



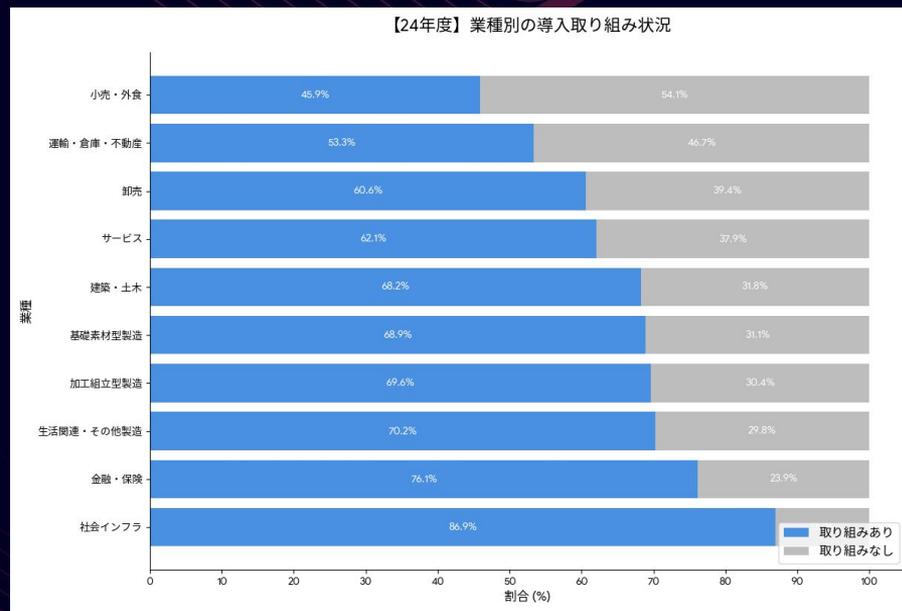
ハルシネーションレスな業務活用とは？ 生成AIを調査で活用するために。

ChatGPTを分析業務で使う運用方法を整備する

1. 急速に変化する ”仕事”環境
 2. 業務であればデータ基盤は必須
 3. 必要となるデータ基盤の条件
 4. こうした変化は一過性ではなく持続的に続く
 5. 検証：データ基盤無しだと、どう変わるのか
-
- A. AI時代の分析ツールとスキルを使いこなすために
 - B. 導入支援プログラムについて

1.急速に変化する”仕事”環境

あらゆる業種において、生成AIの導入が進み、その活用が前提となっている。

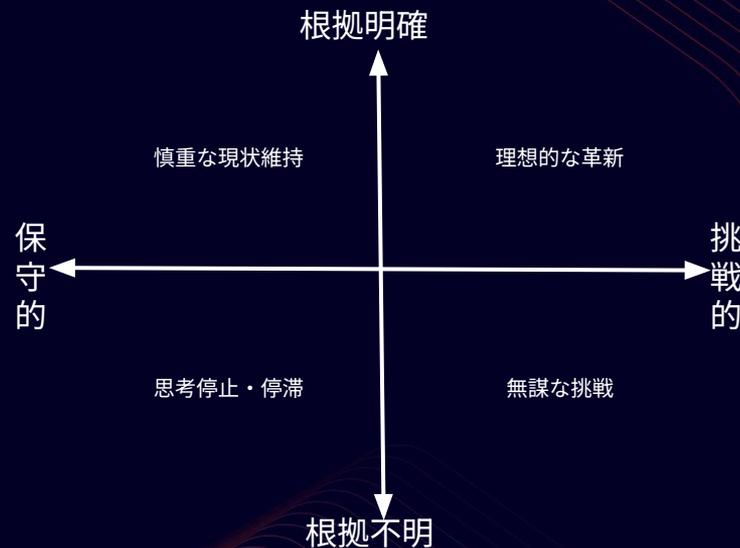


出典：一般社団法人 日本情報システム・ユーザー協会「企業 IT動向調査 2025」データを基に独自に集計・作成。

これからは日常のささいな気づきから、生成AIを使ってリサーチする習慣づけが重要に！

2. 業務であればデータ基盤は必須

生成AIは、「ハルシネーション」（事実に基づかない情報の生成）のリスクを内包。
社内のブレインストーミングで可能性を探るといった初期段階の用途では有効。
しかし、提案や事業企画といった、根拠の提示が求められる業務にそのまま利用することはできない。

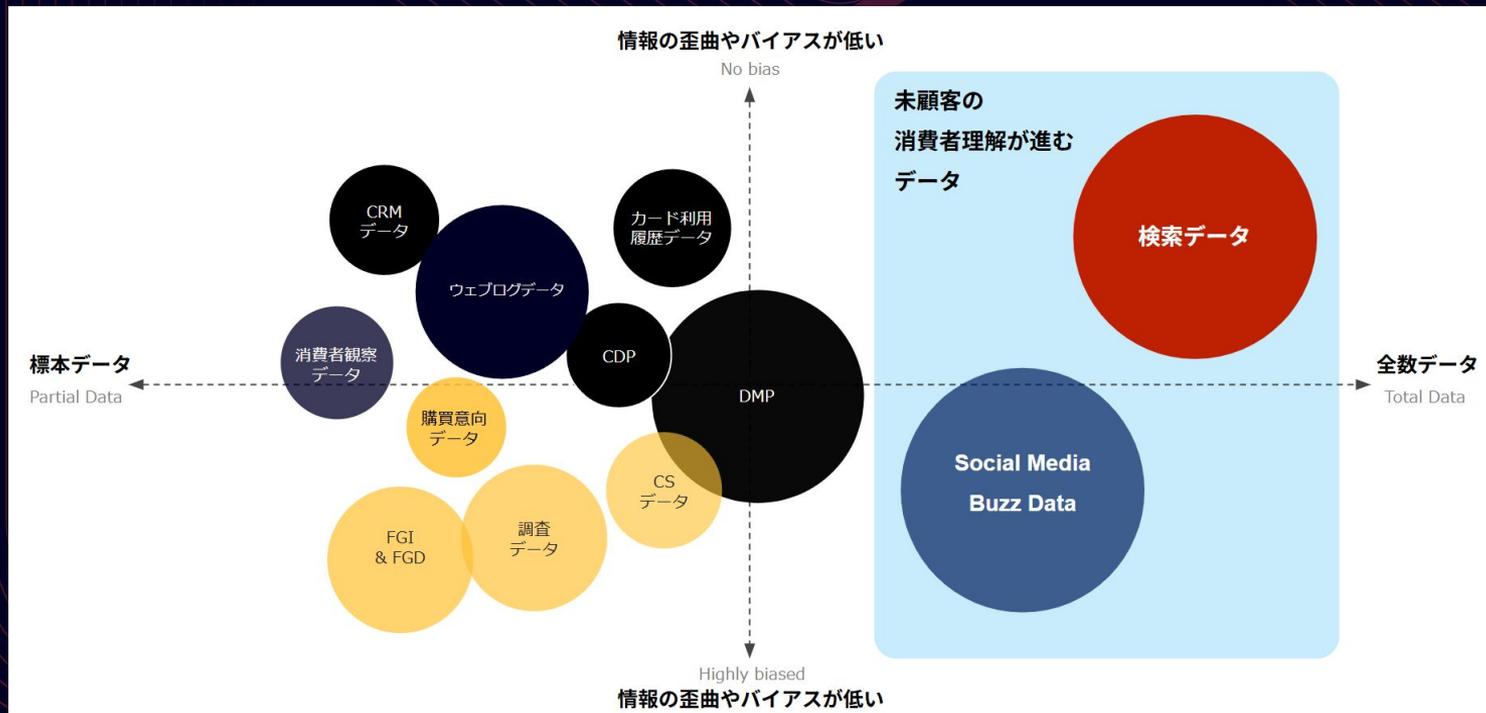


生成AIの意見は広く浅く、角が取れて丸くなり、誤りを含むことがあるという傾向は、定量的に分析され広く認知されてる: Emily M. Bender "On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big?" (2021)

「保守的であること」と「根拠が不明なものを避けること」は、本質的に異なる次元の問題です。「業務において、根拠が不明なもの採用できない」という、信頼性確保のための行為規範です。

3. 必要となるデータ基盤の条件

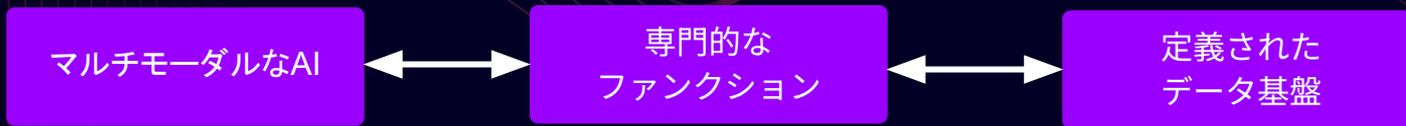
調査の都度、データソースを特定する、専門の調査会社に依頼することは、非現実的。



理想的なデータ基盤とは、様々な分析に対応できる、網羅性の高いものといえます。検索データのよう
に、多くの消費者の興味・関心や行動を幅広く定常的に捉えているデータがこれにあたります。

4. こうした変化は一過性ではなく持続的に続く

「生成AIの処理能力」と「信頼性の高いデータ基盤」を組み合わせ、チームの意思決定を支援するというアプローチは、一過性のトレンドではなく、持続的な変化であると考えられています。



弊社のリスニングマインドの場合

Googleの検索データという多くの消費者の興味・関心や行動を幅広く定常的に捉えているデータをもとに網羅性の高いデータ基盤をSaasで提供しています。



5. 検証：データ基盤無しだと、どう変わるのか

「AIは広範なデータを学習しているため、それだけで市場の傾向を分析できる？」という意見も。

区分	ListeningMind あり	ListeningMind なし
ハルシネーション	なし (すべての分析は実測データに基づく)	非常に高い (特に数値・トレンド・実際の 検索行動に関して)
実ユーザー行動の反映	実ユーザーの 検索パス・コンバージョン率を データとして提供	推定は可能だが 実データは存在しない

では、実際にデータ基盤の有無によって、生成AIのアウトプットはどのように変わることについて以下で検証してみます。

6. ステップ1：消費者イメージの抽出と比較

- ① データ基盤（ListeningMind）を利用した場合と、ChatGPT単体の場合のそれぞれについて、
- ② 4つの主要な洗濯洗剤ブランド（アタック、アリエール、ボールド、ニュービーズ）を対象に、
- ③ 各ブランドについて「消費者がイメージしていると思われる語彙」を50件ずつ取得

chatGPT				ListeningMind				
アタック	アリエール	ボールド	ニュービーズ	No.	アタック	アリエール	ボールド	ニュービーズ
1 洗浄力	抗菌	柔軟剤入り	懐かしい	1	アタック洗剤 どれがいい	アリエール バイオサイエンス 廃盤 なぜ	ボールド 青 ピンク 違い	ニュービーズ 手洗い
2 強力	除菌	いい香り	昔ながら	2	洗濯洗剤 ランキング アタック	アリエール ジェルボール	ボールド ジェル グリーン ガーデン & ミュゲ	ニュービーズ ピュアクラフト
3 汚れ落ち	部屋干し	華やか	優しい香り	3	アタック3x用途	アリエール 微香 ジェルボール	ボールドピンク 匂い変わった	ニュービーズ 販売終了 なぜ
4 スッキリ	ニオイ対策	フローラル	フローラル	4	洗濯 石鹸 アタック	アリエール ダニよけ 廃盤 なぜ	ボールド液体口コミピンク	ニュービーズ 液体 販売終了
5 清潔	洗浄力	長続き	清楚	5	洗剤 アタック 特徴	アリエールどれがいい	ボールド 香りどっち	ニュービーズ液体 口コミ
6 定番	消臭	女性人気	自然派	6	アタック シリーズ	アリエール消臭 抗菌ビーズ販売終了なぜ	ボールド レノア	ニュービーズ リュクスクラフト 口コミ
7 花王	ジェルボール	オシャレ	ナチュラル	7	洗剤 アタック 品名	アリエール 蛍光剤不使用	ボールド ピンク臭い	ニュービーズ 香り人気
8 安心	先進的	香り重視	やさしい	8	洗濯洗剤アタック値段	アリエール バイオサイエンス 後継品	ボールド グリーン ガーデン ミュゲ	ニュービーズ赤ちゃん
9 信頼	外国っぽい	カラフル	お母さん	9	アタック 洗剤 種類 違い	アリエール 商品一覧	ボールド ピンク に合う柔軟剤	ニュービーズ 液体 量
10 日本製	香り強い	バステル	家族の香り	10	アタック グリーンライフ 柔軟剤	アリエール 青 柔軟剤	ボールド青	ニュービーズ 粉末販売終了
11 速効性	P&G	香水感覚	安心感	11	アタック 洗剤 紫	バイオサイエンス 洗剤	ボールド グリーンガーデン&ミュゲの香り	ニュービーズ成分
12 省エネ	カラフル	ふんわり	子供向け	12	アタック 洗剤 何系	アリエール バイオサイエンス 廃盤	ボールド ガーデン ミュゲ	ニュービーズ ドラム式自動投入
13 節水	簡単	しっとり	無香料に近い	13	アタック 洗剤 いい匂い	アリエール ゼロ	ボールド ミュゲの香り	洗剤 ビーズタイプ
14 溶けやすい	便利	着心地	控えめな香り	14	洗濯用 洗剤 ネオ	アリエール 緑 柔軟剤	ボールド香り人気	ニュービーズ柔軟剤 いらぬ
15 サッパリ	新感覚	衣類ケア	ほのか	15	ナノックス ワン プロ アタック ゼロ 比較	アリエール 定価		ニュービーズ 香り どっち
16 泥汚れ	デザイン	ジェルボール	爽やか	16	洗濯 洗剤 アタック 強力	アリエール バイオサイエンス 部屋干し		ニュービーズ すずらの香り 販売終了なぜ
17 子供服	洗濯槽クリーナー	洗濯楽	花の香り	17	自動投入 洗剤 ldk	アリエール 750g		ニュービーズ安い 理由
18 スポーツ	花の香り	癒し	アレルギー配慮	18	アタック 中性洗剤	アリエール バイオサイエンス 口コミ		ニュービーズ 使用量
19 部屋干し	テクノロジー	甘い香り	ソフト	19	アタック 金色	アリエールスポーツ ジェルボール 販売終了 なぜ		ニュービーズ液体 洗浄力
20 無臭	防臭	シアバター	ライオン	20	アタック 最新	アリエール 超抗菌 プレミアム ゴールド		ニュービーズ粉末 激安
21 さっぱりした香り	雑菌	柔らかな	ノスタルジック	21	洗濯洗剤 アタック 激安	アリエール 軟水		ニュービーズ 匂い きつui

7. ステップ2：評価軸に見える設計思想の違い

次に、抽出した語彙を基に、ブランド比較のためのレーダーチャートの評価軸を6つ設定させました

● ChatGPT版

- 洗淨力 汚れをしっかりと落とす力。ガンコな汚れや皮脂、泥汚れへの対応力も含む。
- 消臭・抗菌性能 ニオイ・菌への対応力。部屋干し時の生乾き臭対策や抗菌力など。
- 香りの良さ／持続性 洗濯物の香りの強さ、好ましさ、持続性など、香りに関する評価全般。
- 価格・コストパフォーマンス 価格の手頃さ、容量あたりのコストパフォーマンス、詰め替えのしやすさ等も含む。
- 使い勝手・利便性 ジェルボールやワンプッシュ、すすぎ1回など時短・省手間につながる要素や、詰め替えやすさ等。
- 安心感・肌へのやさしさ 敏感肌や子ども向けにも安心して使えるか、低刺激、無添加、ナチュラル志向などの観点。

「洗淨力」「消臭・抗菌」「香りの良さ」「価格」「使い勝手」「安心感」といった、一般的な定番の評価軸が設定されました。

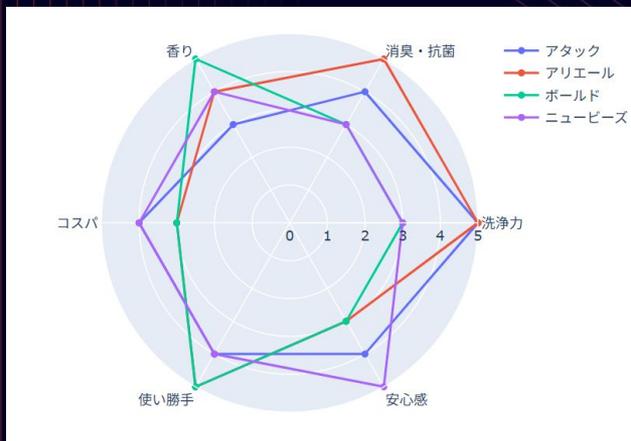
● ListeningMind版

- 価格・コスト軸 関連ワード例：激安、値段、安い理由、定価 など
- 香り・柔軟剤軸 関連ワード例：香り、匂い、柔軟剤、香り人気、香りどっち など
- 機能・効能軸 関連ワード例：強力、抗菌、洗淨力、除菌、中性、成分 など
- 口コミ・評価・選択軸 関連ワード例：口コミ、どれがいい、ランキング、評価、選び方 など
- パッケージ・デザイン軸 関連ワード例：パッケージ、色（青・ピンクなど）、デザイン、ボトル、見た目 など
- 用途・使用シーン軸 関連ワード例：部屋干し、手洗い、赤ちゃん、ウール、ドラム式、自動投入 など

こちらでは「口コミ・評価・選択軸」「パッケージ・デザイン軸」「用途・使用シーン軸」といった、ちょっとめずらしい評価軸として設定されました。

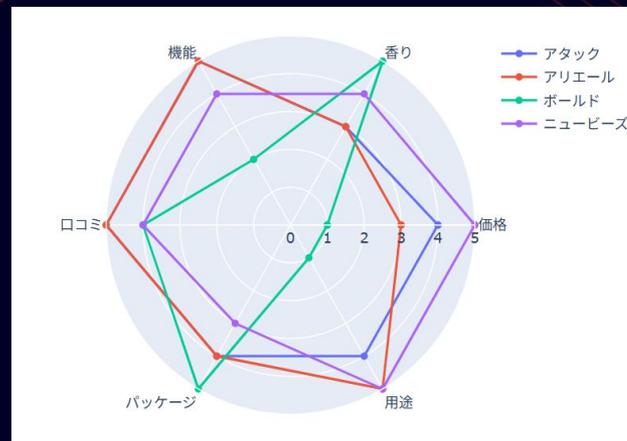
8. ステップ3：レポートの質的差異と比較

最終ステップとして、ここまでの分析をまとめたレポートを作成



ChatGPT版レポート

内容は「アタックは洗浄力と信頼感の王道」「ボールドは香り重視の女性に人気」といった、長年の広告活動などで形成された“世間一般のパブリックイメージ”の域を出ません。これは、ChatGPTが学習した膨大なテキストデータの「集合知・平均値」を要約・再生産した、ブランドが公式に発信している内容を反映したものを感じさせます。



ListeningMind版レポート

「ボールド」では香りやデザインといった感性的な検索が圧倒的に多く、「ニュービーズ」では「安い」「赤ちゃん用」といった実利や特定用途に関心が集中していることがわかります。また、全ブランドで「口コミ」「評価」の軸が強いことから、現代の消費者が購入前に自発的な情報収集と比較検討を活発に行っている動的なインサイトが明らかになります。

9. ステップ4：AIによる差異の客観的分析

この2つのレポートが本質的にどう違うのかを、ソースを隠した状態で別のAI（Gemini）で分析

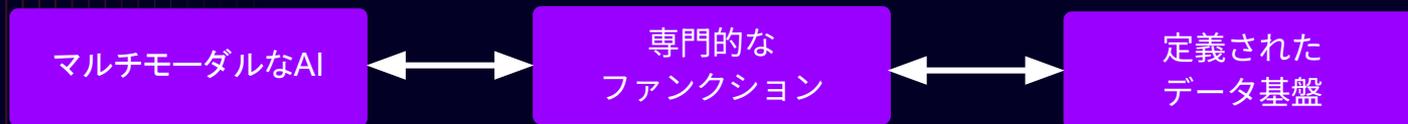
	レポートA (ChatGPT版)	レポートB (ListeningMind版)
分析対象	製品がもたらす価値（機能・イメージ）	消費者の購買前の関心と行動
分析結果	製品のスペックや情緒的な便益に基づいた ブランドポジショニングを明らかにする。	口コミ、デザイン、歴史性など、購買を 左右する多角的なインサイトを明らかにする。
示唆	各ブランドの強みを再確認する。	現代の消費者行動に即した、より具体的な マーケティング戦略のヒントを得られる。

データ基盤の有無がもたらす「分析の質」の差が明確に！

10. AI時代の分析ツールとスキルを使いこなすために

この違いを生んだのは、「いまこの業務で何を知りたいのか」という分析の視点です。

業務で私たちが求めるのは、汎用的な事実ではなく、目的に沿った正確な視点と深い洞察です。こうした視点は、私たちの業務上の要望として、都度AIに正確に伝え、その能力を適切に引き出す必要があります。



私たち自身がAIに依存するのではなく、マルチモーダルなAIのUIを理解した上で、専門的な機能（ファンクション）と、定義されたデータソースを適切にコントロールしていくスキルが不可欠になると考えられます。

11. 導入支援プログラムについて

私たちは、マーケティングテクノロジーの最前線でお客様と共に成長してきた経験から、**ツールの提供だけではお客様の成功は訪れない**ことを痛感しています。

このため私たちは、お客様が最先端のマーケティング体験を自らのものにし、本稿で述べた「理想的な革新」を実現するための道のを、共に伴走する導入支援プログラムをご用意しています。

お客様と伴走するための④つの講座

プログラムでは、AI時代のマーケティング調査に不可欠なスキルを体系的に習得するため、主に4つの講座を提供しています。

① インテントマーケティング実践講座

消費者の「何を知りたいのか」という本質的な意図（インテント）を捉え、分析の視点を定めるための講座です。

② リスニングマインド実践講座

本稿で解説した信頼性の高いデータ基盤「ListeningMind」を最大限に活用し、消費者インサイトを導き出すための実践講座です。

③ 生成AI活用プロンプト講座

AIに的確な指示を与え、表層的な事実の羅列ではない、深い洞察を引き出すためのプロンプト技術を学びます。

④ 定着サポート講座

得た知識とツールが日々の業務に根付き、チーム全体の力となるための継続的な支援プログラムです。

次世代のマーケティング体験がここに！

無料セミナー情報や、具体的なプロンプト情報を公開中です。

セミナーの一覧

[LINKをクリック](#)



<https://jp.listeningmind.com/seminar/>

プロンプトの一覧

[LINKをクリック](#)

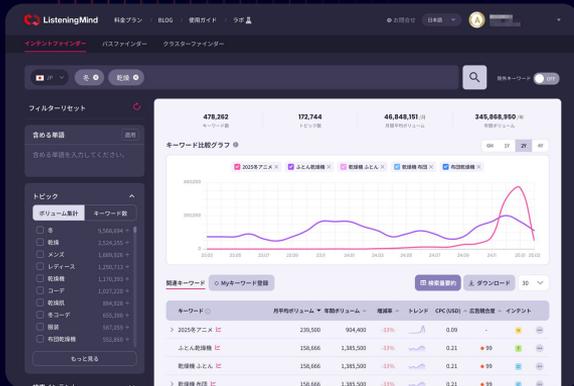


https://jp.listeningmind.com/tutorial/tutorial_category/listeningmind-chatgpt/



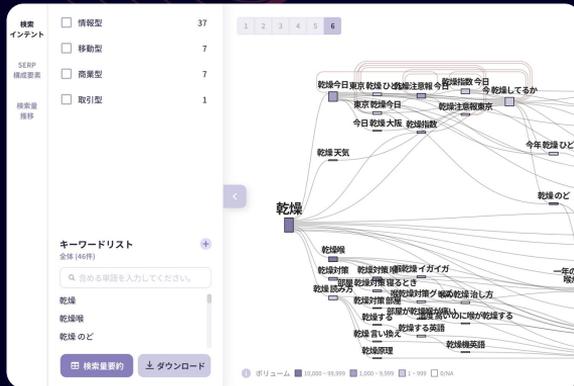
Appendix

消費者インテントを発見するために設計された3つの機能



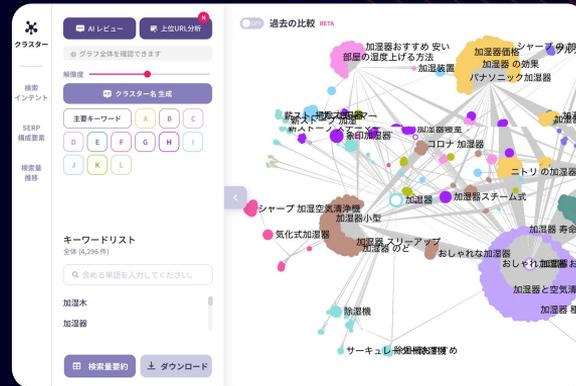
時系列トレンド分析

知りたいキーワードから関連語や検索数を分析。検索行動の背後にある「なぜこの言葉を検索したのか？」を可視化し、バイアスのないリアルな動機を発見します。



検索ジャーニーの把握

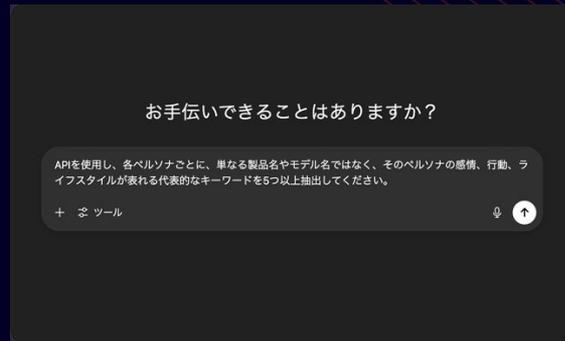
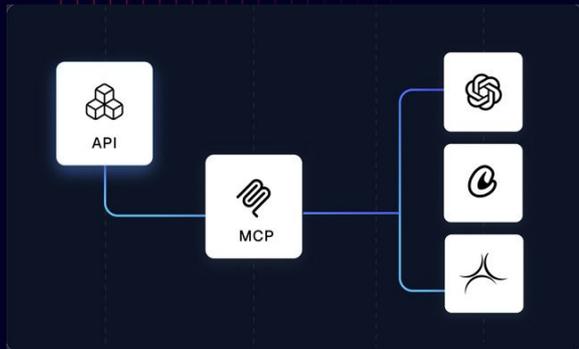
一つの関心から、消費者がどのように検索を深めていくかを可視化。検索行動のプロセスをたどることで、購買や意思決定に至る流れや背景を読み解くことができます。



潜在ニーズの発見

関連キーワードを意味ごとに自動でクラスタリング。今は小さくても、将来的に伸びる“インサートの芽”を発見し、市場の構造と変化を把握できます。

会話ベースで分析でハルシネーションレスな 消費者インサイト分析



信頼性のあるGoogleデータ基盤

あらゆる業務において必須なものとなった生成AI。しかし事実に基づかない情報（ハルシネーション）はビジネスの誤った判断を招く危険性をはらんでいます。

リスニングマインドは日本、アメリカ、韓国の実際の検索データをMCPで連携、社内の意思決定に使用できる結果を提供します。

各種の可視化ライブラリとも連携可能

ダッシュボードの標準機能だけでなくAPI連携や社内データと掛け合わせることで、アイデア次第で多角的な分析が実現します。さらに、GPTに搭載されたPythonライブラリが利用できるため、あらゆるデータの可視化も可能です。

すぐ使える豊富なプロンプト例

「ブランドスイッチを可視化したい」「競合のCDJを把握したい」など、具体的なプロンプト例を多数ご用意。専門知識は不要、誰でも簡単に的確なインサイトを得られます。複雑な操作やデータ抽出のスキルは、もはや必要ありません。

グローバル消費者インテント分析AIプラットフォームの新しい標準を提示 日本・韓国に続き、米国消費者インテント分析サービスを提供開始

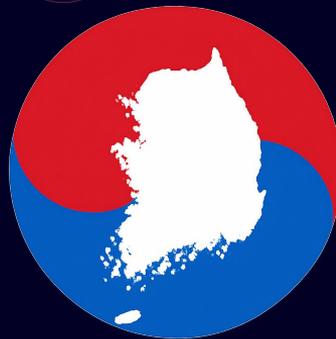


人口

120,000,000

検索データ

300,000,000



人口

50,000,000

検索データ

200,000,000



人口

340,000,000

検索データ

1,000,000,000



ListeningMind

WE GUIDE THE PATH TO MARKETING TRUTH.