

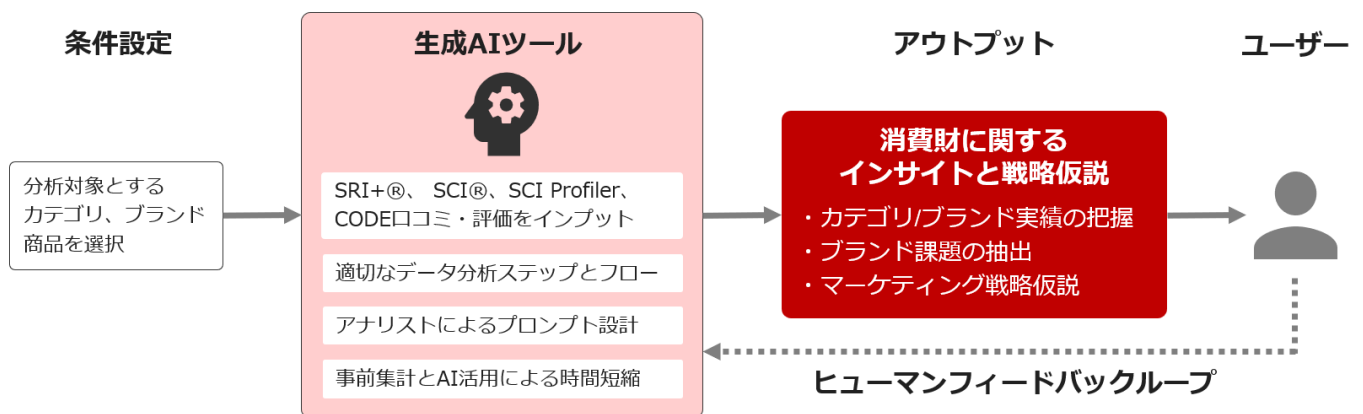
国内最大級のパネル調査データ群を生成 AI にインプットし、 分析から戦略仮説の導出まで行なうツールを開発

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、取締役社長:檜垣 歩、以下インテージ)は、全国約 6,000 店舗を対象とした小売店パネル調査(SRI+®)、全国約 70,000 人の消費者パネル調査(SCI®)、買い物アプリ「CODE」のロコミ・評価など、自社グループで保有する国内最大級のパネル調査データ群をインプットデータとし、生成 AI によって分析からマーケティング戦略仮説の導出までを行うツールを開発しました。

本ツールは、消費財市場におけるカテゴリ・ブランドの現状把握を起点に、簡単な設定での分析や購買者プロファイリングを可能にするとともに、得られた分析データを生成 AI が解釈し、構造的なサマリーや複数のインサイト、戦略仮説を迅速に推論・導出できる点を特長としています。

まず当社内の顧客対応部署において、お客さまへの企画提案やディスカッションに活用することで、ファクトに基づくスピーディな課題抽出と多角的な仮説構築を可能にし、お客さまの意思決定、施策実行の支援に貢献してまいります。

■生成 AI 分析・マーケティング戦略導出ツールの概要



【主な機能】

- ① ブランド分析 (ブランド実績分析、顧客構造分析、ロコミ分析)
- ② 生成 AI マーケティングプランニング (分析テーマ別/総合マーケティングプランニング機能)
- ③ プロファイリング分析
- ④ カテゴリ分析機能

※③④は 2026 年 6 月までに追加開発・実装を予定

【使用データ】

名称	概要
SCI®(全国消費者パネル調査)	全国 15 歳～79 歳の男女 70,000 人の消費者から継続的に収集している日々の買い物データを蓄積したデータです。
SCI Profiler(生活者価値観アンケート)	SCI の調査対象者に対して年 1 回実施している大規模なアンケート。生活・消費価値観を中心とした豊富なプロフィール情報です。
SRI+®(全国小売店パネル調査)	全国約 6,000 店舗の販売実績から国内全体の売上を推計した小売店販売データです。
CODE ロコミ・評価	当社グループの(株)リサーチ・アンド・イノベーションが運営する MAU30 万人の買い物アプリ「CODE」に投稿される、実購買者のロコミ・評価です。

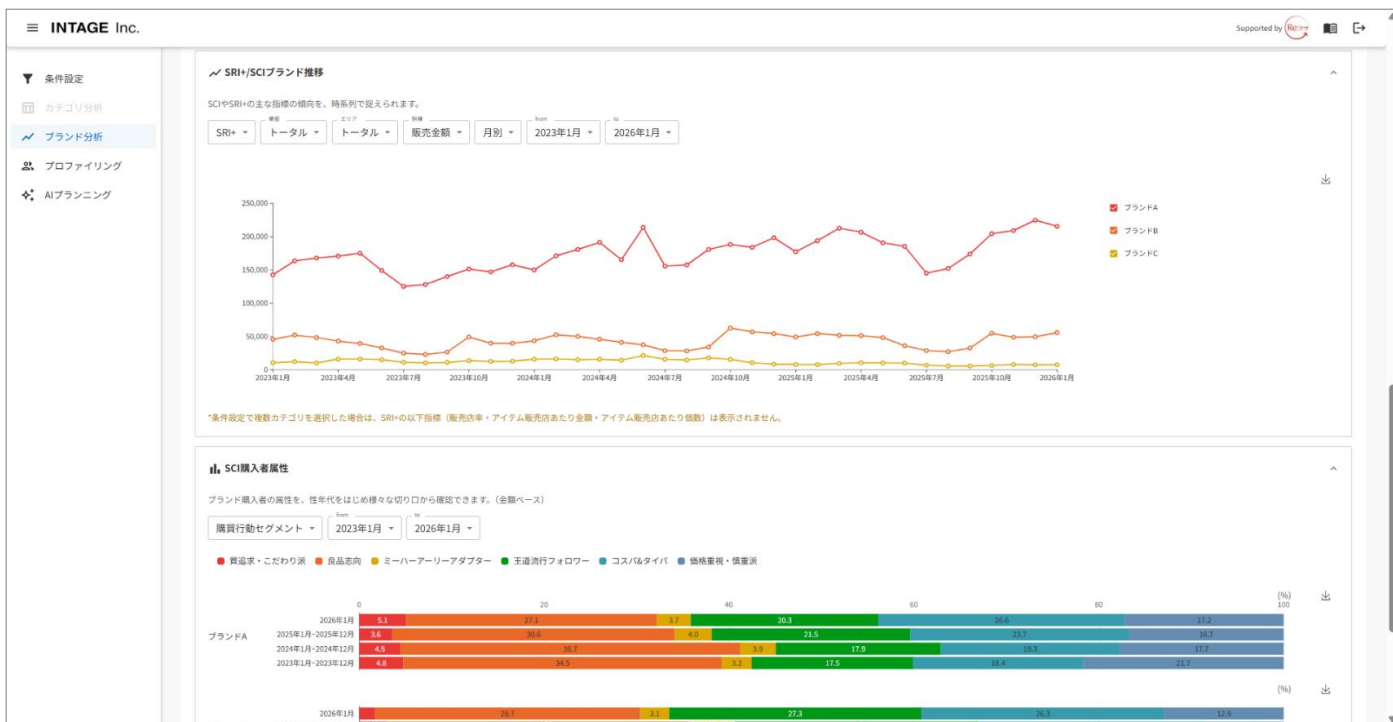
■本ツールの特長

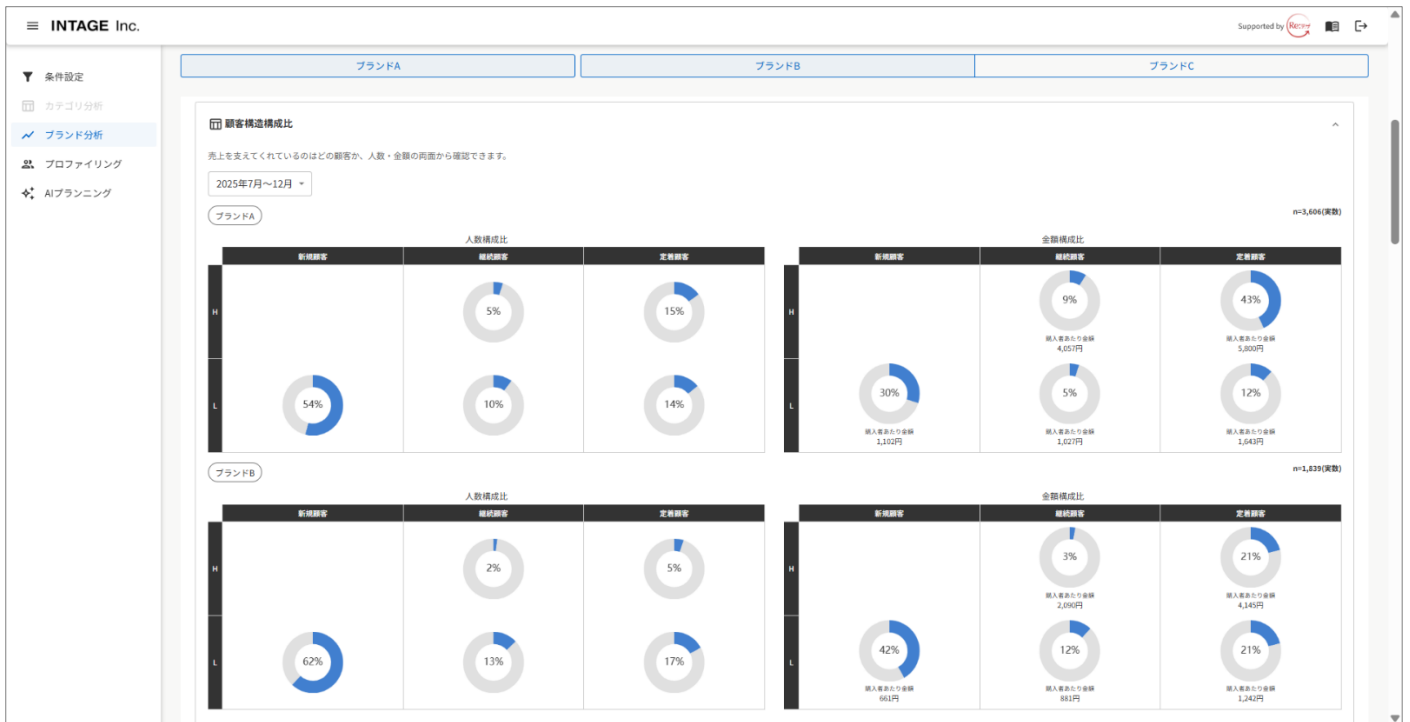
本ツールでは以下の 4 つの要素を組み合わせることで、生成 AI 利用時の課題であるハルシネーション(誤回答)を抑制し、エビデンスに裏付けられた妥当性の高い分析サマリーや、複数のインサイト、マーケティング戦略仮説を高速で導出することを可能にしています。

1. 生成 AI 活用を前提に最適化したデータマート構造
2. インテージ独自の知見に基づく分析ステップ
3. 当社アナリストによる構造的なプロンプト設計
4. 事前集計と生成 AI 活用による、アウトプット作成の圧倒的な時間短縮(※)

※一例として「顧客構造分析」に要する時間は、従来の工程と比較して約 20 分の 1 です

【ツール画面(抜粋)】





総合プランニング結果

ブランドA: 総合マーケティング戦略 2025【4Pアクション提案】
--**ブランドB/Cとの比較、顧客構造・トレンド・購買者インサイトを踏まえた全体戦略--

トップラインサマリー

- ブランドAは高LTVな定着H層（主に50代以上の女性・高齢者健康志向）という強固なコアに支えられている。
- しかし**高齢化・ロイヤル層の自然減、若年および現役女性・現役世帯の定着率低下**と同時に、**新規→継続昇格パスが鈍化**。
- 総合ブランドBは新規・ミュー・ライト層で間口を拡大（ただしLTV薄い）、Cはコスパ層・“使いやすさ”で分散獲得。
- **コア維持×若年・現役層のロイヤル化エンジン再設計／購買体験・プロダクト・流通・プロモの全方位改革**が持続拡大の必須テーマ。
- 2025年~次世代成長のカギは、「健康訴求の進化版」「タイパ/コスパ訴求」「エンターテインメント」「新食シーン獲得」「デジタルCRM化」にあり。

【1. 市場/顧客・ブランド課題】

追加の要望はありますか？ 生成する

■今後の展開

本ツールの開発・運用を通じて得られる知見やノウハウを活かし、対外向けサービスとしての展開も視野に入れています。具体的には、当社パネルデータ提供システムへの組み込みや、お客さまが保有する各種データ、さらには外部 AI エージェントとの連携などを検討していきます。市場代表性があり信頼性が高いインテージのデータ資産を生成 AI によって最大限に引き出すことで、顧客のマーケティング意思決定支援のためのケイパビリティを中長期的に強化し、お客さまのマーケティング活動の支援に活かしてまいります。

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージは1960年に創業。インテージグループとしてアジア No.1*であるマーケティングリサーチ／インサイト事業に加えてマーケティングソリューション事業を展開し、9か国の海外拠点とともに国内外の企業・団体のマーケティング活動を総合的に支援しています。事業ビジョンとして“Create Consumer-centric Values”を掲げ、深い生活者理解とデータ活用的高度化による顧客企業支援を通じ、生活者の幸せの実現を目指しています。

*「ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies 2025」に基づく(グループ連結売上高ベース)

【インテージグループについて】<https://www.intageholdings.co.jp/>

(東証プライム市場 証券コード:4326)

インテージグループは1960年の創業以来、さまざまなデータを収集・加工・分析し、当グループならではのインサイトを加えてお客さまに提供。その意思決定を支援してきました。お客さまのパートナーとして「問い」に寄り添い、生活者理解とテクノロジーを融合させて「次の一手」を導きます。

【本件に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージ データマネジメント事業本部サービス DX 部 担当:飯野／宮越

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当:下河原／水口

TEL: 03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」: <https://www.intage.co.jp/contact/>