

報道関係各位  
Press Release



2026年3月18日  
コグニティ株式会社

## 【調査報告】SoftBank World年代比較分析で見えた「届け方」に加わる「語りの起点」という第2の軸

— 世界観起点か、目標起点か：キーノート設計の分岐 —

知識表現AIを用い、会話・文章情報から組織課題を可視化するコグニティ株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役：河野理愛、以下「コグニティ」）は、SoftBank Worldにおける孫正義氏のスピーチ（2013年・2016年・2021年・2025年）を年代比較し、トップスピーチの“伝える設計”を読み解く総合分析を行いました。

The graphic features a speaker on a stage with a screen behind him displaying 'AIエージェントと人間/進化'. A red banner in the top right corner says '調査レポート'. The main text reads 'SoftBank Worldを分析すると「語りの起点」という第2の軸が判明'. Below this, a question is posed: '世界観を起点にするか？現実を起点にするか？大量情報時代のプレゼン設計のもう一つの軸'. To the right is a 2x2 matrix diagram. The vertical axis is labeled '<語りの起点軸>' with '世界観・前提起点' at the top and '実装・現実起点' at the bottom. The horizontal axis is labeled '<伝達設計軸>' with '収録・編集' on the left and '会場即興' on the right. The matrix contains 'SoftBank World' in the top-right quadrant, and 'WWDC', 'NVIDIA', and 'AMD' in the bottom-left quadrant.

コグニティはこれまで、CES / WWDCの分析から、大量情報時代の届け方には「ライブの即興」と「収録のコンテンツ化」という伝達設計上の2系統があることを示唆してきました。一方で今回、SoftBank Worldを同じ指標で照合すると、話量・話すスピード・フィーラーといった“届け方の指標”だけでは説明しきれない差分が残りました。そこでストーリーの入口である起点話題に着目すると、孫氏の語りは年代を通じて「人間と技術進化」という世界観を起点に組み立てられる傾向が強く、CES / WWDCで多く見られた「達成したい未来像から逆算し、技術・実装へ落とす」型とは異なる設計であることが分かりました。これにより、伝達設計における届け方に加えて、語りの起点が「世界観起点」か「目標起点」かという第2の分岐軸になり得ることが明らかになりました。

### ■ 調査の背景

近年、企業トップによるスピーチ/Keynoteは「伝える情報量」が増え続け、話量やスピードを上げてても聞く側の理解が追いつかないという課題が顕在化しています。コグニティはこれまで、高成長企業のCES KeynoteやAppleのWWDC Keynoteを比較し、情報量増大の中でも理解を成立させる“伝達設計”が分岐していることを報告してきました。

一方で、SoftBank Worldにおける孫正義氏のスピーチは、同じ「大量情報環境での発信」でありながら、既報\*で着目した指標群（話量、話すスピード、フィラー、ストーリー展開）において、異なる傾向を示しています。そこで本稿では、SoftBank Worldの年代比較を通じて、「伝えるテクニック」を伝達設計軸だけでなく、語りの起点軸を加えた2軸・4象限で整理することを試みます。

### \*既報

- ・【調査報告】CESのキーノートを分析すると10年で200%以上成長する企業の共通点が見えてくる：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000043.000012053.html>
- ・【調査報告】CES Keynote 予測分析で分かった“高成長企業に分岐点”：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000047.000012053.html>
- ・【調査報告】Apple WWDC2020 × CES高成長企業キーノートで「届け方の2系統」が判明：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000051.000012053.html>

### ■ 分析の方法（総合分析）

本分析では、SoftBank Worldにおける孫正義氏のスピーチ（2013年・2016年・2021年・2025年の計4本）を対象に、2020年前後で区分して比較しました（総量189分、最長：2016年、最短：2021年）。

指標は、話量（文字数）、話すスピード（1分あたり文字量）、フィラー（不必要語句・クセ）、指示語、ストーリー展開（流れ/枝分かれ）、起点話題（主な入口トピック）等です。

※評価算出・可視化にはコグニティ独自技術を用います。

実施年	データ名	スピーチ尺 (H:M:S)	区分
2013	SoftBank World 2013	0:51:55	2020年以前
2016	SoftBank World 2016	1:17:28	
2021	Softbank World 2021	0:12:41	2020年以降
2025	SoftBank World 2025	0:47:24	

表1：分析対象データ一覧

### ■ 主な結果①：SoftBank Worldは「伝達設計×語りの起点」で別象限に位置する

既報のWWDC×CES分析（※本稿では高成長企業のCESキーノートを代表する事例としてNVIDIA/AMDを用いる）では、大量情報時代における届け方の合理解として「ライブの即興」と「収録のコンテンツ化」を提示しました。

しかし、SoftBank World（以下SBW）を同じ指標で分析すると、話量・話すスピード・フィラーといった“届け方の指標”だけでは説明しきれない差分が残りました。

そこで本稿では、伝達設計にもとづく届け方に加えて、スピーチ全体のストーリーがどこから立ち上がっているか——すなわち「語りの起点」を第2の軸として導入します。この軸

（世界観起点／目標起点）の定義は、主な結果②で示す起点話題（ストーリーの入口）の傾向にもとづき整理したものです。

※本稿でいう「目標起点」とは、達成したい未来像（目標）を先に置き、その実現に必要な技術・エコシステム・実装へバックキャストする語り方を指します。

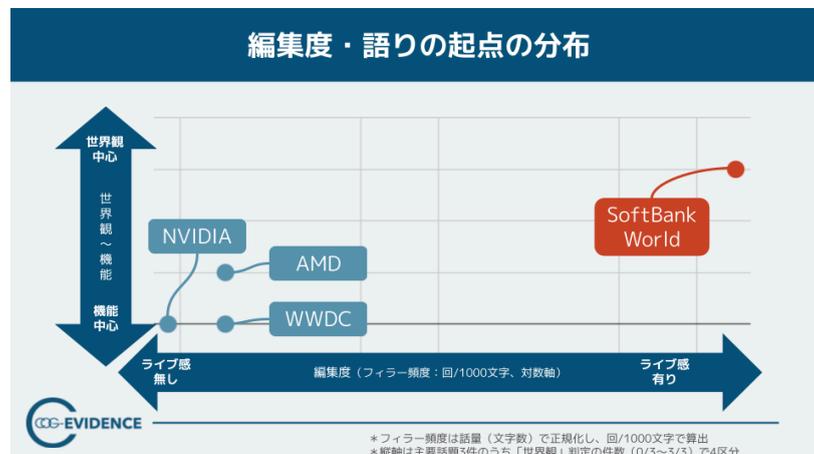


図1：キーノートの型の分布（編集度×語りの起点）

**【図の見方】**横軸は、編集度（フィルター頻度）として、フィルターの検出数を話量（文字数）で正規化し、回/1000文字で算出（対数軸）。右ほど“ライブ感”が残りやすく、左ほど“編集・統制”が強い届け方を示す。フィルターは「完成度」ではなく、ライブ性をどこに置くかの設計変数として扱っている。

縦軸は、語りの起点（世界観比率）として、各回で検出された情報量の多い話題1位から3位の3件のうち、世界観（人間観・文明観・前提）側と判定された件数を示す。

プロットの点は各イベントの位置を示す。

**【読み取れること】**SBWは、世界観寄り×ライブ感あり（ライブ感が出る／フィルター頻度が高い）の領域に位置し、他のキーノート群とは異なるポジションとなっている。一方で、WWDCおよびNVIDIAは、相対的に機能寄り×ライブ感なしにまとまっており、「大量情報を崩さず届け切る」側の設計に寄った配置になっている。

AMDはその中間に位置し、世界観要素とライブ性を“どこに置くか”を混在させた構造になっていることが示唆されている。

**【示唆】**大量情報時代の伝達設計は、「ライブの即興／収録のコンテンツ化（編集度）」だけでなく、「語りの起点（世界観／機能）」も同列の設計変数になり得る。CES/WWDCの高成長企業に見られたように、機能説明に閉じず「未来像→共創→主導的立ち位置」まで含めて語る設計もあり（＝世界観側に寄せる設計も取り得る）、目的に応じて“起点”を選ぶのが合理的。したがって、届け方（編集度）×語りの起点を分けて設計し、「どの象限を狙うか」を先に決めたいうえで、話量・構造・映像／音声分担・即興パート配置を最適化する、という整理が有効となる。

※この図は優劣を表すものではなく、届け方（編集度）と語りの起点による設計上の“配置の違い”を見るためのものです。

なお、図1の横軸の違いを補助指標で確認するため、話すスピード（文字/分）をCES/WWDCの代表例とSBWで比較しました（図2）。

## 分析結果：話すスピード（1分あたりの文字量）

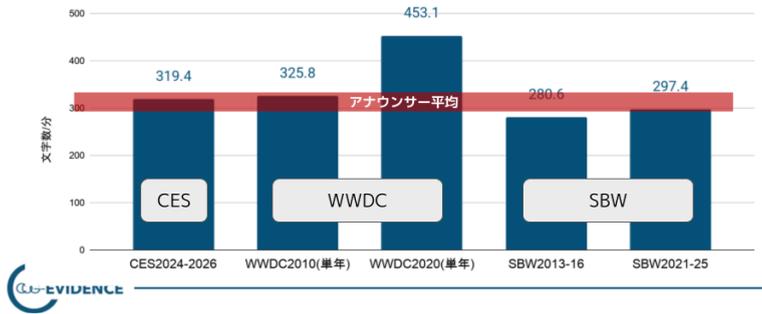


図2：話すスピード（1分あたりの文字量）

**【図の見方】** 話すスピードを、1分あたりの文字量（文字/分）で比較。CESは期間平均、WWDCは単年代表例、SBWは各期間の平均。赤帯は参考地としてアナウンサー平均を示す。

**【読み取れること】** WWDC2020（単年）が最速（高密度）である一方、SBW（2013-16/2021-25）はいずれもアナウンサー平均を下回り、CES/WWDCより低速側に位置する。

**【示唆】** SBWは“高速大量伝達”ではなく、間合いを含むライブ性を前提とした設計に寄っている。したがってSBWの特徴は、横軸の伝達設計においてもCES/WWDCの代表例と異なる傾向を持つと認識できる。

### ■ 主な結果②：起点話題は「コンピューターと成長戦略」から「AIエージェントと人間・進化」へ

ここでは、主な結果①で定義した「世界観起点/目標起点」を、起点話題の一覧比較によって裏付けます。

年代で比較すると、2020年以前は「コンピューター」や「未来の成長戦略」を入口に置く話題が中心である一方、2020年以降は「AIエージェント」「人間」「進化」といった、人間観・文明観を含む話題が入口として前面に出ています（起点話題の一覧より）。

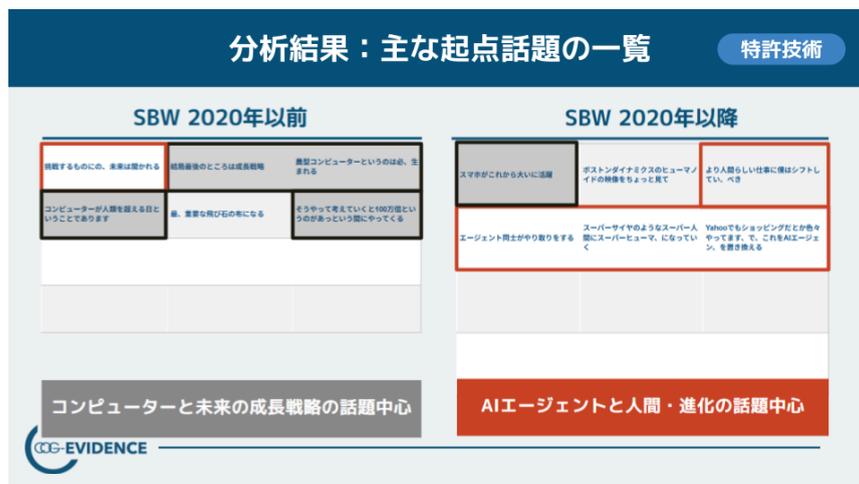


図3：分析結果：主な起点話題の一覧（2020年以前/以降）

**【図の見方】** 各年代区分で、スピーチにおける起点話題（トピックへの入り口）を抽出し、代表項目を左右に並べた。下段は「話題中心」の要約ラベル。

**【読み取れること】** 2020年以前は「コンピューターと未来の成長戦略」中心、2020年以降は「AIエージェントと人間・進化」中心。

**【示唆】** 語りの起点が「技術の進歩」から「人間・社会の進化」へ移ることで、同じライブ形式でも“受け取り方の前提”が変わる。

**■ 主な結果③：話量は減り、指示語も減る——“情報の盛り込み”ではなく“焦点化”が起きている**

話量（文字数）は、2020年以前の平均が 18,183文字、2020年以降の平均が 8,772文字と大きく減少しました（話量比較）。また、1000文字あたりの指示語数も、2020年以前合計12.1回 に対し、2020年以降 合計8.9回 と減少しています。

これは、以前報告したCESやWWDCのキーノートに見られる単に情報量が増えていく潮流とは逆方向の変化であり、「世界観（前提）を置いてから一気に広げる」のではなく、「起点をより明確にして焦点化し、伝達を成立させる」方向の設計が強まっている可能性を示します。（図4：話量、図5：指示語）

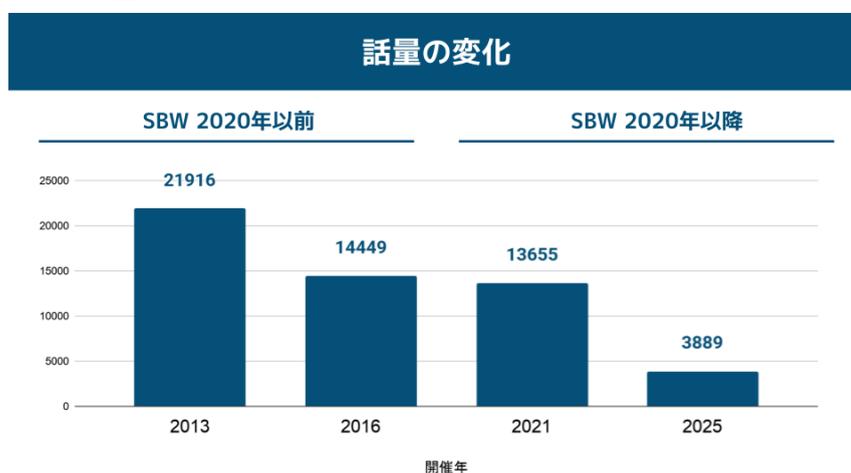


図4：分析結果：話量の違い（文字数）

**【図の見方】** 2020年以前／以降で、話量（文字数）を比較する。

**【読み取れること】** 2020年以降は話量が大きく減少（18,183→8,772）。

**【示唆】** 「情報を盛る」増量戦略ではなく、「焦点化して世界観を立てる」設計が強まっている可能性。



図5：分析結果：1000文字あたりの指示語の数

【図の見方】 指示語の頻度を1000文字あたりで正規化し、年代区分で比較する。

【読み取れること】 2020年以降は指示語が減少（12.1→8.9）。

【示唆】 「それ・あれ」でつなぐ説明より、主語・対象を明示して前提を固定する伝達に寄っている可能性。

## ■ コグニティの示唆

### <世界観起点か、目標起点か——語りの起点が届け方と並ぶ設計変数になる>

既報では、大量情報時代の届け方を、「ライブの即興」と「収録のコンテンツ化」という2系統として整理しました。一方、今回のSoftBank World年代比較では、同じライブ形式でも、ストーリーの入口としての起点話題が「世界観起点」か「目標起点」かによって、スピーチ全体で何に焦点を置くか、何を先に共有するかが異なってくることが示唆されました。（※本稿でいう「目標起点」とは、達成したい未来像つまり目標を先に置き、そこから必要な技術・実装へ逆算して語りを展開する構成を指します。）

CES/WWDCに多く見られる目標起点のスピーチでは、達成したい未来像を先に置き、そこから技術・実装、さらに共創の必要性へと逆算する構造が強く現れます。実際、CESでの高成長企業のキーノート分析では「未来像→共創の呼びかけ→主導的な立ち位置」という一貫したストーリー構造が確認され、注目点は「AI・未来」そのものより「目標から逆算して語る」点にあると整理されています。この型では、聞き手や場面を広く取り込みながら誤解なく前に進める必要があるため、結果として情報量や説明の組み立てといった構造制御への要求が高まりやすいと考えられます。

一方、SoftBank Worldに見られる世界観起点のスピーチでは、人間観・進化観などの前提を共有したうえで未来像へとつなげるため、情報量の多寡だけでなく、ライブの間合いを含む“体験としてのライブ性”をどこに置くかが重要な設計変数になり得ます。

つまり、大量情報時代の企業の発信を左右するのは、伝達設計としての情報の届け方だけではありません。語り始めを世界観起点に置くのか、目標起点に置くのかという設計は、届け方の設計と並ぶ第2の軸になり得ます。

コグニティは今後も、キーノートや経営者スピーチなどの定性情報を構造的に分析し、企業が自社の目的に合った「伝達設計」と「語りの起点」を選び取れるよう、再現可能な設計知として提供していきます。

## ■ 分析レポートについて（限定公開）

本分析の詳細版（構造図、比較観点の定義、抽出ルール、参考図表を含む）は限定公開です。技術プレゼンに関係する皆様には、高成長企業の事例から得られる「伝える技術」に関する情報を共有します。取材・内容確認・レポート閲覧をご希望の方は、下記お問い合わせ先までご連絡ください。

\*お問い合わせ先：<https://cognitee.com/contact>

\*本リリース中で言及している会社名・製品名は、各社の商標または登録商標です。

\*本分析は発信構造の比較であり、特定の企業・人物の優劣を断定するものではありません。

## ■ トライアルのご案内：Baseline Review機能

コグニティは、会話・文章などの定性データを、独自の構造化技術により「改善に使える指標」と「行動に落ちる示唆」に変換する分析サービスを提供しています。商談・会議・社

内共有・研修・顧客対応・IRなど、目的に応じてコミュニケーションの“伝わり方”と“成果につながる要因”を可視化し、改善の優先順位と打ち手を提示します。

その入口として、短期間で現状の課題と改善の方向性を把握できる「Baseline Review（お試し）」を5万円（税別）で2026年1月27日にリリースいたしました。個人・組織の力量を確かめるため、パフォーマンスが良いトーク/悪いトークの違い（構成・論点の置き方・説得の流れ等）や最終版の再レビュー（Before/After比較）として、録画・音声・書類等を2本ご提出いただくことで、分析結果とブリーフィング1時間でフィードバックします。（個人利用の場合は、ブリーフィングに代わりメールもしくはオンラインセミナーにて実施）



**組織判断は、  
感覚で決めない。**

Baseline Review提供開始  
2件までの個別検定+意思決定ブリーフィング

月**30社**限定  
初回**5万円**  
(税別)

会議・商談・1on1・チャット・報告書  
組織のリアルを定量化、要因抽出から成果検証まで。

申込ページ：<https://cognitee.com/baseline-review-cog-evidence>

### 【コグニティ株式会社 会社概要】

- 社名：コグニティ株式会社
- パーパス：技術の力で、思考バイアスなき社会を。
- 事業内容：定性情報の定量化技術を使った組織分析サービス
- 本社：〒140-0015 東京都品川区西大井一丁目1番2-208号
- 設立：2013年3月28日
- Web：<https://cognitee.com/>
- 資本金：6億円（準備金含む）
- 従業員：71名（リモートワーカー含む）
- 代表者：代表取締役 河野 理愛
- 受賞歴他：
  - EY Innovative Startup エンタープライズ部門受賞(2019)
  - 第11回 HRアワード 人材開発・育成部門 最優秀賞(2022)
  - 第22回 一般社団法人日本テレワーク協会 テレワーク推進賞 優秀賞受賞(2022)
  - 第3回TOKYOテレワークアワード 推進賞(2023)
  - 一般社団法人生成AI活用普及協会協議員(2023～)

本件に関するお問合せ  
コグニティ株式会社 広報担当：奥井  
Email: okuinagisa@cognitee.com TEL: 03-4212-8445