



ListeningMind

マーケティングAI事例シリーズ

ListeningMind & AIを活用し、現場の課題を実例で解決する

| ノンアルコールビールの購入動機を分析 |

マーケティングAI事例シリーズについて

ListeningMind & AIを活用し、現場の課題を実例に基づいて可視化・解決するシリーズです。
各回では、検索データとAI分析を組み合わせ、企画・開発・販促の意思決定に役立つ分析手法を紹介します。



日々の業務で感じる「うまくいかない理由が見えない」という違和感。
この“違和感”を出発点に、データが示す真の原因と打開策をAIで明らかにしていきます。

マーケティングAIが導く、“問い”から始まる洞察

プロンプト一つで、ノンアルコールビールの購入動機を検索データから分類・可視化

プロンプト

1. クラスターAPIを使い、ノンアルコールビールの購入要因を分析してください。
2. ディメンションの数は、分析結果に基づいてあなたが判断してください。各ディメンションの代表的なキーワードを最低10個提示し、検索ボリュームデータも合わせて表で提供してください。

+



プロンプト

3. 表の構造は以下のようになっています。
| ディメンション | 代表キーワード | 検索ボリューム | 説明 |
4. Plotlyを使い、上記の分析結果を横棒グラフで可視化してください。
Y軸: キーワード (日本語) X軸: 検索数

+



ノンアルビールの購入理由を“6分類”で可視化する

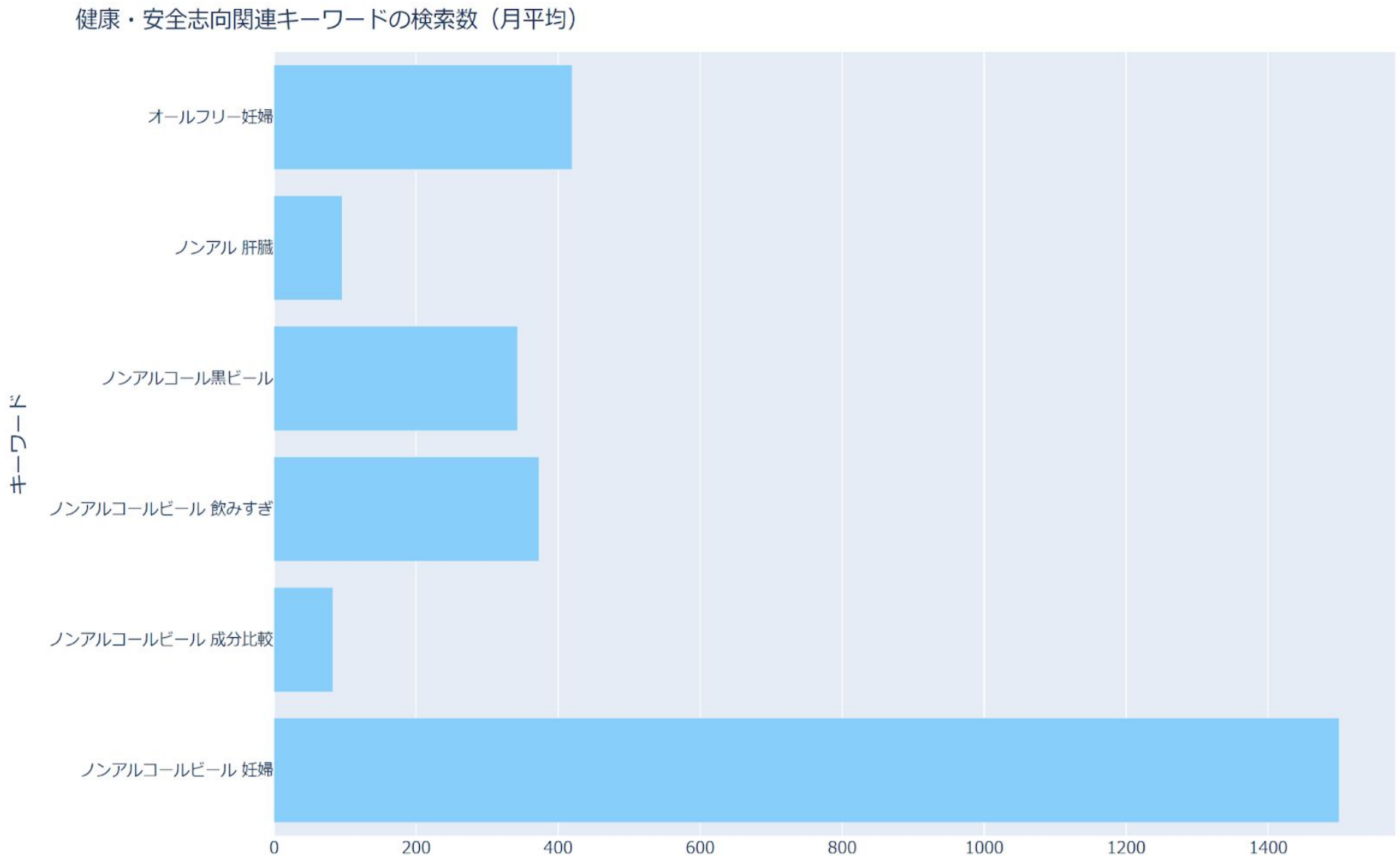
検索データに基づき、ノンアルビール購入者の多様な動機を6つの消費者タイプに分類・可視化。
商品開発やマーケティング戦略に直結する、新しい消費者インサイト

分類	代表キーワード	検索Vol.合計	説明
製品体験重視	ノンアルコールビール ビールに近い, ノンアルコールビール 苦味, ノンアルコールビール 香り, ノンアルコールビール 本格, ノンアルコールビール 味 美味しい, ノンアルコールビール クラフト, ノンアルコール ipa, ノンアルコールビール 飲みごたえ, ノンアルコールビール リアルな味, ノンアルコールビール まずい	399	本物のビールに近い味や香り、喉越しなどの飲用体験を重視する層
健康・安全志向	ノンアルコールビール 妊婦, ノンアルコールビール 成分比較, ノンアルコールビール 飲みすぎ, ノンアルコール黒ビール, ノンアルコールビール カロリー, ノンアル レモンサワー 妊娠中, ノンアルコール 子供は, ノンアル 肝臓, ノンアル 飲んではいけない, オールフリー妊婦	2,299	妊娠中や授乳中、運転前など制限のある状況や成分の安全性を重視する層
ライフスタイル 連動	ノンアル 晩酌, ノンアル 食事と一緒に, ノンアル 家飲み, ノンアル コンビニ, ノンアル 常備, ノンアル 夕食, ノンアル 外食, ノンアル 仕事終わり, ノンアル リラックス, ノンアル 風呂上がり, ノンアルコールビール パーティー, ノンアル おつまみ, ノンアル ビール気分, ノンアル 雰囲気, ノンアル 宴会, ノンアル 一杯だけ, ノンアル チル, ノンアル 気分転換	750	夕食や風呂上がり、仕事後など日常生活における自然な消費シーン
嗜好の多様性重視	ノンアルコール IPA, ノンアルコール黒ビール, ノンアル サワー, ノンアル レモン, ノンアル 柚子, ノンアル カクテル, ノンアル クラフト, ノンアル ワインテイスト, ノンアル ジンジャー, ノンアル フルーツ風味	619	IPAや果実風味など自分好みの味を探求する層
ブランド・信頼重視	ノンアルコールビール サントリー, ノンアルコールビール キリン, ノンアル ギネス, アサヒゼロ ノンアルコール, プレミアムモルツ ノンアル, ノンアルコールビール ブランド 比較, ノンアルコールビール アサヒ, ノンアル サッポロ, オールフリー, ヴェリタスブロイ	4,748	有名ブランドや評価・ランキングを参考に商品を選ぶ実用志向層
デザイン・感性 反応型	ノンアル パッケージ おしゃれ, ノンアル 限定デザイン, ノンアル 缶デザイン, ノンアル CM, ノンアル プロモーション, ノンアル SNS映え, ノンアル コンビニ限定, ノンアル 限定フレーバー, ノンアル ブランドカラー, ノンアル 季節限定	300	パッケージデザインや限定感、SNS映えなど感覚的な魅力に惹かれる層

検索データが可視化した、“普段は聞こえない声”

従来の調査では拾いきれなかった、妊娠中の不安、成分への関心、飲みすぎの懸念。
検索行動に着目することで、選択の裏側にあった“気になること”が浮かび上がる

主なディメンション	キーワード例	推定検索数	解釈
妊娠・授乳	ノンアルコールビール 妊婦 / オールフリー妊婦	1,500 / 420	妊婦向けの安全性に対する関心が高い
健康・成分比較	成分比較、肝臓、カロリー	83 / 96 / （未取得）	機能性や副作用リスクの回避傾向
過剰摂取への懸念	ノンアルコールビール 飲みすぎ	373	「飲みすぎても大丈夫か」など、安全性の限界に対する不安
商品バリエーション内選別	ノンアルコール黒ビール	343	健康志向と嗜好（黒ビール）を兼ねた選定要因



たった数行の問いで、“戦略のヒント”が見える。

語られなかった“選ばれる理由”を起点に、戦略とメッセージの軸を描く

解決の兆し（To-Be）

「インサイトが複雑化する中で、どの切り口が刺さるかの判断がますます難しくなっている。」その問いに、リスニングマインドのマーケティングAIは、こう導き出します。

- ・ 問題：「生活者が感じている**“言語化されないひっかかり”**を見つけ出す
- ・ 原因：**「なぜそう思ったのか」「何を気にしているのか」**を読み解く
- ・ 解決：生活者の視点に立ち、**どんな価値の伝え方が、行動を後押しするか**を逆算する

これは、単なる分析の自動化ではありません。

選ばれる背景にある“気になること”を言語化することで、提案すべき視点が明確になる。これは、提案に効く判断の軸を導く新しい方法です。

リスニングマインドでは、この流れをプロンプトひとつで実現します。

実際にどう使えばその「確信」が得られるのか、ご紹介します。



あなたの部署ならどう使う？職種別の活用方法



経営層・事業戦略担当者

検索データを使えば、生活者の“見えない不満”や“つまずき”を構造的に捉えることができます。それにより、どんな価値が求められているか、どこに次の事業機会があるのかを、**定量的な根拠をもって判断**できます。

「妊娠中でも安心して飲める」「糖質制限中でも飲みごたえを求める」などの検索行動から、**健康志向市場への投資判断**が導き出せます。

マス市場だけでなく、ニッチやグローバル展開においても、**より確度の高い意思決定を支える情報源**として活用できます。



セールスマネージャー

検索データを活用することで、生活者が「なぜその商品を選んだのか」「どこに不安を感じているのか」といった**リアルな判断ポイントを把握**できます。その結果、顧客の関心に合わせた説得力のあるトークが設計でき、商談時の納得度が高まります。

「妊娠中 ノンアル 安全性」という検索傾向からは、飲用時の不安を先回りして払拭する訴求が有効です。一方、「黒ビール ノンアル」「クラフト風味」といった検索は、味や満足感にこだわる層への打ち出しに活かれます。**ニーズごとに訴求軸を明確化し、チーム全体の提案品質を底上げ**することができます。



R&D担当者

検索という生活者のリアルな行動から、製品に対する“気になること”や“不安”を高精度で抽出できます。これにより、感覚や経験に頼らず、**実際の消費者課題に基づいた新機能や改善点のコンセプト**を導き出せます。

「妊娠中 ノンアル 成分不安」などの検索が多ければ、**「無添加表示」や「原材料の見える化」などの開発優先度が高まる**でしょう。また「黒ビール風味」「飲みごたえ」などの声からは、機能＋嗜好性を両立させる設計の重要性が見えてきます。こうした具体的なニーズから逆算することで、R&Dは**“確信を持った仕様提案”**ができるようになり、**開発投資のリスクも最小化**されます。



ストラテジックプランナー（広告代理店）

検索データに現れる「気になること」や「ささいなひっかかり」から、ターゲットの“内なる不満”や“判断の揺らぎ”を深く理解できます。これにより、画一的ではなく、**セグメントごとの心理に寄り添った、より共感性の高いメッセージを設計**できます。

「妊娠中 ノンアル 安全性」などの検索からは、安心して飲みたい層に向けた**「妊娠中でも乾杯したいあなたへ」といった心情訴求**が有効です。

一方「黒ビール ノンアル」などの検索は、味へのこだわり層に向けた“嗜好性重視”のコピー展開につながります。生活者の“気になっているけど言葉にされていない違和感”を、**共感軸で言語化し、戦略の起点をつくる**ことができます。

そもそもListeningMindとは？

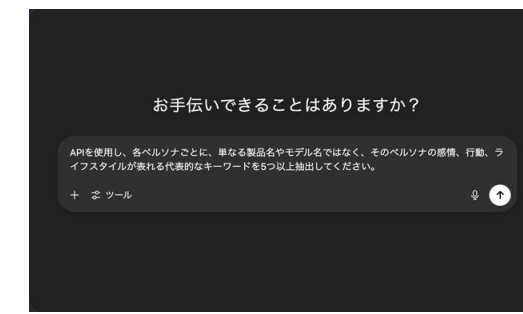
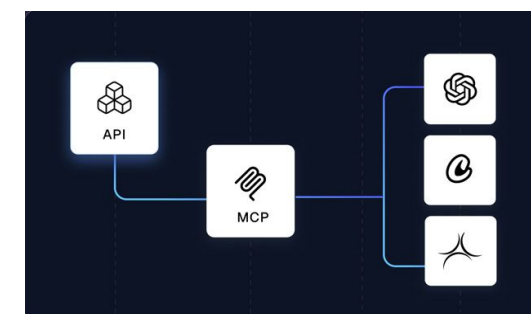
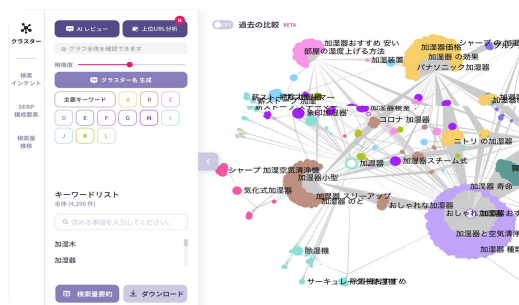
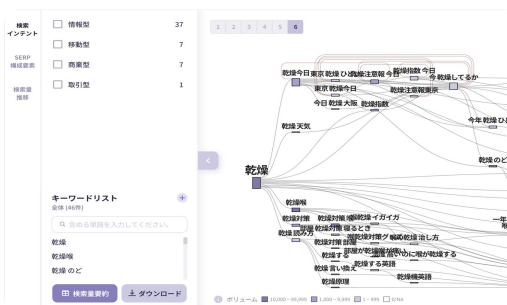
「この仕組みはどう動いているのか？」と気になる方もいるはず。
ListeningMindの特徴と使い方をご紹介します。

15億件のGoogleデータ：🇯🇵 日本3億 🇺🇸 アメリカ10億 🇰🇷 韓国2億

独自の分析によるデータ基盤を提供

専用GUIから利用

生成AIから利用



① インテントファインダー

② パスファインダー

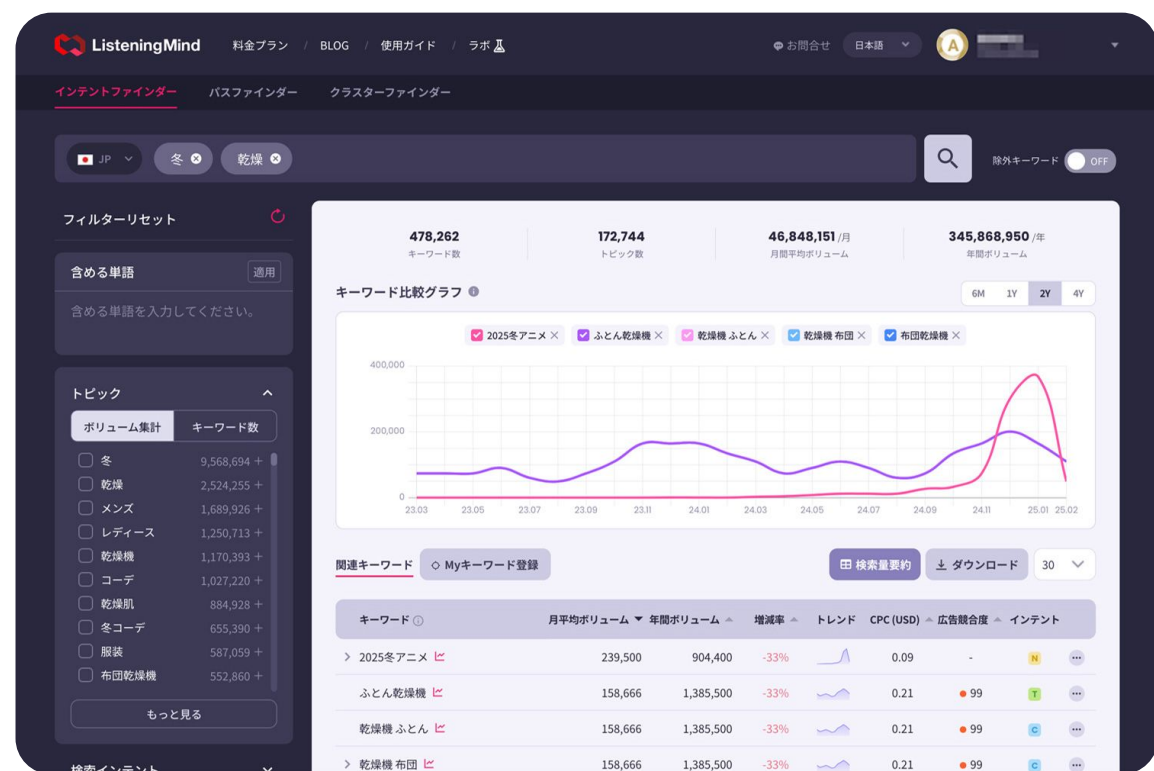
③ クラスターファインダー

ChatGPT

調査に合わせて、専用画面とChatGPTどちらからでも、ご利用頂くことが可能です。

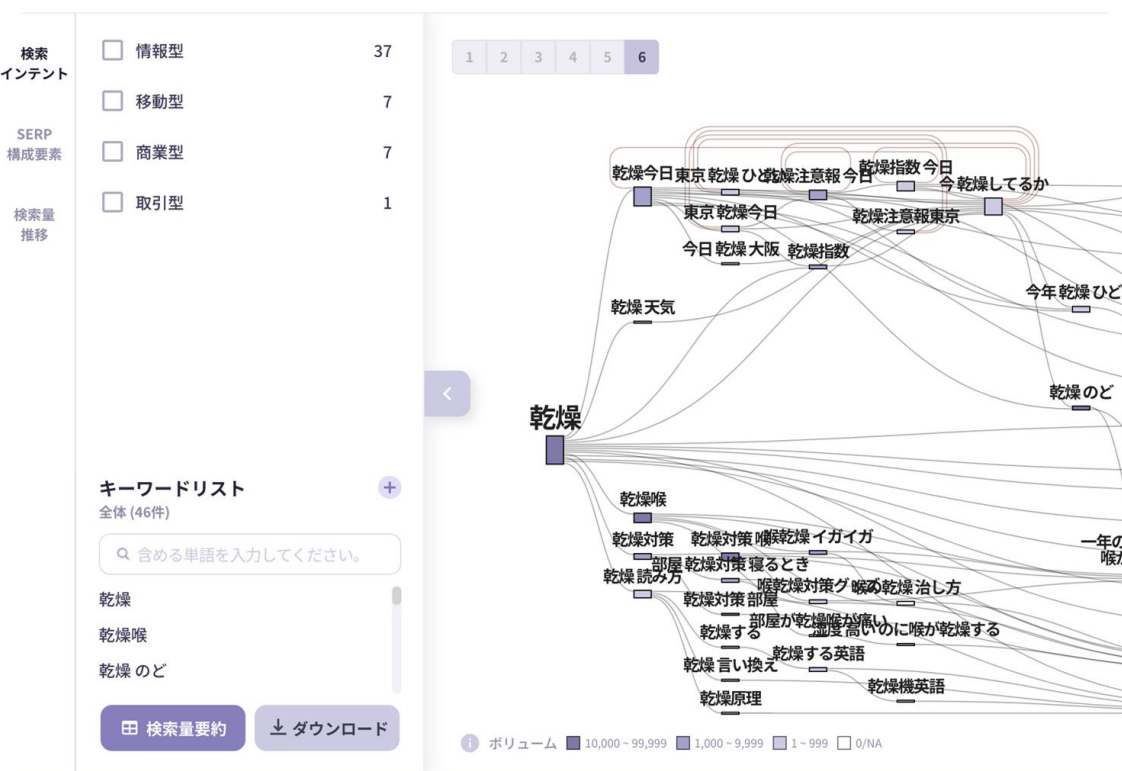
主要機能：3つのファインダーで課題を発見

消費者インテントを発見するために設計された3つの主要機能



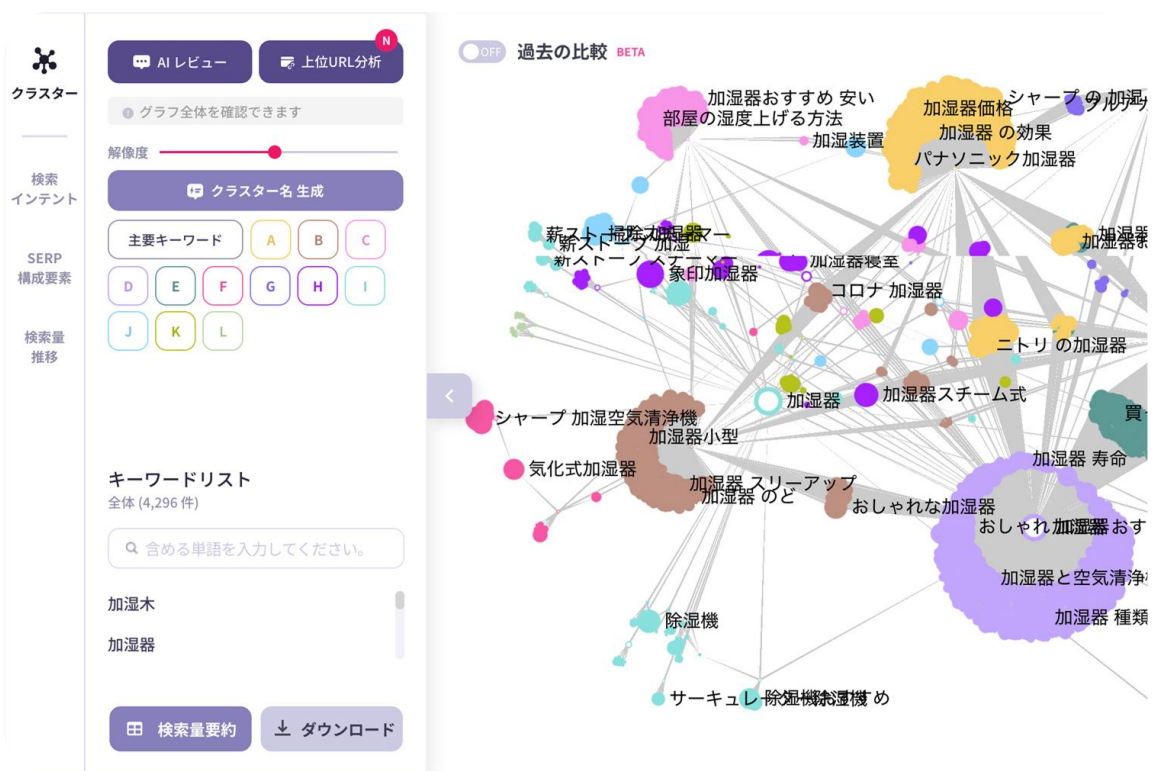
時系列トレンド分析

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のかを可視化。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。

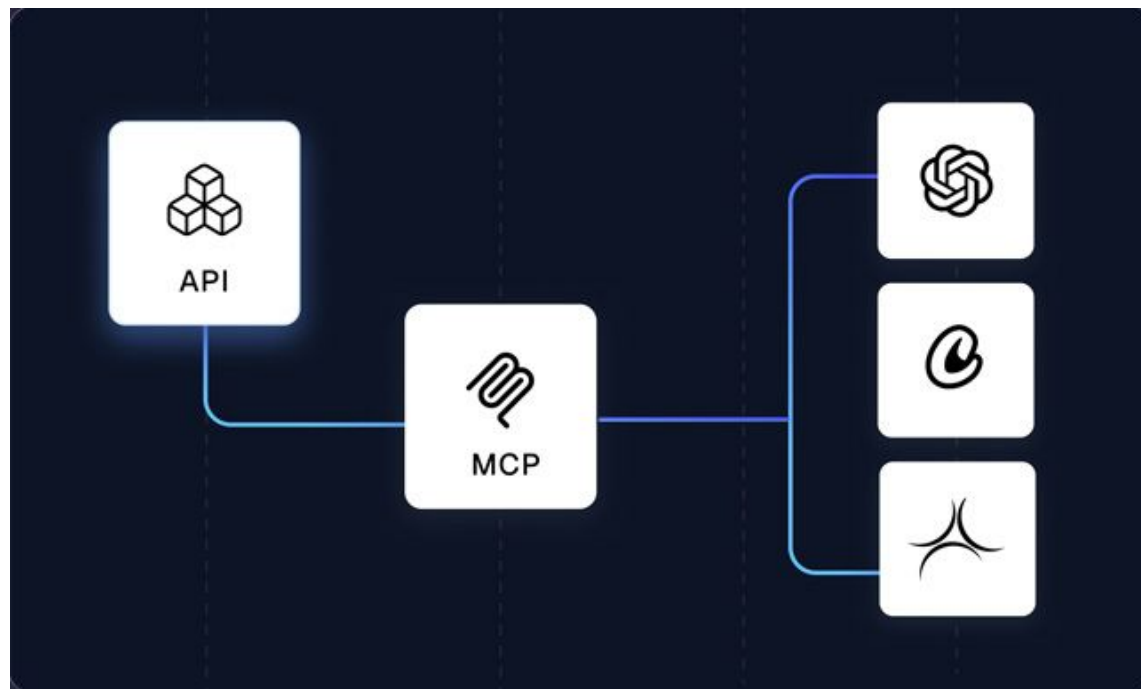


潜在ニーズの発見

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“インサイトの芽”を発見し、市場の構造と変化を把握できます。

ListeningMind & ChatGPT による実践分析

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

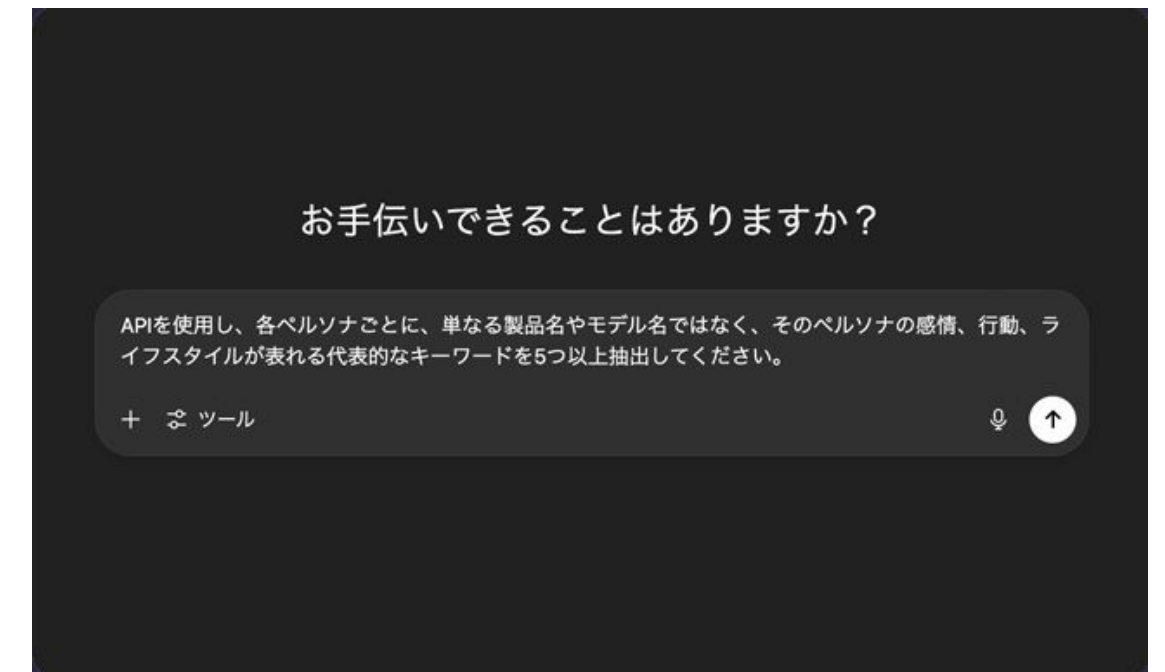
あらゆる業務において必須なものとなった生成AI。しかし事実に基づかない情報（ハルシネーション）はビジネスの誤った判断を招く危険性をはらんでいます。

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。専門知識は不要で、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。

ListeningMind & ChatGPTで何が可能なのか？

些細な気づきを、即座にデータで、納得のアイデアへ。

消費者及び製品カテゴリーを理解

- ❑ ブランド想起シーン分析(CEP)
- ❑ ブランド間の競合マップ
- ❑ 競合ブランド間の流入出を可視化
- ❑ 消費者の購買検討ステップを可視化(CDJ)
- ❑ 消費者の探索行動を可視化
- ❑ 消費者の購入理由マップ
- ❑ 消費者目線から課題を抽出
- ❑ ブランド連想の比較
- ❑ 競合間での強みと弱みを比較
- ❑ 目的によって分類したペルソナの設計
- ❑ エリア別消費者ニーズ分類

広告 / プロモーション

- ❑ 広告プロモーションの効果測定
- ❑ 季節トレンドの遷移
- ❑ オフシーズンの潜在需要リサーチ
- ❑ SEOターゲットキーワード選定

海外向け (国間比較)

- ❑ 日米韓での消費者の課題を比較
- ❑ インバウンド対策
- ❑ 米韓市場でのキーワード分析

社内データ（アンケート、売上、レビューなど）との結合分析も可能、
活用の可能性はマーケターの想像力次第！

アメリカデータの提供を開始

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

“次の一手”を見つけるヒント、体験できます。

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

セミナーの一覧

[LINKをクリック](https://jp.listeningmind.com/seminar/)



<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/)



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

ASCENT

【お問い合わせ】

製品の詳しい説明、価格、トライアルについて気軽にお問い合わせください。

担当

株式会社アセントネットワークス

ソリューション事業部

大野（おおの）：h.ono@ascentnet.co.jp

藤本（ふじもと）：s.fujimoto@ascentnet.co.jp

TEL：03-3527-3963

製品サイト：<https://jp.listeningmind.com/>

ListeningMind：<https://www.listeningmind.com/ja/>



WE GUIDE THE PATH TO MARKETING TRUTH.