式会社	ヴェルティスヘルス株式会社	ABCデザイン株式会社	エンデバー
所属組織	マーケティング戦略部	メディカルリサーチ課	クリエイティブ部	分析ソリュ
職種	ブランドストラテジスト	臨床研究コーディネーター	UI/UXデザイナー	データサイ
要約	TSUTAYAでバイトをしてCDを無料で借りられるようになったことがきっかけで、音楽を聴く量が増えた。a b 大学時代は音楽フェスにもよく行き、そこで新しいアーティストに出会う機会も増えた。c d	大学時代にTSUTAYAでバイトをして、無料でCDを借りられるようになったことで、音楽をよく聴くようになった。a b 音楽フェスに行く機会が増え、新しいアーティストを知る機会も増えた。c d	TSUTAYAでアルバイトをしていた時期に、無料でCDを借りられるようになったことで音楽を聴く機会が増加した。a b 大学生時代から音楽フェスにも行くようになり、そこで様々なアーティストを知るようになった。	TSUTAYAでバイトをした経験から、音楽フェスにも行くようになった。a b 大学時代から音楽フェスにも行くようになり、そこで様々なアーティストを知るようになった。

デモ

# グループインタビュー対応(2025/2/26から)

複数話者が参加するインタビューにも対応。話者ごとにレポートを生成できます。

## ● 話者ごとのレポート生成

インタビュー単位のレポートに加え、参加したインタビューイ全員分のレポートを個別に出力します。レポートを生成する話者は事前に選択できます。

## ● 個別/一括での再生成も可能

表形式のまま、外部ツールに出力することができます。

The screenshot displays a web interface for managing interview reports. At the top, it shows the project name '新規事業チーム / プロジェクトAAA' and the group name '音楽グループA'. Below this, there are tabs for 'ファイル一覧', 'グルーピング', and 'レポート'. A dropdown menu is open, showing a list of interviewees: '佐々木翔太さん', '高橋由美さん', '中村彩さん', '中村彩さん', '中村彩さん', and '中村彩さん'. A green circle highlights the '一括再生成' (Batch Regenerate) button. Another green circle highlights the 'レポートを再生成' (Regenerate Report) button next to '佐々木翔太'. A third green circle highlights the 'レポートを削除' (Delete Report) button. The main content area shows a detailed report for '佐々木翔太', including personal information (age 24, male, education) and a section on '音楽と生活スタイル' (Music and Lifestyle) with a sub-section '新しい曲の見つけ方' (How to find new songs).

# 以後の開発予定

1. モデルアップデートによる話者分離精度改善・書き起こし精度改善
2. 一括変換・ユーザー辞書登録
3. リアルタイム書き起こし
4. ゲスト権限
  5. グループングの手動一括編集 /グループング対象の任意絞り込みなど
  6. 横断検索
  7. グループング機能のリニューアル
  8. 切片の出力精度改善 ※ 細かい切片が量産される現粒度から、分析により活用しやすい大きな粒度へ
  9. 多言語対応
10. ISMS認証取得

# ご清聴ありがとうございました

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

toittaお問い合わせ



3) toittaについての質疑

4) 生成AI活用推進担当リサーチャー座談会の内容共有

# 議論された内容

トピック

参加者から出された意見

補足意見

## 生成AIに対する現状認識

- ・ラグ
- ・エージェント
- ・会話（話せるAI）
- ・さまざまなモデル

便利

生成AIはいろいろなことができそう

今後はあって当然の世界へ

## 直近ではどう対応する？ （目の前の話）

- ・プロンプトスキルを磨く
- ・AIアルゴリズムを知る
- ・最後に判断するのは人間

### 生成AIが苦手なこと（課題、問題点）

- ・Excel、PowerPoint
- ・ハルシネーション
- ・定量データ（数字）の取り扱い
- ・人間が行うレベルの深い洞察

これからどうやっていくのがいい？

### 生成AIが得意なこと

- ・定型作業
- ・翻訳
- ・要約
- ・調査票
- ・定性データ（文字）の取り扱い
- ・データの拡張（シンセティックデータ）

現在は「生成AIが得意なこと」を利用した効率化が、いまのリーサー業界で進められていることの主要な用途

## これから先どうなる？ （n年後の話）

人をどう育てる？  
どんなスキルが必要？

これからリーサー業界が大きく変わっていくのでは？

海外ベンダー（GAFA含むIT産業）の脅威

マーケティング手法自体の変化

クライアントのリーサー内製化

業界としてどのようにして対応していく？

クライアントとの関係性構築がより重要になるのでは？

若手の修業期間がない問題（下仕事をせずに気付きが得られる？）

生成AI導入を前提とした業務フローの再構築が必要

超専門的な尖った領域だけが残る（職人集団化）

よりコンサル領域へとシフトする

いま有しているアセットで。リーサー以外の領域を探す

翻訳業界の話

# AI担当リサーチャーにとっての生成AI

生成AIは、得意・不得意や期待・脅威を見極めながら、進化していくと考えられておりました。  
今後リサーチャーにとっても不可欠な存在になっていくと考えられます。

どんな  
存在

まだまだ成長段階だけど、  
今後不可欠な存在

感じて  
いること

進化が早い

期待と脅威

得意・不得意がある

実用レベル

注目する  
技術・領域

ラグ

会話インターフェース

エージェント

ディープリサーチ

クローン



デスクリサーチなどが代替されちゃうのか、**脅威も含めて注目**している。

やりたいことが翌月にはサービスとしてできている。

AIはリサーチに関する知識を持っているが、シーケンシャル・モナディックで前提として調査票を作成してと言うと**作れなくなる**。

クロード3.5ソネットあたりは**十分なレベル**に達しつつある。



**ラグという技術に注目**している。生成AIに問いかけをして、ウェブの情報や資料を読み取って答えを返してくれる技術。

去年の12月ぐらいにGoogleのジェミニで**ディープリサーチ**という有料版の機能が出た。AIが検索をして、その内容を詳細なレポートでまとめて返してくれるサービス。

テキストを打つのではなく、**会話できるインターフェース**が重要だと思っている。

**AIのエージェント**が、人間が指示しなくても動くようになる未来に興味がある。

# リサーチ業界の構造変化

海外ITからの脅威やリサーチ手法の変化、顧客のリサーチ内製化が進み、リサーチ業界が内外から変化していくと考えられました。

## 他業界（競合）

### GAFANなど海外ITの脅威

- グローバル・スタンダードのマーケティングプラットフォーム
- インドなどの海外ベンチャーの群雄割拠



米国発の巨大ITがグローバル・スタンダードになりそうなマーケティングプラットフォームを出してきたら立ち打ちできない

GAFANに限らず、海外ベンチャーが数百のサービスを出している

## 自業界

### リサーチ手法の変化

- 対象者⇒AIクローン
- モデレーター⇒AI
- 分析者⇒AI
- デスクリサーチ⇒生成AI
- テキスト分析⇒生成AI



人自身をAIで再現することもできれば、実際に人に聞かなくて済む時代が来るかもしれない

デスクリサーチがかかどるか、もう代替される可能性があると思っている

デスクリサーチなど代替される可能性がある

## 顧客

### リサーチ内製化

- 誰でも使える優秀なツールの登場
- 大まかな結果を早く安く知りたいニーズの増加



リサーチャーがAIに立ち打ち出来ないものが出てくると、クライアント自身もそっちを使う

お客様自身が調査をある程度できるようになると、調査の発注自体も減るかもしれない

# リサーチ業界の方向性

既存のリサーチ業界は翻訳業界のようにシュリンクしていくのではとの懸念もあがりました。  
今後は、専門性を高めたり、他業界へのシフトといった方向性が考えられます。



# これからのリサーチャーに求められるスキル

AIが必要不可欠な存在になるため、AIとの対話力や出てきた結果の評価力・判断力などのリテラシーは必須のスキルと考えます。コミュニケーション力や知識・洞察力も重要度が高まると考えます。

新たに求められる  
スキル

高める必要のあるスキル

## AIリテラシー

- AIとの対話力
- AIの結果に対する評価力や判断力

## コミュニケーション力

- クライアントとの関係構築
- プレゼンテーション
- 言語化能力

## 知識・洞察力

- クライアントの業界知識
- 人間の理解
- データを読み解く洞察力



自動化が進むと、AIにどう指示を出すか、AIが出してきたものをどう評価して判断するかが重要になる



作業的な部分はAIに代替させつつ、コミュニケーションを取りつつお客様との関係性を築くことが大切だと思う



人間や組織、社会の営みや構造に対する知識や洞察力が重要になる

5) 生成AIエンジニア担当者座談会の内容共有

# 注目する技術領域と将来の展望

各メンバーが注目している技術についての発言

Cさん：

昨年末に出た**01プロ**というオープンAI社が出した高級AIに注目している  
ここまではできないよねと思っていたものが、ちょっとずつ解決していったり、高級版ではすでに解決していることがある

Bさん：

**エージェントAI**の技術に注目している  
ブラウザを使って情報収集してくれと指示すると、いろんなサイトにアクセスして情報を持ってきてまとめてくれる

Dさん：

**インターネットアンケートのサイトにAIが回答**してくれる  
**不適切回答者や機械回答が広がる可能性がある**ので情報収集をしている  
インターネットリサーチ業界にとって困ることがある

Eさん：

**動画や音楽**の生成が最近話題になっている  
**専門家じゃないとできなかった領域がAIでできるようになる**  
リサーチ業界ではタッチできなかった領域に入っていく可能性がある

Aさん

**シンセティックデータ**がすごく重要になってくると思っている

## 補足：シンセティックデータ（合成データ）とは？

現実のデータを直接利用するのではなく、AIを使って人工的に作り出されたデータのこと。  
元のリアルデータがあり、これを拡張してデータを合成する手法までを指すのか、AIペルソナなどのように自立的なAIも含めてシンセティックデータの活用例とすべきかは、今回の座談会の中でも議論になった

参考：合成データ（Synthetic Data）の現在地と今後の課題  
<https://www.jmra-net.or.jp/activities/trend/international/20250121.html>

# シンセティックデータ（AIのもつウェイトから確率的に生成されたデータ）

AIから出力されたデータは、調査を実施する手前の仮説設定など、“あたりをつける”には有用。

精度については問題がある。科学的に正しいデータを集めるという観点において特に。ひいてはマーケティングリサーチでも同様。

価値の観点からすると、「あたりをつける」程度のデータのはずなのに、顧客の認識が「それで十分になるのでは」になって需要が満たされてしまうと調査業界は現状のままでいられなくなる。

過去には「理論的にも精度の高い調査員調査、郵送調査」から「多少粗くとも安くて速いネット調査」に需要が移行した事象もある。

顧客の求めるものを認識しつつ、お客様のビジネスと正しさを支えるために“調査も必要である”は主張すべき。

発言ピックアップ：

## 1) 使い方の想定

- ・ どういうビジネスならシンセティックデータを使えるかというディスカッションを過去に何度かやっている
- ・ **分野を絞る**とシンセティックデータの活用の可能性が見えてくる
- ・ **調査をする前の仮説設定**としては使える

## 2) 精度への疑問

- ・ 未来に対してビジネスをしたいのに（AIにすでに組み込まれている意味で）**過去から出てきた声を拾い上げることが本当にどれだけ重要か**疑問
- ・ マーケティングは未来の日本や東京でどういう消費行動が行われるかを予測することが重要
- ・ **ビジネスを動かすためのリアルデータとしてシンセティックデータを使うのはまだ難しい**

## 3) 市場の需要がどうなっていくか、調査業界はどうあるべきか

- ・ パネルから生のローデータを取得する世界線に持ってこないと業界としてはビハインドする
- ・ リサーチ業界がどうやって生きていくのかという課題を突きつけてくるお客様と寄り添う必要がある

# センサーデータ・ログデータの進化によるアスキングデータへの影響

リサーチ会社は、ダッシュボードなどで様々なデータを用いた活用をあまり実施していない。

センサーデータの技術・AIの技術向上により、リアルに近いシンセティックデータができる可能性がある。  
そうすると、アスキングのリサーチデータはなく、そちらに代替される可能性があり、リサーチ会社としては脅威になる

センサーデータはクライアントの保有データのことも多く、リサーチ会社は、アスキングデータの価値を改めて考える必要がある。

Aさん  
本当はウェブ、特にスマホ化されたスマホのアプリからいろんな**データがセンサーとして取れる**。モニターさんから取れるデータはもっとあるはず

Cさん  
〇〇というサービスで、デパ地下の**人流データを取得し、売上データとぶつけて活動を改善**して売上を伸ばす  
リアルデータと調査データ、売上データを**ダッシュボードで管理する**のが流行っている。調査会社はあまりダッシュボードを使わない

Dさん  
シンセティックデータとリアルアンケートを明確に区別しているが、AIとデータ収集が高度化すると区別がつかなくなる  
センサーの技術の上昇とAIのモデルが良くなることで、**シンセティックデータとリアルデータの区別がつかなくなる**

シンセティックデータとリアルデータがほぼ一緒になって、どっちでも良くなる  
**リアルデータ収集だけが勝負どころになるかもしれない** センサーはリアルな情報を全部捕まえるためのもの  
リアルっぽいシンセティックデータができるので、そっちでいいやという人が増える

Aさん  
カメラとかセンサーとか、置きやすいところに置いて、そこにいたら、みんなが見れるようにする  
データを集めることの価値に軸足を置くよりは、**人がどう思ってるかっていうことを主体的に、意思を持った人間がどう考えてるかということのデータを集めることがインサイトに近づくアプローチだ**と思っている  
**アスキングデータの価値をどう作っていくか**が我々の業界としてよって立たなきゃいけない価値だと思っている

Eさん  
**センサーデータもリサーチ業界の脅威**。自動車メーカーが持っているログ的なデータや、FMCG系のグッズの動線データはリサーチ会社が持っていない  
**リサーチ会社が持っていないデータの重要性が上がってくる**。リサーチ会社の意義はアスキングで聞いている調査データの意味が一部残ること  
調査データをもっとデータとして使っていく領域があり得る

# リサーチ業界の課題

AIによって既存のリサーチ業務が置き換えられる領域が増えてくる  
アンケートパネルの維持など、リサーチそのものの存続上の課題もある  
AIを活用することによって、リサーチ業界の対応領域を拡大させていくことが必要

Cさん

**AIで仕事の内容が内製化され、調査を事業会社が全部やっちゃって調査会社に発注しない**のではないかという話がある  
リサーチ業界がどうやって生きていくのかという課題を突きつけてくるお客様と寄り添う必要がある  
インターネット調査でも定量でも訂正でもお客様のビジネスを支えることができなければ価値がなくなる

Aさん

アンケート調査や世論調査で社会の意識の集合体が取れる世界ではなくなってきている  
**アンケート調査に答えない人たちの意識**をどう社会的に拾って政策形成に生かすかが重要だと思っている

Cさん

回答をAIにやってもらおうシンセティックデータで脅かされるよりも、**パネルの質が悪化することの方が不安**

Dさん

**リサーチ業界の使命は生活者のリアルをクライアントに伝えること**

Eさん

**リサーチャーの定義が広がっていくと業界全体が面白くなる**

# これからのリサーチャーに求められること

新しい技術を使うことへの抵抗感があるリサーチャーは多い  
とにかく「使うこと」が一番であり、効率化できるメリットを感じられれば、自然に学ぶはず  
AIの力を借りることで、リサーチャー自身の対応領域を拡げていくことにつながる

Cさん  
社内でいろんなシステムの試作をしていったときに、生成AIに慣れ親しんだ人だったら便利に使えるプロトタイプを作っても、  
**ついてこない人がいる**

Eさん  
使いやすくなるためのツールを作るとか、**ガイドをしてあげる**ことが必要

Aさん  
勉強する人は勉強するし、エンジニアリングも学ぶ  
**勝手にPythonやプログラミングを学ぶ人は仕事がはかどる**

Dさん  
**とにかく使い倒すのが一番**

Bさん  
コンサル兼リサーチャー、ビジネスアナリスト兼リサーチャーという形がある  
**確率的な解釈を得た上で適切だと自信を持つ**ことが重要

Eさん  
リサーチャーが持っている従来のスキルを持った上で**AIの力を借りることでできる領域が増える**

# まとめ

## ChatGPT 4o を使ったまとめ

### 1. リサーチ業界の変革

AIがリサーチ業務の多くを代替するため、リサーチの本質的な価値（インサイト提供・未来予測）が求められる。  
リアルデータ×シンセティックデータの融合が鍵となる

### 2. データの質と価値の向上

パネルの質の維持や、リアルな行動データの活用が課題  
センサーデータ・ログデータとの統合がリサーチの新たな可能性を生む

### 3. リサーチャーの役割拡張

AIを活用したデータ分析が必須スキルに  
リサーチャー＝データアナリスト＋コンサルタントという新たな役割へ  
Pythonなどのプログラミングスキルを持つリサーチャーの重要性が増す

### 4. 社会的役割の再定義

アンケート調査が届かない層の意識をどう拾うかが課題  
センサーデータの発展と調査データの融合が求められる  
リサーチ業界の新たな立ち位置を確立する必要性

AI時代に適応するために、「データの解釈力」と「新しい手法の開発」が不可欠！

## 利用したプロンプト

以下は、5名の生成AIを活用したサービスの開発に関わるエンジニアを対象として行ったグループインタビューの発言録です。  
このグループインタビュー全体をいくつかの要点にまとめ、そこから考えられる示唆をまとめてください。

# まとめ

GPT4oと比べて  
「推論能力」が強化

## ChatGPT o1 を使ったまとめ

## 利用したプロンプト

以下は、5名の生成AIを活用したサービスの開発に関わるエンジニアを対象として行ったグループインタビューの発言録です。  
このグループインタビュー全体をいくつかの要点にまとめ、そこから考えられる示唆をまとめてください。

### 1. リサーチ会社のビジネスモデル再構築の必要性

企業がAIやログデータを活用して内製化を進める中、**調査会社は「単なるデータ収集代理」から脱却し、コンサル的機能やインサイト創出に強みを置く方向へシフトする必要がある。**

### 2. リアルデータの価値とシンセティックデータの共存

シンセティックデータは仮説設定や初期段階の検討に役立つ一方、ビジネスを前に動かすためには**「どこまでが推定データか」「どこからがリアルデータか」を明確にコントロールし、適切に組み合わせる運用設計が重要**になる。

### 3. アスキングデータの再定義：主観の深堀り

ログやセンサーで「行動」は把握しやすくなるが、「意識・感情」は依然として直接聞かないとわからない部分が多い。  
アンケートなどの調査を通じて得られる**「心の動き」をどう有効活用するかがリサーチのコア価値となる。**

### 4. クライアント企業との共創体制の整備

生成AIやダッシュボード化の流れに合わせ、**クライアントと協働でプロトタイプを作ったり、データの可視化ツールを活用する提案力が必要。**  
データ活用のガイドライン策定などを通じて、**調査会社が企業のDX推進をサポートする役割**も期待される。

### 5. リサーチャーのスキル変革とリテラシー向上

AIツールの適切な活用に加え、確率論やプログラミングの基礎知識も求められる。  
**“使いこなせる人材”を増やすための社内教育、あるいはツール化が組織としての競争力を左右する。**

### 6. 社会的価値としての調査の意義強化

大規模調査の代表性や回収率の低下を補うには、**行政・公共機関との連携や、回答動機を高める新手法の開発が必要。**  
政策形成や社会課題解決に寄与するための調査設計をリサーチ会社がリードしていくことで、業界の存在意義を高められる可能性がある。

これらのポイントは、生成AIの急速な進化やデータソースの多様化によって、**リサーチ領域が大きく変革期を迎えている**ことを示唆しています。  
リサーチ会社や**リサーチャー個人が技術動向に追随しつつ、自らの強みや独自性を再構築していく**ことが、今後の成長と持続的価値提供の鍵となるでしょう。

6) 全体ディスカッション・情報交換