

2026年6月8日

株式会社ロイヤリティマーケティング

AIでインタビュー調査と分析を効率化する 「InsighTALK AI（インサイトクエーアイ）」の提供開始 ～ Ponta リサーチ会員を対象に、チャット形式で生活者インサイトを深掘り ～

共通ポイントサービス「Ponta（ポインタ）」を運営する株式会社ロイヤリティマーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：勝 文彦、以下「LM」）は、2026年6月8日（月）、AIがインタビュアーとなり、チャット形式で生活者のインサイトを深く掘り下げる調査サービス「InsighTALK AI（インサイトクエーアイ）」の提供を開始しました。Web アンケートの規模感とデプスインタビューの洞察力を両立したリサーチを通じて、大量の生活者のインサイトの把握を容易にし、企業の商品開発やマーケティング施策の立案を支援します。



企業が商品・サービスの開発や改善、プロモーション施策を検討する際、生活者の行動背景や意思決定の理由を把握することは欠かせません。その手法として、対面式インタビューや Web アンケートが一般的です。一方、対面式は生活者の声を直接引き出せるがインタビューの調整に時間や費用を要し、数名から数十名程度の規模となる、Web アンケート式は 100 名以上の大量の声を聴取できるが生活者のインサイトを深く掘り下げきれないという課題がありました。

このたび LM が提供を開始する「InsighTALK AI」は、人の代わりに AI がインタビュアーとなり、会員数約 260 万人を有する Ponta リサーチの会員に対して、チャット形式でインタビュー調査を行うサービスです。あらかじめ設定された調査の目的、テーマを踏まえ、AI が回答内容に応じて質問を自動生成することで、対話に近い自然な形で生活者の本音や潜在的なニーズを効率的に引き出すことが可能となります。日程調整を必要とせず、回答者が自身の都合のよい時に回答できるため、一度に 100 名以上を対象にした大規模な調査を実施できます。

調査の終了後、収集したテキストデータを AI を用いて分析し、施策の検討材料として活用いただけるレポートを納品します。

LM は、本サービスの開発・販売および 1 億人超の Ponta 会員のデータ分析を通じて、企業のマーケティングにおける課題解決を目指し、今後もマーケティング支援の強化を図ってまいります。

「InsighTALK AI」サービス紹介ページ

<https://biz.loyalty.co.jp/insightalkai>

「InsighTALK AI」のサービス概要

■サービスの特長

①手軽に大規模なインタビュー調査を実現

従来の対面式インタビュー調査は、参加者との日程調整に時間を要し、聴取できる人数が限られる傾向があります。「InsighTALK AI」では、手軽に大規模なインタビュー調査が実現できます。AI がインタビューを進行するため日程調整が不要となり、短期間で 100 名以上の調査が可能です。

②回答内容に応じて、AI がさらに掘り下げる質問を自動生成

調査目的・調査テーマや対象者の回答内容に基づき、AI がさらに掘り下げる質問を自動生成します。AI がインタビュアーの代わりとなるため、属人性を排除し、一定の品質で調査を実施できます。回答の理由や背景を掘り下げる質問によって生活者の意見や事情を深く把握することができると同時に、多くの回答を収集できるため回答の傾向や特徴などが把握しやすくなり、精度の高い示唆を得られます。

③AI によるテキストデータ分析で、施策につながる示唆を提供

回収した大規模なテキストデータを AI が分析し、セグメント別の傾向整理や示唆出しを行います。LM が分析結果をレポートにまとめて納品するため、企業側で分析作業を行うことなく、施策検討に活用いただけます。

■価格（税抜）

基本プラン ：200 万円から

※調査結果のサマリや施策への示唆をまとめたレポートとローデータを納品します

※調査対象人数・設問数により価格は変動します。また、初回限定のお試しプランを 80 万円からご用意しています

※2026 年 6 月時点の価格です。今後変更する場合があります

■基本スケジュール

最短4週間で納品が可能です。内容により、調査設計に追加で時間を要する場合があります。

- ・調査設計 : 1~2週間 (※)
- ・調査実施 : 2~3週間
- ・分析・レポート作成 : 1~2週間

※調査設計における、企業側の作業内容

クライアント企業には、調査要望として主に以下の項目を設定いただきます。LMが調査要望をAIに反映し、調査を実施いたします。

- ・調査目的
- ・調査対象者の条件
- ・深く掘り下げて確認したいテーマや設問

「InsighTALK AI」の活用例

■日用品メーカーにおける商品のリブランディングと販売戦略の見直し

自社商品のリブランディングおよび販売戦略の見直しに向け、改めてブランドのターゲットや利用実態、評価理由を捉え直すため、「InsighTALK AI」を用いた調査を実施しました。

対象商品および競合商品のヘビーユーザーを対象に、AIが利用頻度や購入理由、パッケージ評価などを掘り下げて質問し、聴取した回答を分析しました。その結果、生活者が評価しているポイントや改善余地が明らかとなり、競合商品とのポジショニングの再整理や、訴求メッセージ・パッケージ改善、販売戦略見直しの検討材料として活用されました。

事例

市場把握
日用品メーカー

生活者のインサイトを見つけ出し、販売戦略を見直し

課題

- 自社商品のリブランディングにむけた販売戦略見直しのため、ターゲットや利用状況を把握したい
- 過去にインターネット調査を実施したが利用者が少なく、戦略に活用できない


調査

1. 対象商品および競合商品のヘビーユーザーをスクリーニング
2. 対象者にチャットアンケートを実施

項目：利用頻度/理由、パッケージ表現・キーワード、不満体験など

結果

- AIがテキストデータを分類して、回答内容を分析
- ヘビーユーザーのプロフィールや、効果的な訴求内容、コンテンツを見つけ出す
- ユーザーの声から商品のニーズや、伝わっていない商品の訴求点などがわかり販売戦略の一助に



以上