

GenAI Analyticsシリーズ#1

# Discoverium AI

アルファ版

ディスカバリウム・エーアイ

Ipsos Synthesio Japan

20 January, 2025

© 2023 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

Ipsos Synthesio

# 目次

1. 背景と目的
2. Discoverium AIの概要
3. Discoverium AIの進め方
4. コストとスケジュール
5. Appendix



# Discoverium AIの背景



# 新製品アイデア開発の難しさとAIへの期待

生成AI？

ChatGPT？

Copilot？

業務の自動化？

自社AI開発？

もやもや...

AIエージェント？

もう新しい製品アイデアが  
チーム内からは出てきそうにない...

人手不足で攻めのビジネスを考  
えることに、時間を使えない...

アイデア開発は俗人的で  
安定的に運用することができない...



## Discoverium AIの背景

# しかし、実際には、AIツールに対する不満点と懸念点が...



自由に使えるが、何が出てくるか予測ができない...

ツールを使いこなすまでに時間と労力が必要...

開発会社にマーケティングリサーチの知識が乏しく、イメージしているものと違う...

AIのために人間がやりたいことをチューニングしないといけない...

# Discoverium AIの背景

## 自動化・省力化にとどまらない、GenAI Analytics構想



# Discoverium AIの概要



# Discoverium AIとは？ IPSOS独自開発の研究AIを活用した、新製品コンセプト開発サポート

ヒトの感性をインプットしたAIによってビジネスにとって“面白い”投稿をDiscoverし、それらを元に新しい製品アイデアを生み出すソリューションです

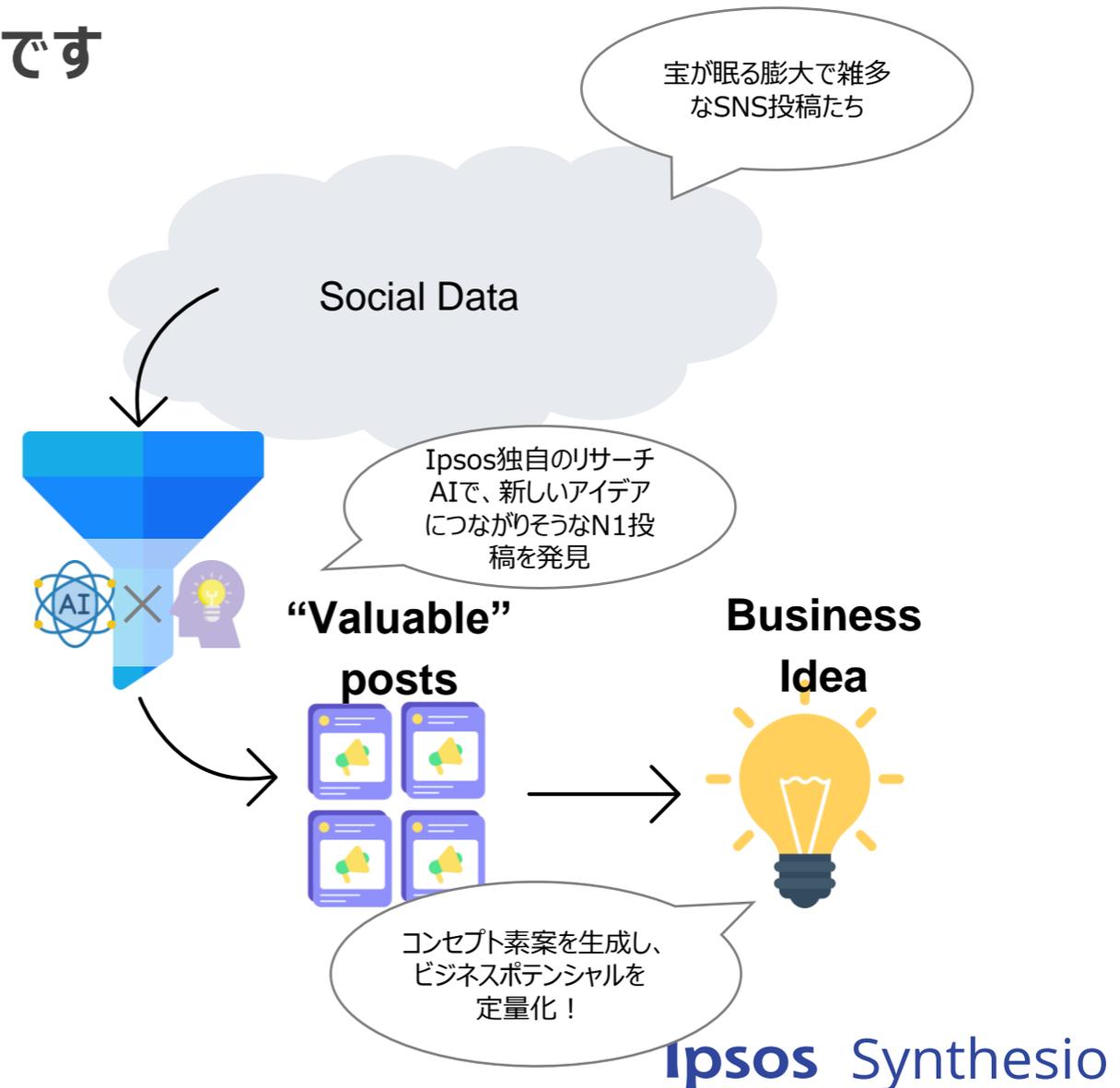
AIを用いたアイデア開発ツールは近年次々とリリースされていますが、**いずれもAIが特定の仕組みで生成**したものを人が眺める図式にとどまります。

我々は、“新しいアイデアを生み出す”という真に創造的な活動を、プログラム可能なルールとアルゴリズムで再現できるとは考えません。

**AIは人の頭脳（感性）からのインプットを得たときに、その力を最大化**します。

DiscoveriumAIでは、SNSリアルボイスにAIとヒトの感性を掛け合わせ、**アイデア創造を促進**するソリューションです。

※Discover（発見・創造）+ rium（～する場所）の造語です。



# AIと一緒に創造するアイデア例

## 生成される製品アイデアのイメージ

製品名とタグライン

イメージ画像

コンセプトアイデア

ボリューム: A    ニーズへの共感性: 32%    ソリューションのユニーク度: 38%    支払い意思度: 17%

### 「ドリームスキン ナイトリカバリーマスク」 -眠りながら美肌へ！ スキンケアと快眠を同時に叶える新感覚マスク

**Needs**

- 夜間のスキンケアと睡眠の質を同時に改善し、朝までに肌と心身の両方をリフレッシュさせたい

**Benefit**

- 睡眠促進成分により質の高い睡眠をサポートしながら、肌ケア成分が夜間の肌再生を促進。朝まで継続的に作用し、健やかな肌と心身を実現

**Reason to Believe**

- 睡眠サイクルに合わせた成分の段階的徐放技術を採用
- 睡眠促進成分（ラベンダー、カモミールエキス）と高機能スキンケア成分（ヒアルロン酸、セラミド）をバランスよく配合
- 睡眠トラッキングアプリと連動し、睡眠の質と肌状態の改善を可視化

**差別化ポイント**

- 睡眠とスキンケアを同時にケアする革新的な製品設計
- 睡眠サイクルに合わせた成分徐放技術による効果的な働きかけ



10 ※仮のイメージ画像。定量アンケートでは提示されません。

© Ipsos | 2024

コンセプトアイデア

ボリューム: A    ニーズへの共感性: 32%    ソリューションのユニーク度: 38%    支払い意思度: 17%

### 「バイオバランス プレジジョンマスク」 -あなたの肌の生態系を整える。科学と自然の調和による次世代スキンケア

**Needs**

- 肌トラブルの根本原因である肌バランスを整え、健康で美しい肌を手に入れた

**Benefit**

- プロバイオティクスとプレバイオティクスの相乗効果により、肌内細菌叢を最適化。敏感肌や肌トラブルを改善し、健やかで輝く肌へと導く

**Reason to Believe**

- 独自開発の乳酸菌発酵エキス（プロバイオティクス）を高配合
- 肌内細菌の餌となるオリゴ糖（プレバイオティクス）を最適な比率で配合
- 臨床試験で肌内細菌叢の改善と肌状態の向上を確認

**差別化ポイント**

- マイクロバイームに特化した成分設計
- 個人の肌内細菌叢分析サービスとの連携による、カスタマイズ製品の提供



11 ※仮のイメージ画像。定量アンケートでは提示されません。

© Ipsos | 2024

差別化要素

インサイト/ベネフィット/RTB

# Discoverium AIの概要

## ビッグデータ×AIで新製品開発をDXする取り組み

### Discoverium AIの目的と効果

#### ■ビッグデータ活用による「顧客視点」

- アンメットニーズをビッグデータから拾い上げる
- メーカー目線ではない顧客理解に立脚

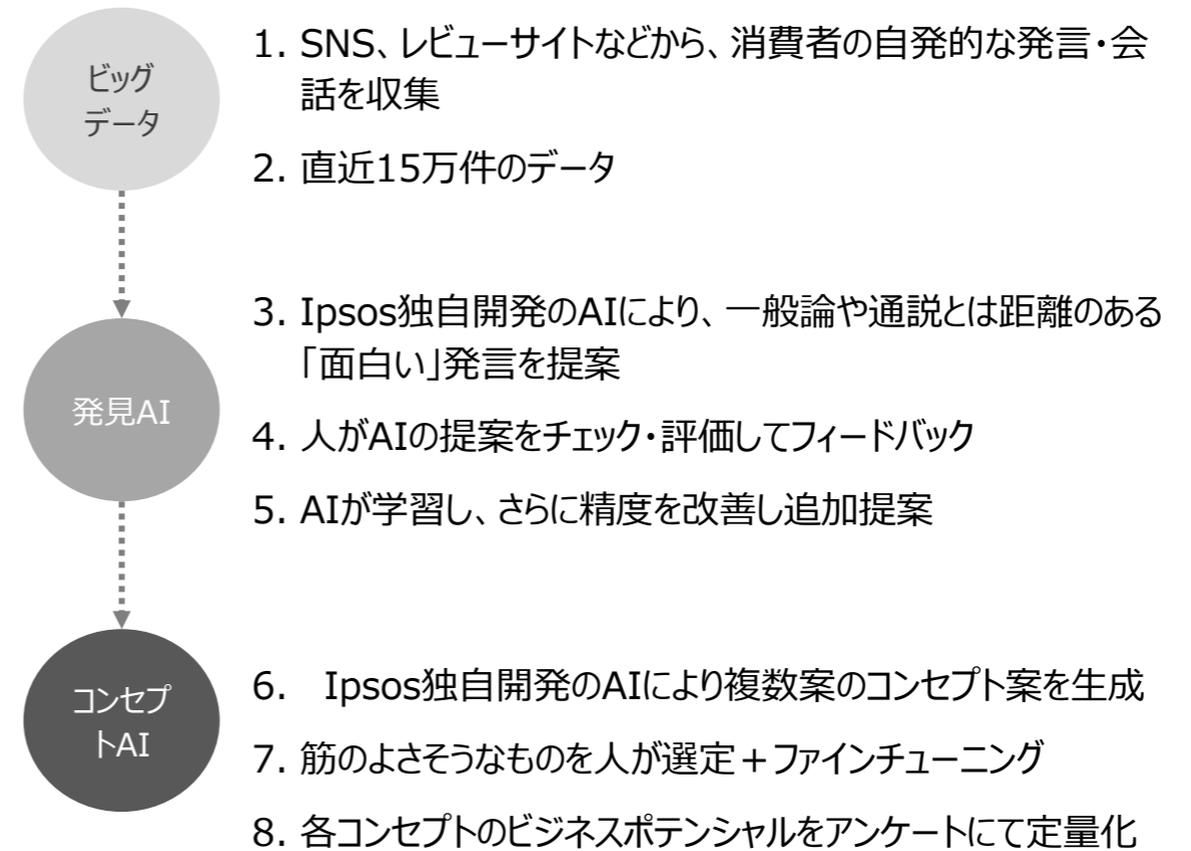
#### ■製品アイデア発想の体系化

- ビッグデータからコンセプト案までをシステム化
- 俗人性の高い作業を仕組み化する

#### ■AI活用による業務効率化

- 最新の生成AIを活用し、労働集約的な作業を半自動化
- 人は感性と選択眼を磨く時代へ

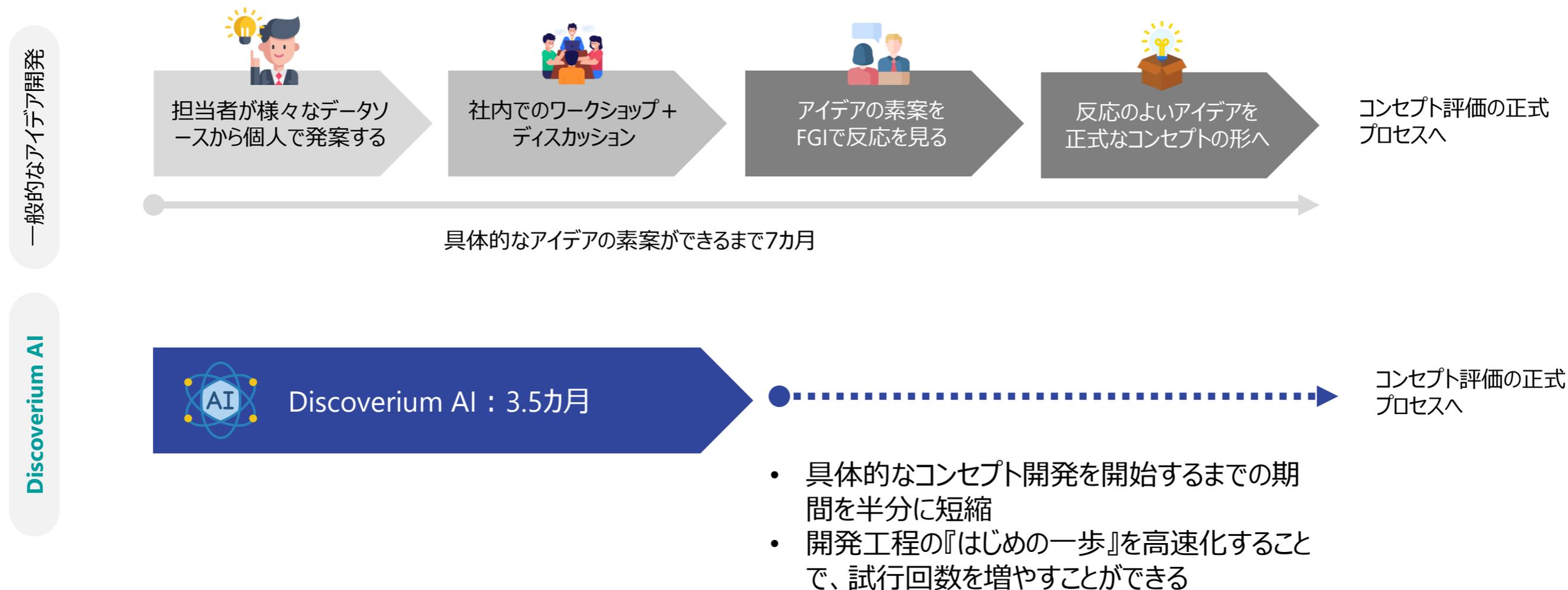
### Discoverium AIの仕組み



## Discoverium AIの効果①

# Discoverium AIにより開発プロセスを高速化する

新製品アイデアの「素案」ができるまでの期間を大きく短縮  
空いた期間で、さらなる改善や改良など、「人の試行回数」を増やすことがAIと仕事をする意義でもあります



# Discoverium AIの実例

## 今までのケーススタディ

### 機能性食品でのアイデア開発



- 某食品メーカー様
- とある機能性食品のカテゴリーで、新しい製品開発のためのアイデア生成を実施

### とある食習慣を切り口にしたアイデア開発



- 某食品メーカー様
- とある新奇性のある食習慣をターゲットに、新しい製品開発のためにアイデア生成を実施

### とあるスキンケアカテゴリーでのアイデア開発



- 某美容品メーカー様
- 特定のスキンケア製品に関して、新しい製品開発のためアイデア生成を実施

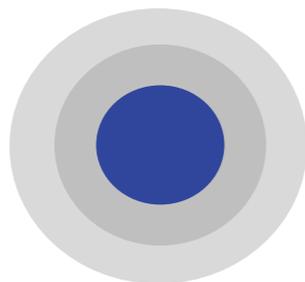
### ヘアケア領域でのアイデア開発



- 某美容品メーカー様
- 特定のヘアケアカテゴリーでの製品開発のため、ヘアケア全体でアイデア生成を実施

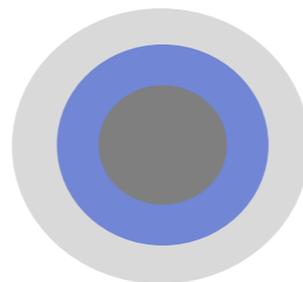
## ビジネス課題別の適応パターン

### パターン1 ラインエクステンション



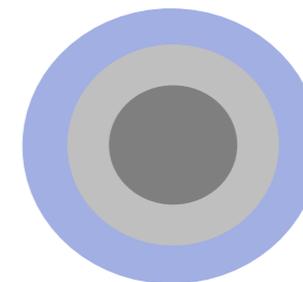
- 既存ブランドのラインエクステンション製品を考えるケース
- 対象ブランドが属する製品カテゴリーのデータからアイデア生成

### パターン2 カテゴリー内の新アイデア



- 特定の製品カテゴリー（化粧品、スポーツドリンク等）で新しい製品アイデアを考えるケース
- 対象の製品カテゴリーに関するデータからアイデア生成

### パターン3 技術シーズ起点の新アイデア



- 技術シーズが生み出すベネフィット起点で、ビジネス化を考えるケース
- シーズが生み出すベネフィットに関する会話データからアイデア生成

# Discoverium AIの進め方

ソリューションの作業ステップ°



# Discoverium AIの進め方

## Discoverium AIのステップ

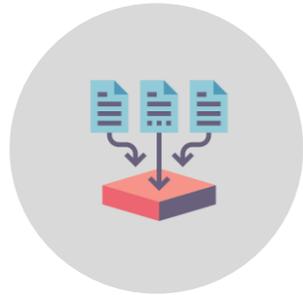
1

AI

HI

### データ収集

広範囲のSNSリアルボイスを収集  
+ クリーニング



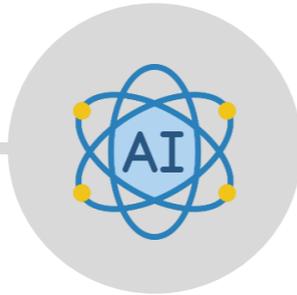
2

AI

HI

### AIとのN1探索

Ipsos製の発見AIを使って、新奇性・尖った内容のN1を探索



3

HI

### イノベーションポイントの整理

発見したN1ケースを定量化し、優先的なイノベーションポイントを特定します



4

AI

HI

### 関連領域の分析

イノベーションポイントに関連するニーズ、行動、競合環境などを分析



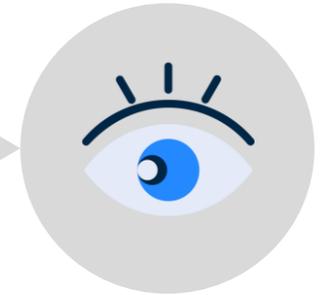
5

AI

HI

### 参考アイデアの生成

イノベーションポイントと関連領域から、今後のイノベーションの参考になるアイデアをAIにより量産



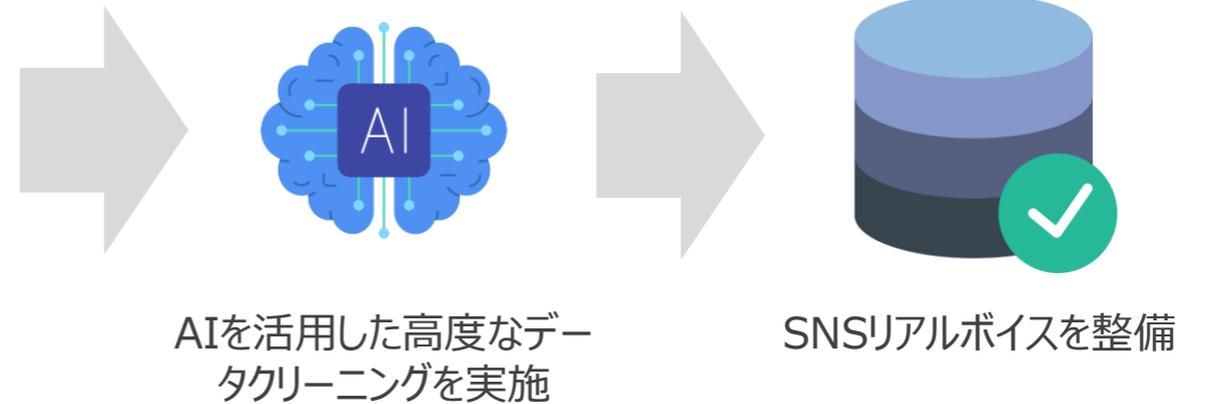
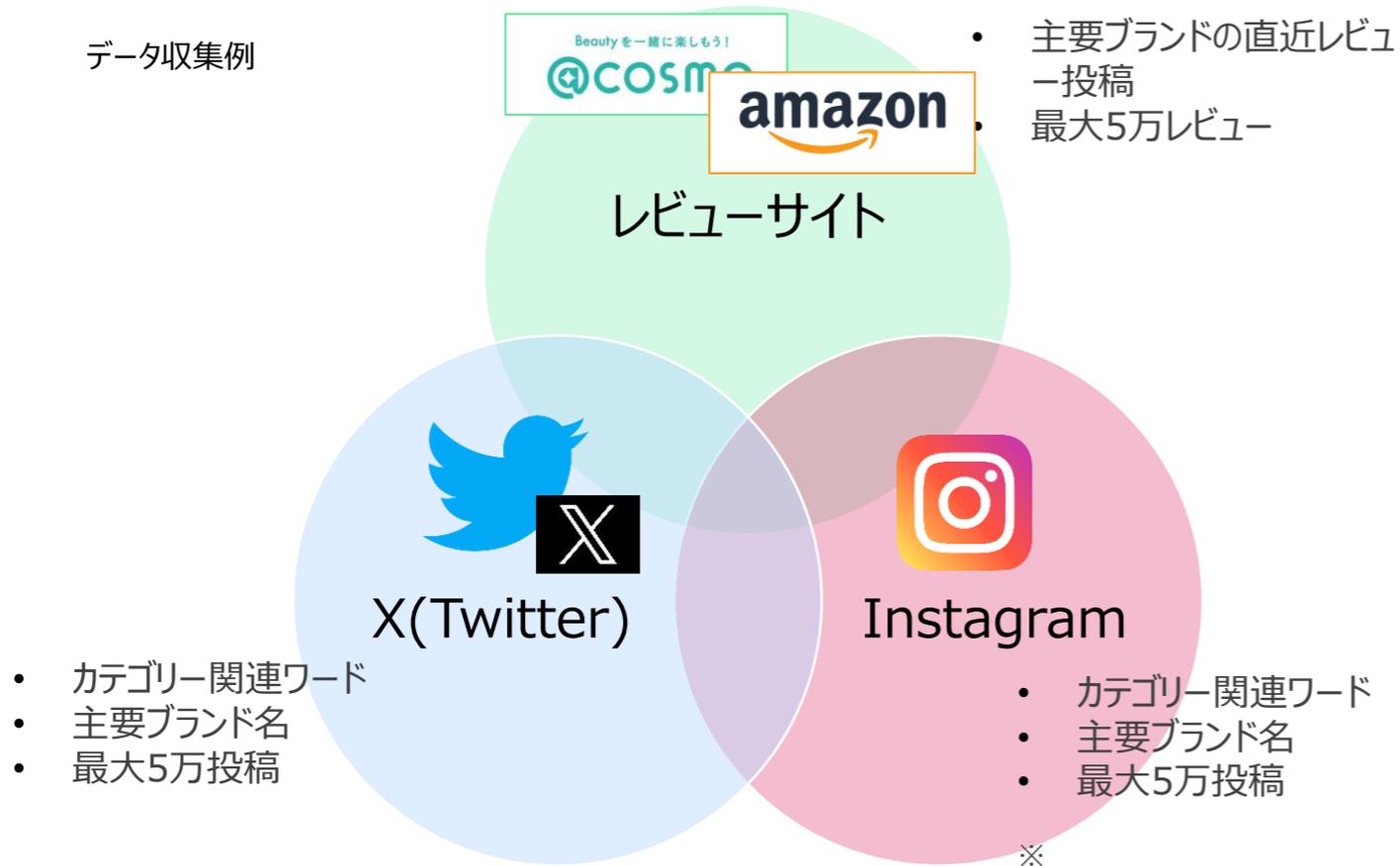
# Discoverium AIの進め方

## ステップ①：データ収集



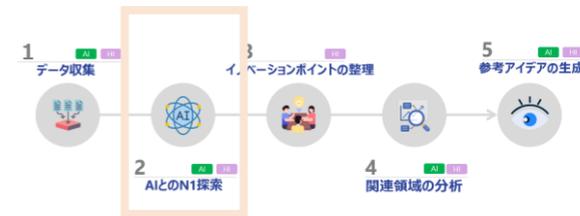
対象カテゴリの中から、広くアイデアの元ネタを探索するため、複数のデータソースをミックスする方法をご提案します。

データ収集例



# Discoverium AIの進め方

## ステップ②：AIとのN1探索



収集した広範囲のSNSリアルボイスから、Ipsos独自の「発見AI」を用いて、**新しいアイデア創造の入り口になりうる尖った投稿（N1）**を探索します。

しかし、N1を見つけ出すのは**人の感性**が必須です。ここをAIが代替することはできません。

### 人の感性

**Curiosity（好奇心）**：  
この内容は面白いぞ、と感じ取るセンス

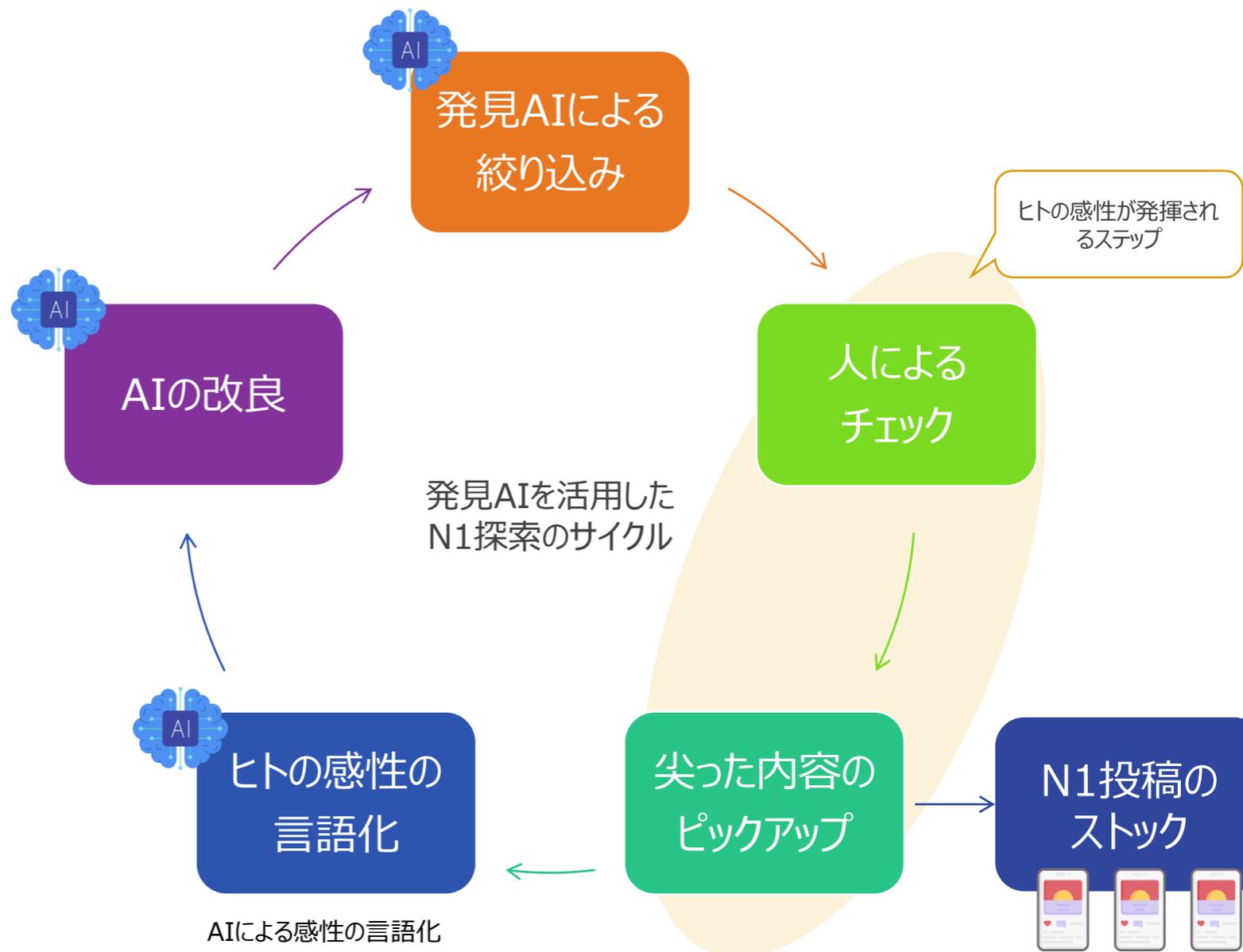
**Creativity（創造力）**：  
この内容のここがこんな風に面白い、と着想するセンス

DiscoveriumAIでは、発見サイクルを回す中で、この感性をAIにフィードバックし、絞り込みの精度を上げていきます。

**AIが人の代わりに「発見」することはできませんが、人が効率的に発見する手助けをすることはできます。**

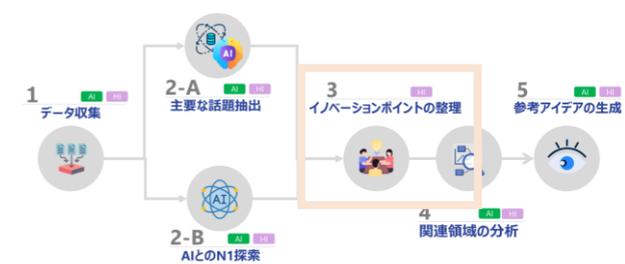
※初回のAI絞り込みはデフォルト設定のAIですが、2回目以降は人の感性をフィードバックしたAIが動きます

※通常、探索サイクルを3回ほど実施します



# Discoverium AIの進め方

## ステップ③：イノベーションポイントの類型化



尖った内容のN1投稿を発見できたとしても、そこからのアイデアがビジネス的なスケラビリティを持っていない場合は無意味です。

**N1投稿に含まれるニーズや行動と関連するトピック（=イノベーションポイント）が、きちんと存在するかを確認する必要があります。**

※イノベーションポイントのイメージ（シートマスクの例）

- ・ ○○使用前提のマスク
- ・ パックの○○度
- ・ マスクを○○して使用

### ■ N1からイノベーションポイントへのレベル上げ

専用AIを用い、個別具体的なN1投稿の内容に一段階の抽象化を行います。

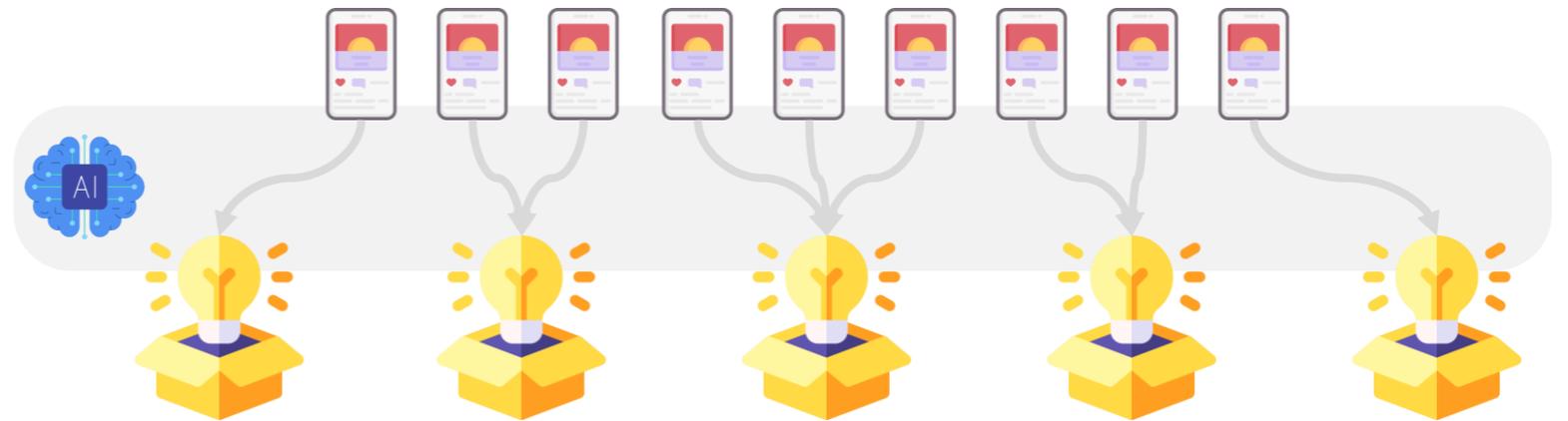
N1投稿で述べられている「エピソード・感想」を、「機能やニーズ」などのレイヤーにレベルを上げます。

### ■ 戦略的な視点での機会パターンの整理

異なるN1投稿であっても、抽象化した結果同じイノベーションポイントに統合されるケースもあります。

30個程度のN1投稿が、15 – 20程度のイノベーションポイントに統合されます。

ピックアップしたN1投稿たち

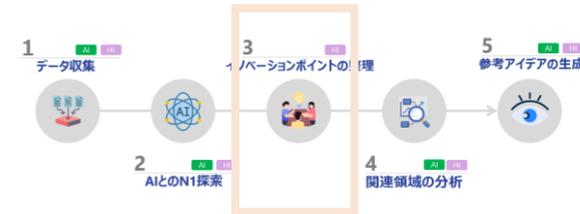


整理されたイノベーションポイントたち



# Discoverium AIの進め方

## ステップ③：イノベーションポイントのスコアリング



N1投稿をイノベーションポイントに整理した後は、各イノベーションポイントを定量化します。

### ■ AI探索によるスケーラビリティの確認

#### <発信・会話ボリューム>

AIを用いて、全SNSリアルボイスの中に、イノベーションポイントと関連した内容がどの程度存在するかを探索し、定量化します。

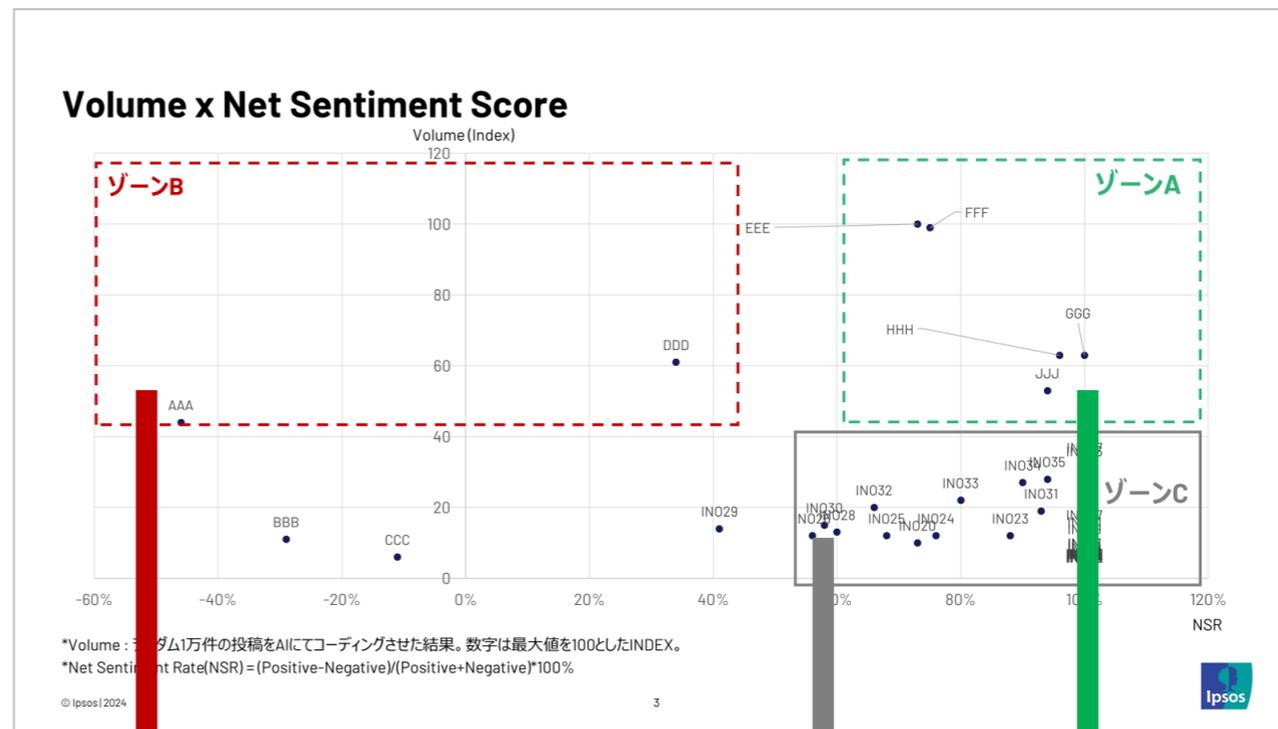
#### <会話内の満足度>

また、それらの会話がどの程度ポジティブに語られているかもスケーラビリティを考える際に重要です。ここも独自のAIで定量化します。

### ■ 戦略的なイノベーションポイント選択

上記のステップで、イノベティブのスケーラビリティ性を定量化し、御社とのディスカッションを経て、優先的な5テーマを決定

### ■ イノベーションポイント整理のイメージ



#### ゾーンB

- 消費者の関心は高いが満足度が低いイノベーションポイント
- 魅力的な解決策を提供できる場合、大きなポテンシャルになる可能性がある

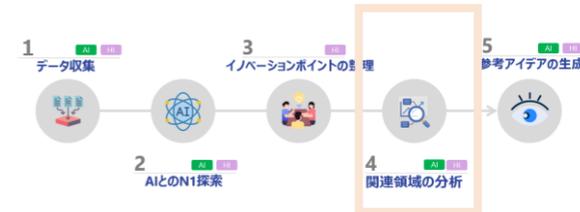
#### ゾーンC

- 消費者の関心は大きくないが、その中でも満足度は高いイノベーションポイント（ニッチに刺さっている）
- 認知を広げることで、より多くのパイを獲得するポテンシャルを持つ

#### ゾーンA

- 消費者の関心も大きい、すでに満足度が大きいイノベーションポイント
- 既存製品との差別化を図ることで大きなポテンシャルを持つ

# Discoverium AIの進め方 ステップ④：関連領域の分析



決定されたイノベーションポイントごとに、アイデア創造に必要な関連情報を分析するための「サブクエッション」に分解。

各サブクエッションを深掘り理解することで、各イノベーションポイントの理解が深まり、どのようなアイデア創造を考えるべきか解像度が高まります。

## ■ 関連領域分析のフロー例

選択されたイノベーションポイント：  
手持ちのヘアケア製品が増えてしまうため、夜用製品を朝にも使用

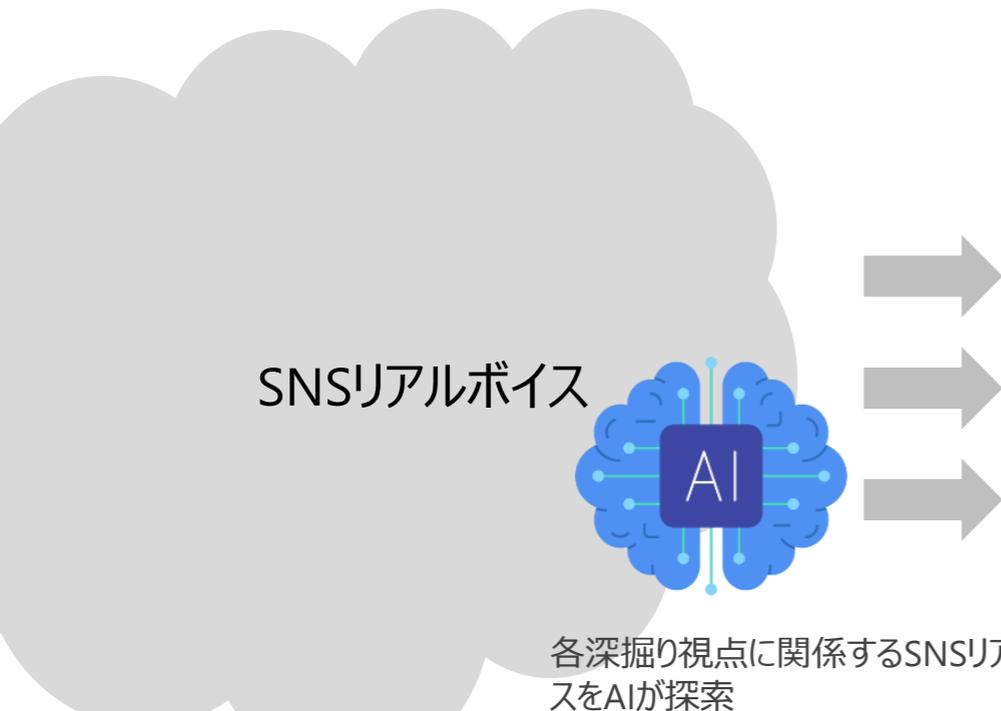
分析アプローチ①  
**セグメンテーション分析**  
イノベーションポイントに関連してどのような人とニーズが存在するのか

分析アプローチ②  
**アンメットニーズ分析**  
イノベーションポイントに関連して未解決のニーズとは何か

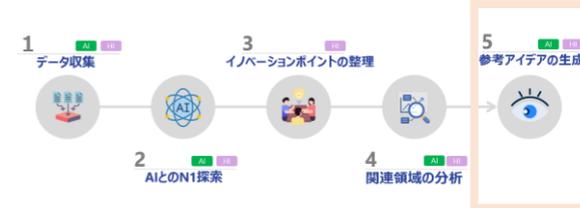
分析アプローチ③  
**ユーザーイノベーション分析**  
イノベーションポイントに関連してどのような行動・工夫があるのか

分析用AIとIpsos分析者が、お互いに議論をしながら各深掘り視点への答えを定性的に分析

具体的なサブクエッションは、イノベーションポイントの内容や全体テーマに応じて変更される可能性があります



# Discoverium AIの進め方 ステップ⑤：アイデアの生成-1



最後に、イノベーションポイントと関連領域の分析内容をベースに、AIを用いて製品アイデアを複数生成します。

ここでの生成アイデアは、それを開発のベースにするべきものというよりも、クライアント様が発想を広げるヒント・インスピレーションの種になることを目的とします。

イノベーションポイントごとに3個程度のアイデアを作成します。

## ■ AIの方向づけ①

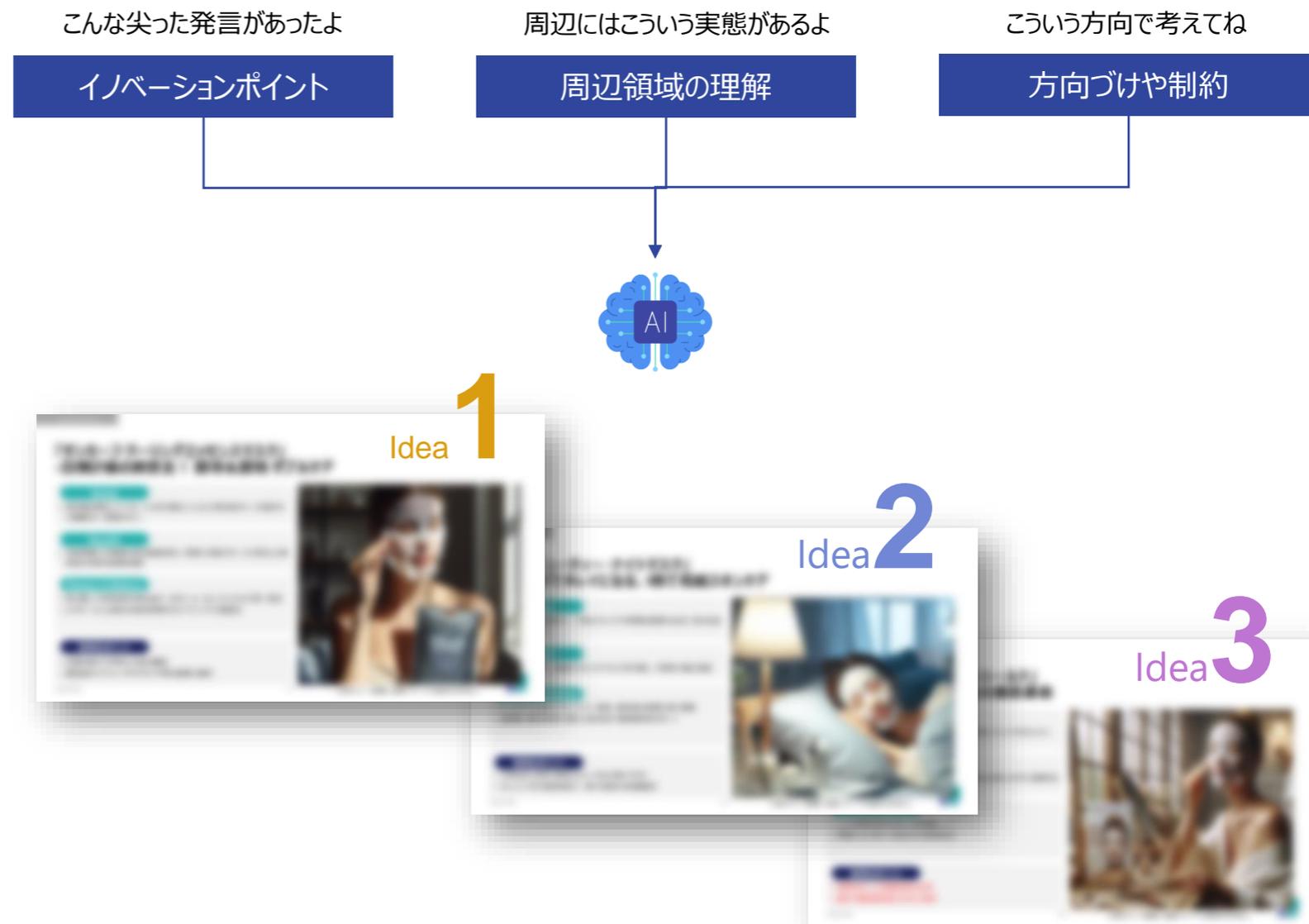
基本は、イノベーションポイントと関連領域の分析結果をAIにインプットすることでアイデア生成を行います。

一方で、こういう視点ではアイデアを生成しても活かさない等、特定の方向に制限をかけることも可能です。

## ■ AIの方向づけ②

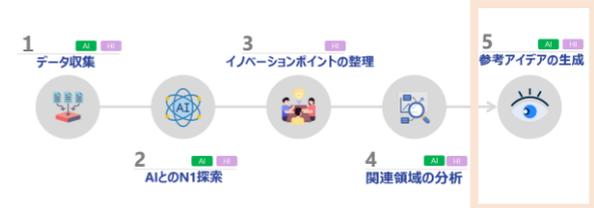
また、A,B,Cという大きな方向別にバリエーションを作る、なども可能です。

例：Xという自社資産を生かした方向／Yという関連ニーズを軸に添えた方向、etc



# Discoverium AIの進め方

## ステップ⑤：アイデアのポテンシャル評価



生成されたアイデアの中から優先度の高いもののポテンシャルを評価するため、簡易的な定量アンケートを行います。

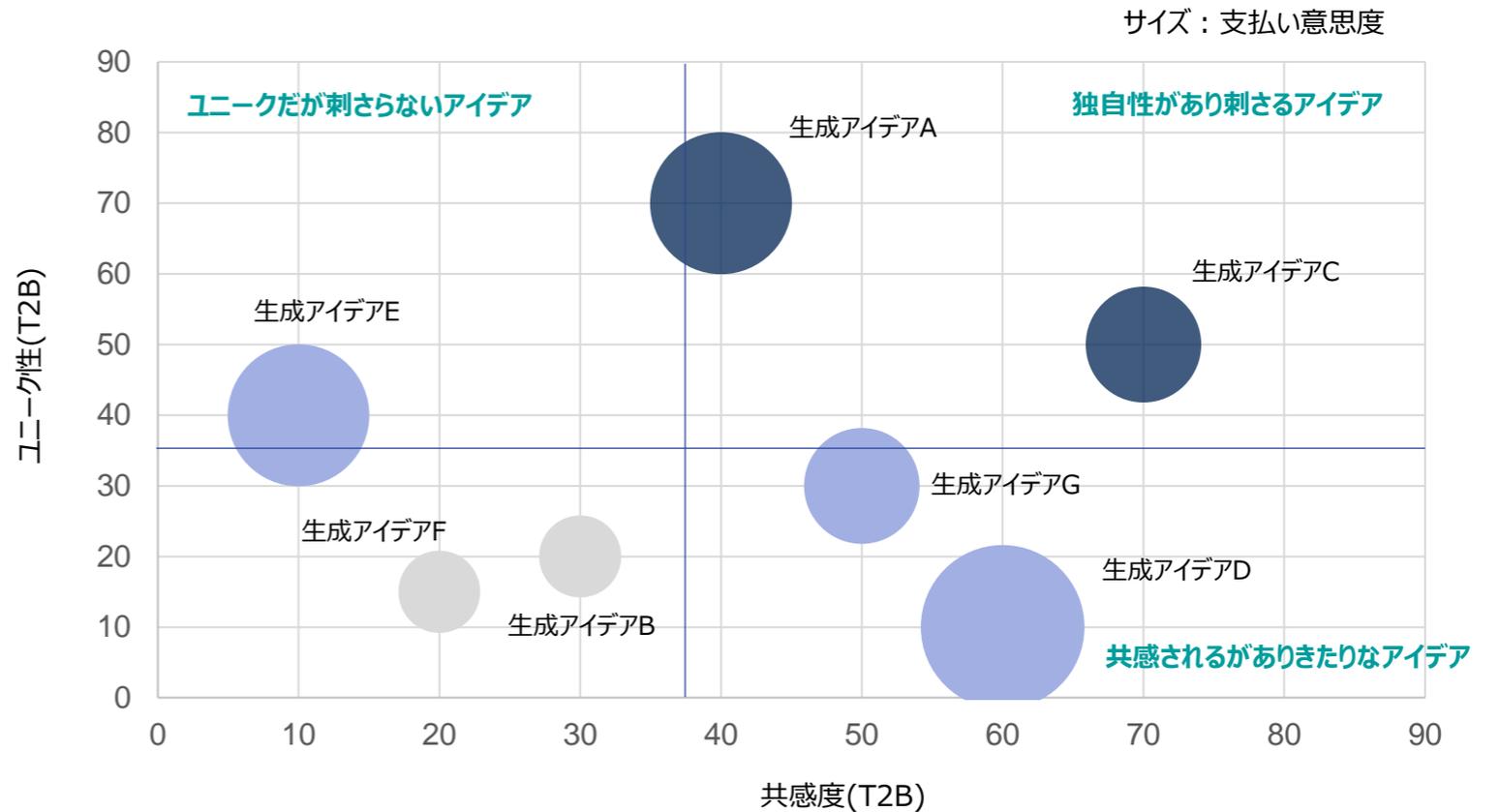
※最大で10案まで  
 ※Ipsosのクイックアンケート「FastFact」を利用

この段階では「コンセプト」と呼べる内容にはなっていないため、購入意向などを測ることはできません。アイデア段階のパフォーマンスを定量化するため、以下の指標を聴取します。

### ■ アイデアパフォーマンス指標

- ① **共感度**：アイデアの内容（解決される困りごと）にどの程度共感するか
- ② **ユニーク性**：アイデアの内容（解決方法）は、他の製品やサービスにはない独自のものと感じるか
- ③ **支払い意思度**：アイデアの内容が製品化されたら、お金を払ってもよいと感じるか

※上記に加えて、アイデアの良い点・悪い点のOAも聴取



- 評価するアイデア群の中での相対的なパフォーマンスをとらえます
- デモグラ基本条件は1パターンのみ
- 簡易的なデモグラ割り付けは可能
- 最大のトータルサンプルサイズは500。1案あたり、50～100s程度の想定。
- 簡易的なシーケンシャルモナディックでの評価

※より本格的な定量調査を実施する場合は、別途お見積りを行います

# Discoverium AIの進め方 アウトプットイメージ

## サマリー&インプリ

アイデア創造の方向性を整理・示唆



## イノベーションポイント整理

発見サイクルによって特定した  
イノベーションポイントを整理

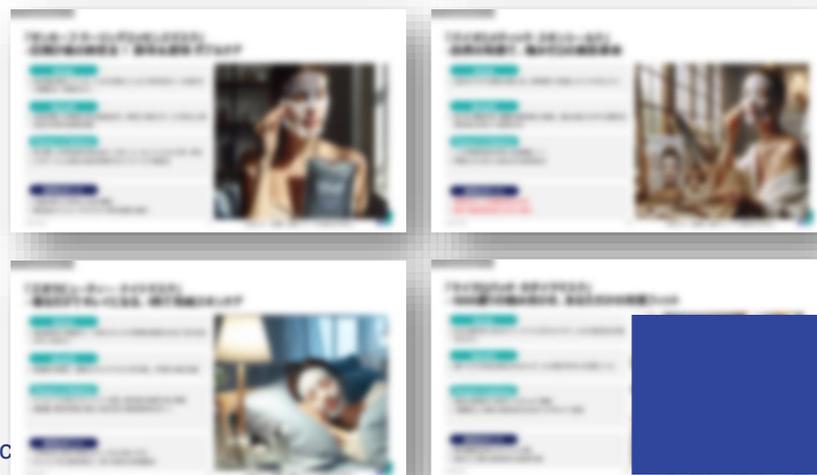


## 周辺領域の理解

各イノベーションポイントの周辺領域の理解

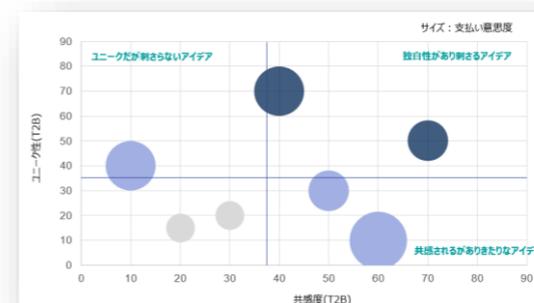


## 生成した参考アイデア



## ポテンシャル定量化

- 選択された10案のポテンシャル評価結果
- 評価OA書き抜きも納品

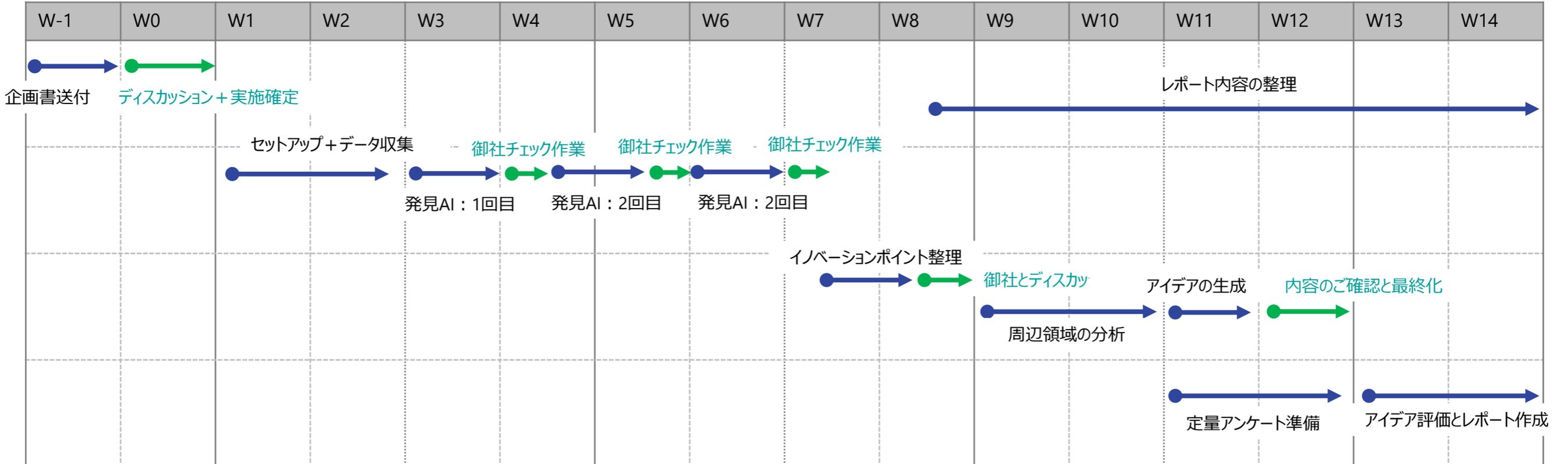


# コストとスケジュール



# コストとスケジュール スケジュール概要

- Ipsosの対応アクション
- クライアント様と一緒に対応するアクション



## コストとスケジュール プロジェクトに際した投資費用

費目	費用	備考
企画費	¥ 500,000-	
データコスト	¥500,000-	
AIシステム使用料	¥500,000-	
データサイエンス作業費	¥750,000-	
分析費	¥750,000-	
定量アンケート費	¥500,000-	
レポート作成	¥500,000-	
合計	¥4,000,000-	
管理費	¥ 600,000-	15%
<b>総計</b>	<b>¥4,600,000-</b>	

# THANK YOU

© 2020 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential, Trade Secret and Proprietary Information.

The contents of this document constitute the sole and exclusive property of Ipsos and/or the addressee and may not be used in any manner without the prior written consent of Ipsos. Ipsos retains all rights, title and interest in or to any of Ipsos' trademarks, technologies, norms, models, tools, proprietary methodologies and analyses, including, without limitation, algorithms, techniques, databases, computer programs and software, used, created or developed by Ipsos in connection with Ipsos' preparation of this document. No license under any copyright is hereby granted or implied.

The contents of this document are confidential, proprietary and are strictly for the review and consideration of the addressee and its officers, directors and employees. No other use is permitted, and subject to a separate written agreement between Ipsos and the addressee, the contents of this document (in whole or part) may not be disclosed to any third party, in any manner whatsoever, without the prior written consent of Ipsos.