

「声が届く世の中を創る」の実現に向けた挑戦

第11回消費者志向経営に関する連絡会

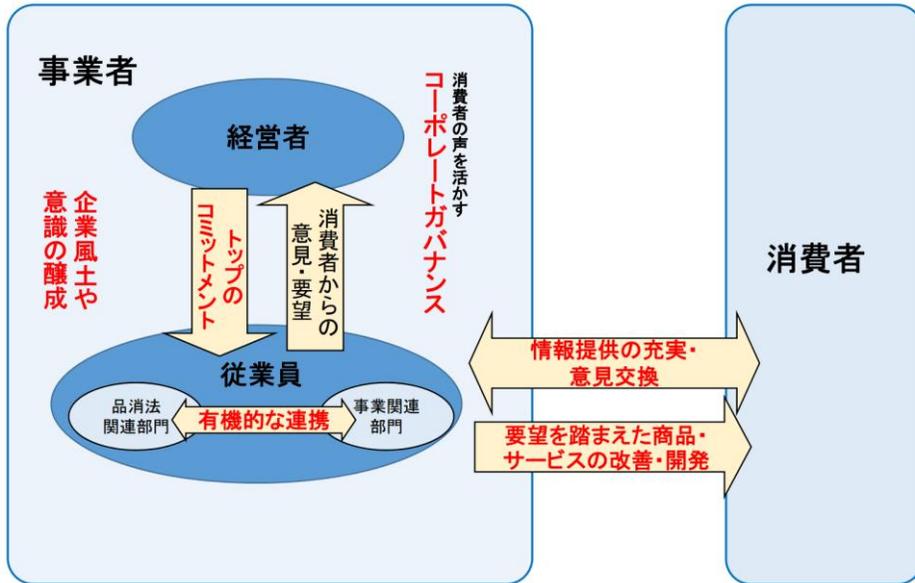
2022年6月



伊藤 友博

株式会社 Insight Tech CEO

1974年愛知県生まれ。
1999年 早稲田大学院建設工学修了。
同年、大手シンクタンクに入社。
ビッグデータマーケティング、AI（人工知能）を活用した新事業開発を牽引。2017年より現職。
日本マーケティング学会学会員。



消費者志向経営 =
生活者の声に耳を傾けアクションに繋げる

VoC (Voice of Customer) データの活用こそ 消費者志向経営実現のカギでは？

VoC : Voice of Customer :

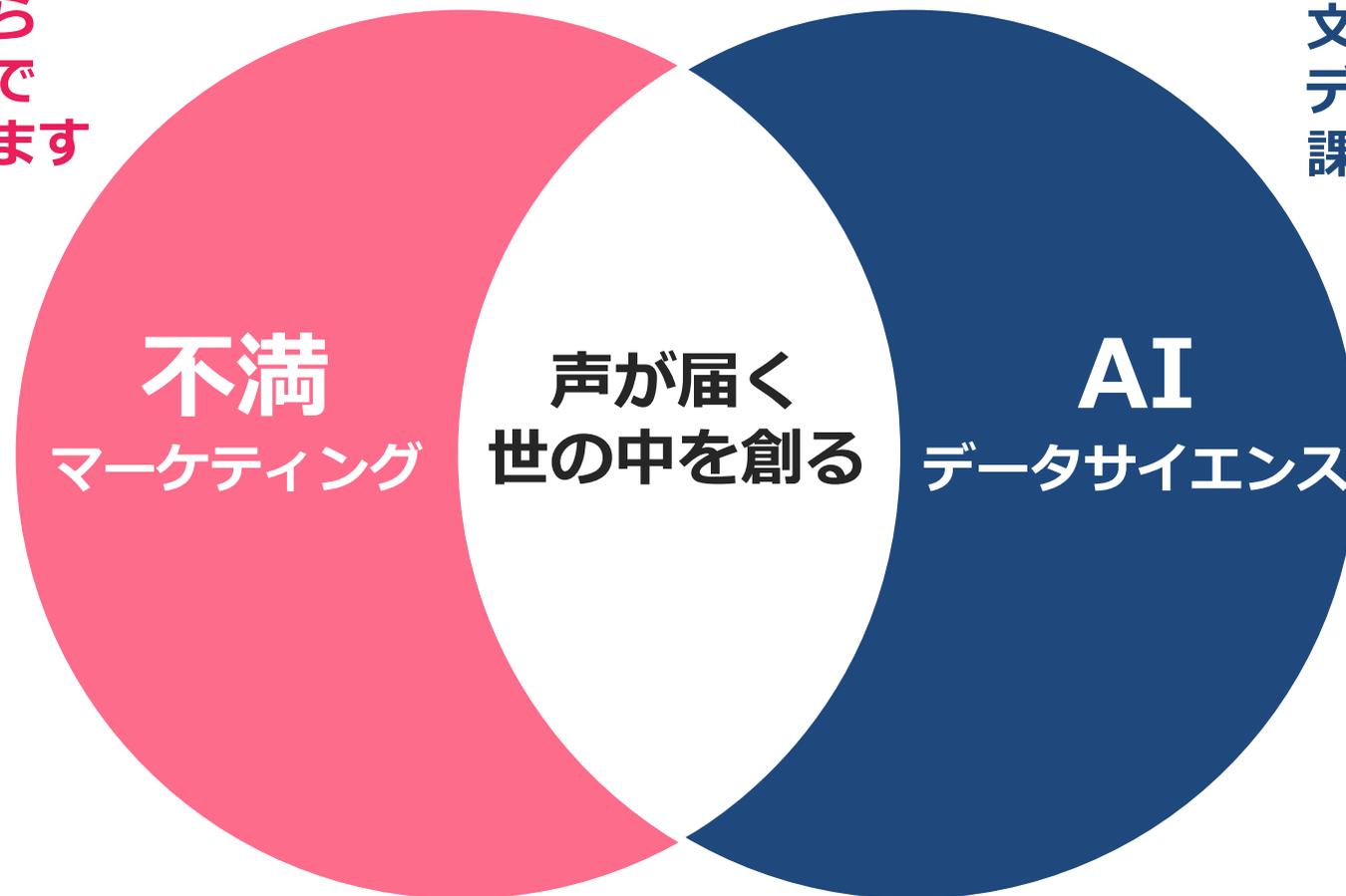
生活者が商品・サービスに対して思う声（不満・要望）。生活シーンの中で思う満たされない気持ち（期待）。コールセンターや顧客満足度調査で寄せられるコメント、SNSでの発言、不満買取センター等に寄せられる声などが該当する。

会社概要



世の中の『不満』から
マーケティングの力で
『価値』を生み出します

文章解析をコアに
データ×AIドリブンの
課題解決を実現します



あなたの不満、買い取ります！

 不満買取センター

人々の不満を買い取る「不満買取センター」とは



生活者が投稿する世の中の不満を「何でも」1件につき「1~10円(ポイント)」で買い取るウェブサービスです。



この仕組は「特許取得済み」です。

2020年2月10日に
サイト・アプリが大幅リニューアルしました！



<http://fumankaitori.com/>

人々の不満を買い取る「不満買取センター」とは



生活者が投稿する世の中の不満を「何でも」1件につき「1~10円(ポイント)」で買い取るウェブサービス
登録会員70万人から毎日約2万件の不満の声を収集し、3,200万件以上の不満DBを解析して企業や社会の課題解決を支援

あなたの不満
買い取ります!!

企業の商品やサービス、そして社会をより良くするためにあなたの日常にある不満を買い取ります。不満の中に眠った「ヒント」を私たちが届けます。

無料会員登録

スマートフォンのアプリでもご利用いただけます。

Google Play
で手に入れよう

App Store
からダウンロード

特許取得済
登録商標
© 2020 Insight Tech Inc.

みんなの不満
ピックアップ 新着

現在の会員数
563,880人

食品
調味料

かんたん麻婆豆腐 合わせ調味料 不満アース

合わせ調味料は人によっては記載された分量でも濃く感じてしまう。量を少なくしても、意外と量が残ってしまう。残しておいて次の時に使おうと思っても袋がジッパーとかがになっていないので、保存しておくことができない。

そういった人のために保存できるようなパッケージにしたい

ふまんとうこ 報告 12 わかる!



今日買った冷凍食品が美味しくない…

色落ちしないと口コミにあったのに一度で色落ちした

不満買取センター

(株式会社インサイトテック)

言語解析AIにより
不満の内容を分析します

分析した不満をレポート化して
企業や自治体に届けます

レポート化された不満は
商品やサービスの改善・開発に活用されます

登録会員様

日常で感じた不満を文章にして
スマホやパソコンから投稿します

+5point ↓ +8point

不満の内容に応じてAIが査定した
ポイントがもらえます

500ポイント貯めると1ポイント1円相当として
ショッピングギフト券に交換できます

「不満の声」の投稿例 -投稿時に購入への影響度も取得-



アプリやブラウザから不満内容を入力



不満内容に対する補足情報を続けて入力



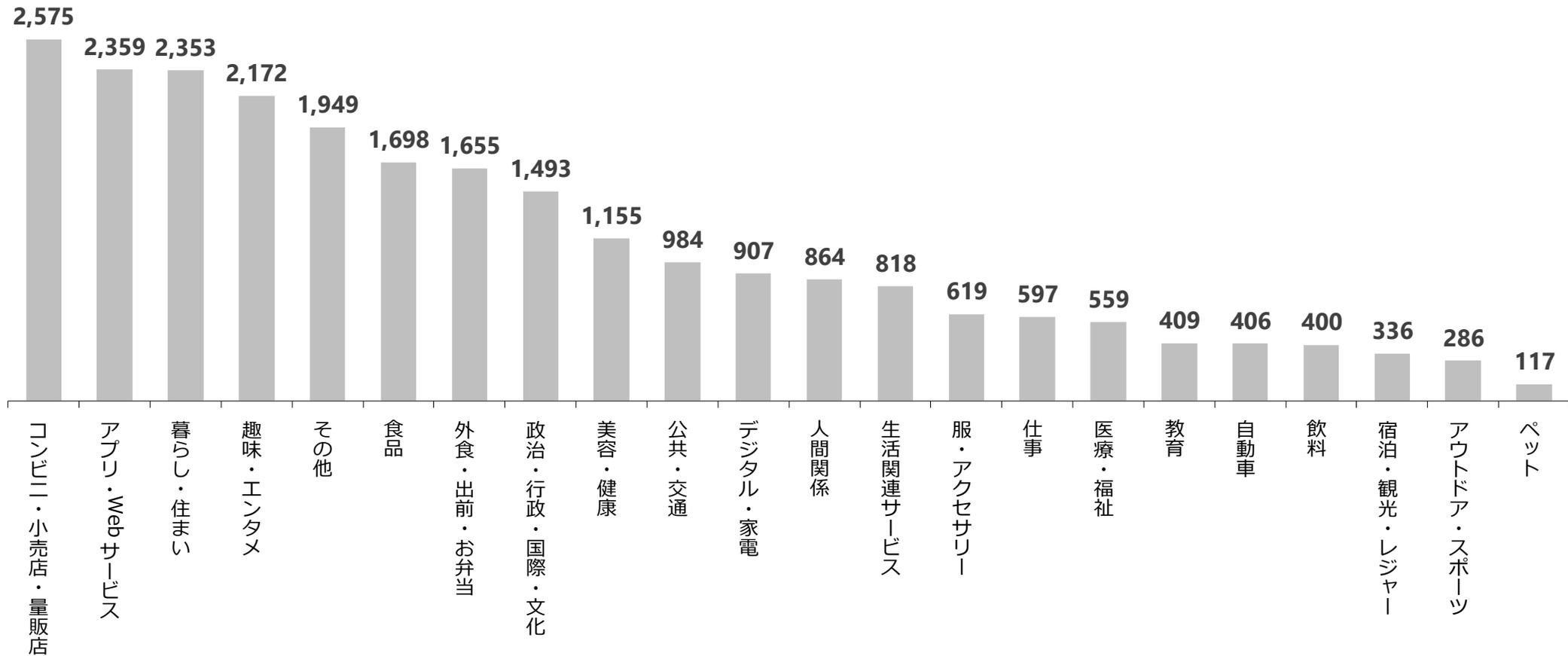
項目	記入例	形式
性年齢	女性30代	属性情報※ として 事前聴取
地域	福岡県	
職業	専業主婦	
子供人数	3人	
不満内容	あらかじめいつもの道を登録して行き帰りだけは自動運転できるようなシステムだけでもつくってほしい。安全面とか道に迷わないようにとか運転の負担などを軽くするように、人を乗せたりするデイサービスの送迎車とか需要あるのではないだろうか。	自記入 15文字 以上
カテゴリ	自動車	選択式
サブカテゴリ	不便/機能面	
企業名	自動車全般	自記入
不満対象	自動運転機能	
購買への影響度	<input type="checkbox"/> "利用/購入しなくなった" <input type="checkbox"/> "利用/購入頻度が減った" <input checked="" type="checkbox"/> 影響なし	選択式

カテゴリ別投稿件数(2022年4月時点)



(千件)

現行の業界カテゴリに移行した2017年9月からの累積投稿件数





会員70万人3,200万件のデータベースから
課題に沿った不満の声を抽出



不便や不満に敏感な改善意識の高い人
平均60~70文字の具体的な自由回答



文字情報をAIエンジンや独自辞書によって
ラベル分類し定量分析・定性分析を実施



自然発生かつ記憶鮮度の高い不満の声
新たな仮説や潜在的課題を発見

なぜ不満に注目するのか、どう活かせるのか



“不満” の意味

こうだったらよかったのに

現実と期待のギャップ

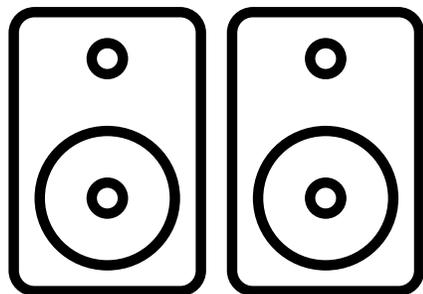
期待に応えることで「**-** ▶ **+**」になるのでは？

私たちは、生活者の不満をイノベーションの種と捉えています。



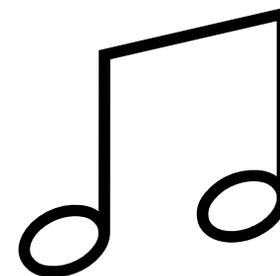
音楽を聴くための**モノ**への期待

値段が高い
電池がすぐ切れる
200Wのスピーカーが欲しい
スイッチが押しにくい



音楽を聴くという**コト**への期待

お風呂でも聞きたいよ
会話しながら聞きたいよ
お気に入りを知りたいよ
音楽仲間とつながりたいよ



プロダクト改善ニーズ
オールドノーマルへの**対処**

シーン未充足ニーズ
ニューノーマルを**創る**



「ブレンディ (R) ロースターズ&」

コーヒー本来の味わいを楽しめる「甘さなし」「ミルク少なめ」「厳選豆の使用」を特徴とする新商品を発売



味の素AGF (株) リテールビジネス部 Stickグループ長 高地祐史様コメント

スティックコーヒー市場のさらなる拡大に向け、生活者のスティックコーヒーに対する潜在ニーズや潜在的な不満の分析を進める中でインサイトテックの「不満買取センター」を利用いたしました。

「甘さ」を中心とするスティックコーヒーに対する生活者からの不満は、過去から社内でも定性的には認識していたものの、実際に生活者からのバイアスのかかっていない不満データを解析し、可視化・数値化をしていただいたことで改めて課題や優先度が明確となり、新製品開発に向けての大きなヒントとなりました。



「ブレンディ (R) ザリットル」

スティック1本で1リットルのおいしいドリンクを。持ち運びが楽で環境にも優しい新価値。



味の素AGF (株) リテールビジネス部 土屋洋人様コメント

《「ブレンディ®」ザリットル》シリーズは、水にもさっと溶けるパウダーであること、コンパクトなので買い物がしやすく、ストックにも便利であること、環境にもやさしい商品であること等、訴求できるポイントが多数存在しています。そこで、社会や生活者の変化を捉えながら、生活者を中心に据えた時の訴求の優先順位や方法を定める目的で「不満買取センター」を利用いたしました。実際に生活者からのバイアスのかかっていない不満データを解析し、可視化・数値化をしていただいたことで改めて生活者実態を把握することができ、商品の訴求やプロモーション構築において大きなヒントとなりました。



口臭チェックアプリ「RePERO」

口臭リスクを判定し、適切なオーラルケアをリコメンドする 口臭ケアでコミュニケーションを円滑に

口臭に関する不満から
CARE&CHECKニーズを発見

口臭チェックを通じてオーラルケア行動を実践
「お口の自信」というコトを提供し
活発なコミュニケーションをサポート

幅広い世代に共通して存在する口臭不安が、
様々なシーンで積極的なコミュニケーションを阻害している

私の息、臭かったら
どうしよう
集中できない！



今日を愛する。
LION



文章解析AI「ITAS（アイタス）」による“本音”の炙り出し





ITAS [アイタス : Insight Tech Text Analytics Service]



意見タグAI

- ✓ テキストの構文解析を行う機能
- ✓ フレーズ単位でのテキストマイニングが可能

可視化AI

- ✓ 類似する意見フレーズを束ねる機能
- ✓ 意見のトレンドを可視化することが可能

感情分類AI

- ✓ 節単位でポジ・ネガ分類する機能
- ✓ 意見の重み付け・感情判断に有効

汎用型AIエンジンとして貴社課題に応じたAIモデル構築においても活用可能



- インサイトテックは京都大学黒橋研究室と連携し、文書解析技術のビジネス活用を進めてきました
- 最先端の文章解析技術によって文章の構造を踏まえた要約が可能となり、数百万件に及ぶ膨大な文章の中から、目的に合わせた示唆を抽出することができるのです

共同研究パートナー：京都大学 黒橋教授



「インサイトテック」への期待

人々の声を可視化・定量化することは、企業や行政による社会課題解決の基盤であり、自然言語処理の研究成果が大いに活用される場であると考えます。

「インサイトテック」はアカデミアとの共同研究や、研究利用のためのデータ公開、学会発表などに積極的な企業です。今後も、自然言語処理研究の社会展開を活発に行っていただくことを期待致します。

京都大学 教授 黒橋 禎夫



- ✓ “意見タグAI”では係り受け関係を解析することでテキストから「意見対象部-格-意見述部」で構成される『意見タグ』を抽出することが可能です
- ✓ 対象部と述部をセットで抽出することで、**フレーズ単位でのテキストマイニングを実現します**

お客様の声の『意見タグ化』

VoC情報の例

乗り心地はフラットで、とても快適である。ただし、ウィンカーの位置が分かりづらく、右折する際、ウィンカーが遅れ、危険を感じることもある。ウィンカーの位置を見直してほしい。



付与された『意見タグ』の例

意見対象部	格	意見述部
乗り心地	ガ	フラット
乗り心地	ガ	快適である
ウィンカーの位置	ガ	分かりづらく
ウィンカー	ガ	遅れ
ウィンカーの位置	ヲ	見直してほしい

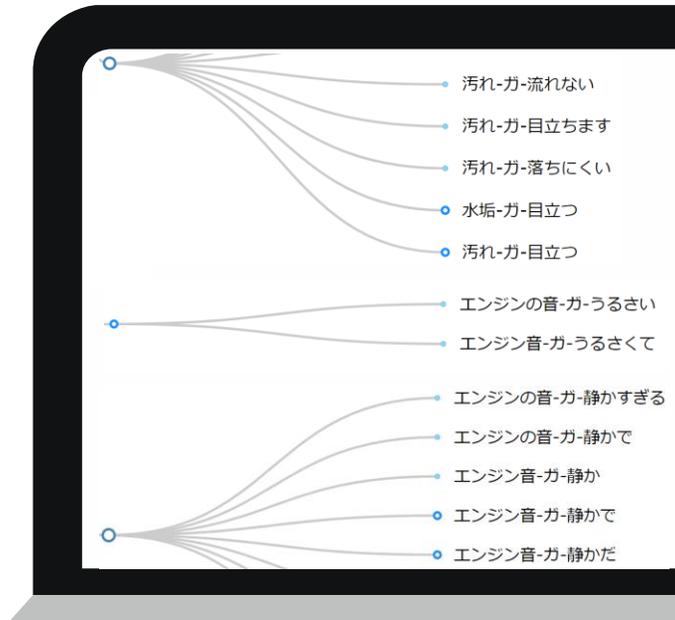
※本機能は、京都大学黒橋研究室と共同開発しております※

- *1 すべての投稿文面から意見タグが抽出されるわけではありません。何も抽出されないテキストも存在します
- *2 すべての意見タグが「意見性」を表現できるわけではありません。一部、「意見性」を表現できないタグも含まれます
- *3 全数目視での確認は実施いたしませんので予めご了承下さい



- ✓ “可視化AI”では、多数のテキストデータから抽出された『意見タグ』について、内容の類似度が高いものを1つのグループ(=クラスタ)にまとめることが可能です
- ✓ 意見の多いものを視覚的に確認することで、**トレンドの把握を行うことが可能です**

お客様の声の『可視化』



- 意見タグAIで抽出したフレーズのうち、内容が類似するものを「クラスタ」として集約・分類
- この結果を「**可視化マップ**」として一覧化

*意見タグの類似性を統計的に評価・グルーピングするものです。特徴が抽出されにくい発言が多い場合は1つのクラスタに多くのサンプルが集中する可能性があります。意味性がない意見タグについても可視化マップに出現します



- ✓ “感情分類AI”では、文章を節単位に区切り、ネガ/ポジの判定を行います
- ✓ 複数のトピック・感情が入っている文章に対して、節ごとの感情を出すことで、**トピック毎に近い粒度での感情分類を行うことが可能です**

お客さまの声の『感情分類』

VoC情報の例

このブランドの車は性能が良いし、デザインがかっこいいが、先日、店舗に行ったとき、店員が高圧的でイライラした。ブランドのイメージが悪くなり、がっかりした気持ちになった。



節に分割された状態の例

- このブランドの車は性能が良いし、
- デザインがかっこいいが、
- 先日、店舗に行ったとき、
- 店員が高圧的でイライラした。
- ブランドのイメージが悪くなり、
- がっかりした気持ちになった。



感情分類結果の例

- ポジティブ
- ポジティブ
- ニュートラル
- ネガ（怒り）
- ネガ（低不満）
- ネガ（あきらめ失望）

*一定のロジックに基づくスコアリングであり、全数目視での確認を実施いたしませんので予めご了承下さい

ITAS [アイタス] 3つの機能を活用 ~優先課題図により打ち手につなげる~



- ✓ ITAS (アイタス) の3つの機能を活用することで、「どんな意見を優先的に対処すべきか」を明らかにできます
- ✓ フレーズベースで優先課題を炙り出せるため、**課題を具体的に理解でき、それを解決する打ち手の企画につなげることが出来ます**



消費者庁様・国民生活センター様での「VoC活用」を一緒にしています。



大量の「相談データ」の中から優先すべき課題や共有すべきナレッジ（FAQ等）を炙り出す。
顧客対応のDXを図り付加価値業務に特化。



国民生活センターに寄せられた相談データを活用するAIを構築。

「相談データ」の利活用の促進は、消費者行政における重要なテーマ

課題①

キーワード*以外による相談情報の傾向等の分析が難しく、**消費者に注意喚起すべき新規トラブルや増加トラブル等の迅速な把握が難しい**ほか、トラブル等の抽出が属人的になる。

課題②

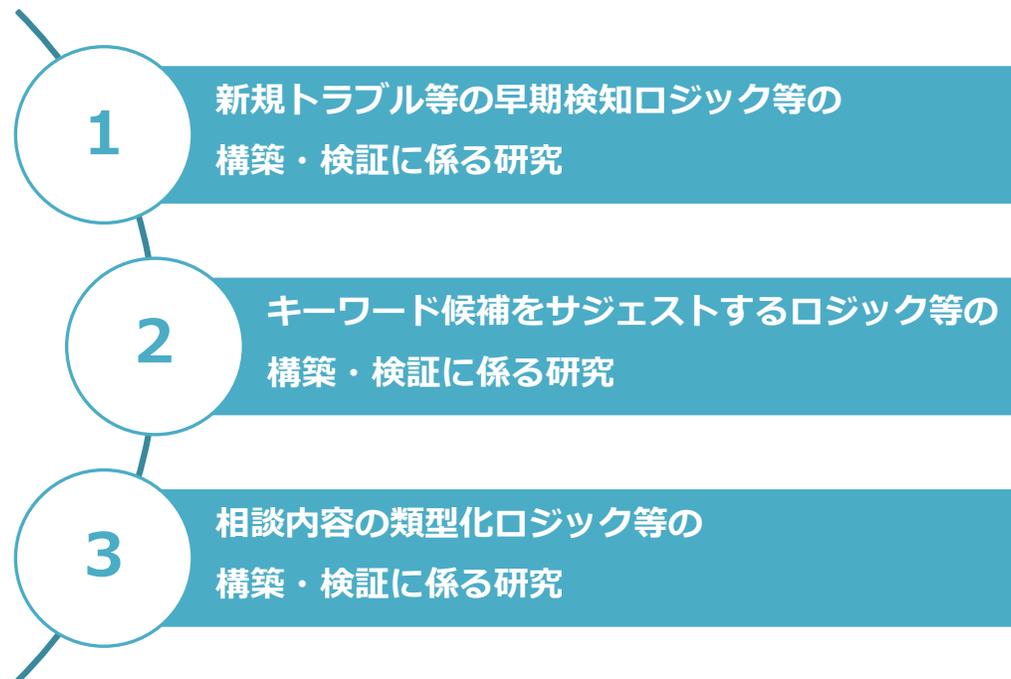
相談内容に関する**キーワードのデータ登録を手動で行っている**ため、入力に手間がかかるほか、判断が属人的になり精度の確保が難しい。

課題③

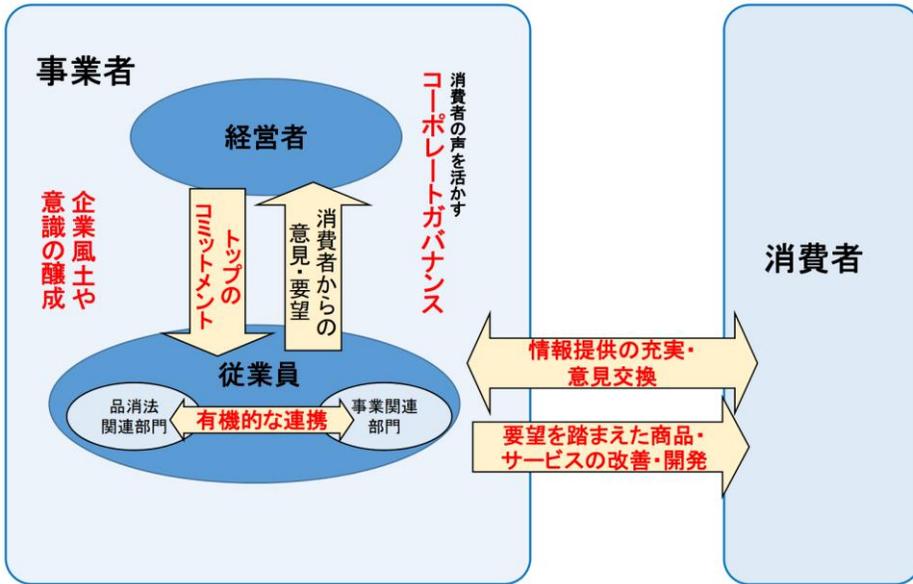
これまで**PIO-NETに蓄積した膨大な相談データを十分に活用できていない**。

*あらかじめ用意された固有の定義を有する単語やフレーズ。相談受付担当者が手動でデータ登録している。

自然言語処理技術やAI技術等の活用した相談データの解析手法等の研究を行い、有効性・実現可能性を検証（PoC）する。



消費者志向経営を実現するためには



消費者志向経営 =
生活者の声に耳を傾けアクションに繋げる

VoC (Voice of Customer) データの活用こそ 消費者志向経営実現のカギでは？

VoC : Voice of Customer :

生活者が商品・サービスに対して思う声（不満・要望）。生活シーンの中で思う満たされない気持ち（期待）。コールセンターや顧客満足度調査で寄せられるコメント、SNSでの発言、不満買取センター等に寄せられる声などが該当する。



これまで

VoC活用は難しい・・・

データがない・・・
読み込みが大変
主観的で再現性がない
打ち手につながらない

これから

VoC活用をアップデート

外部データを活用可能
データ×AIで処理可能
客観的評価が可能
事実による意志決定が可能

VoC活用はテクノロジー活用のフロントライン。

消費者志向経営の実現に向け、VoC活用を起点としたイノベーションを興したい



これまで

VoC活用は付帯業務

トラブルの火種
非効率(Cost)
消火活動



これから

VoC活用はコア業務

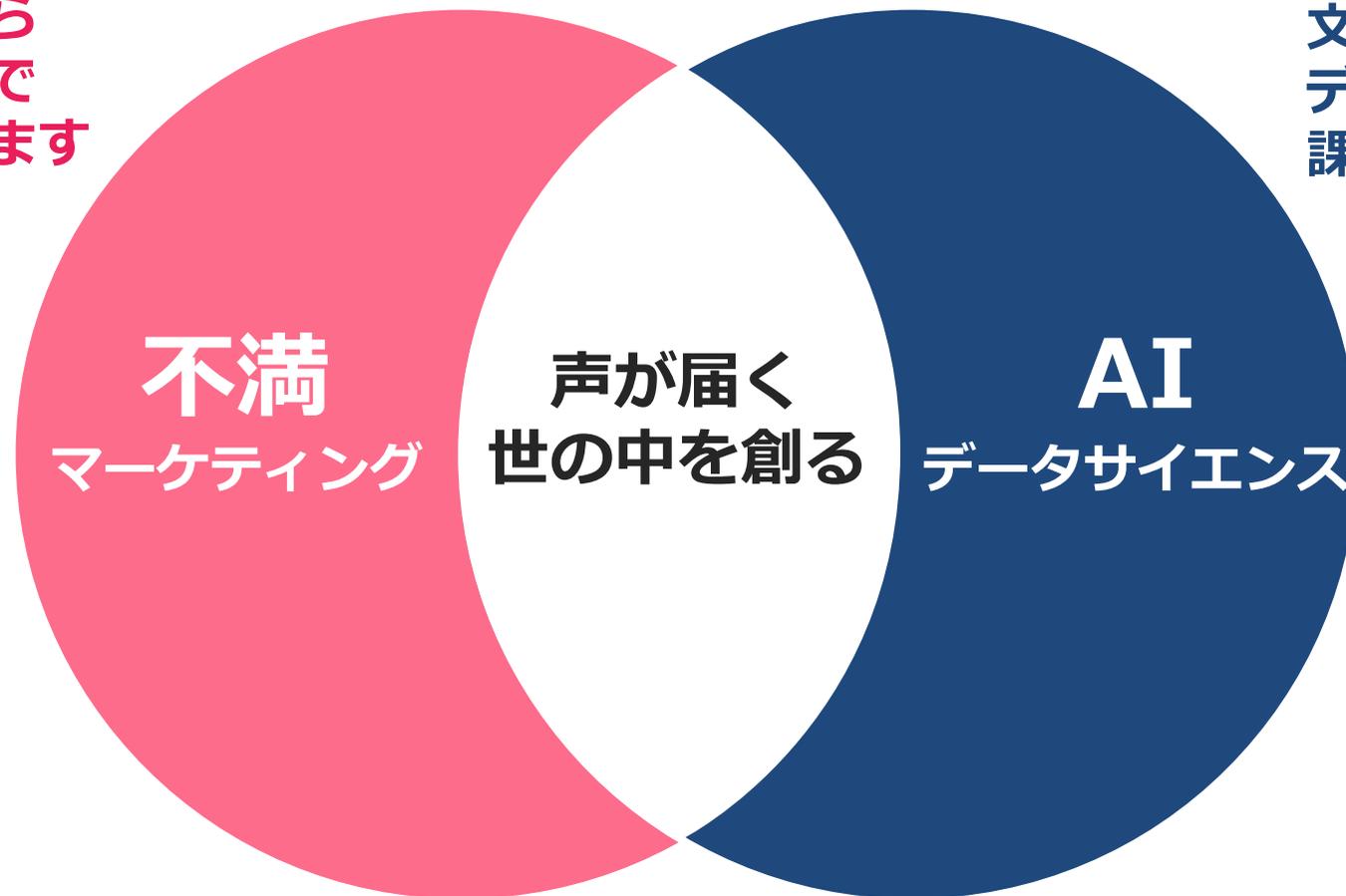
イノベーションの種
付加価値(Benefit)
創造活動

多様化、高速化、不確実さといった市場の構造的変化に対応するためには
VoC活用をコア業務と捉えることが企業競争力を高めるカギとなる。
先行的企業ではすでにマインドチェンジを行動に移している。



世の中の『不満』から
マーケティングの力で
『価値』を生み出します

文章解析をコアに
データ×AIドリブンの
課題解決を実現します





不満買取センター

不満はイノベーションの種

生活者の声を集めるプラットフォーム

会員 **70万人**

不満投稿件数 **3,200万件**



アイタス

日本語文章を活かしたい

産学連携による文章解析AIエンジン

意見タグAI

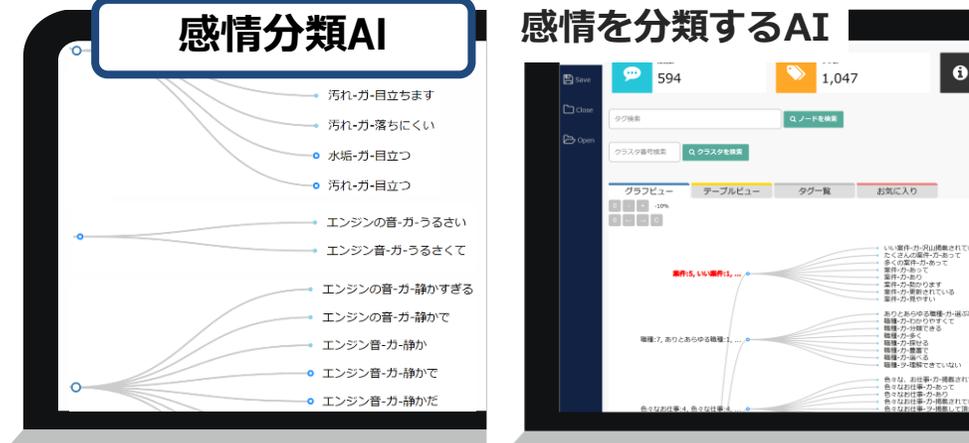
要約・意味抽出するAI

可視化AI

グルーピングするAI

感情分類AI

感情を分類するAI





ユーザーの想いと経営の意志を繋ぐ

VoCから課題を炙り出し意思決定へ導く

VoCのテキストをAIで解析。
 どんな意見があり、何が課題なのかを
 ワンストップで意思決定に繋げるダッシュボード。



不満プラットフォーム

バイアスレスなユーザーの声を集める

不満買取センターの仕組みをカスタマイズ

ユーザーからバイアスのない意見、聞いていますか？
 不満買取センターの仕組みを活かし、貴社ユーザーから「本音」を収集。



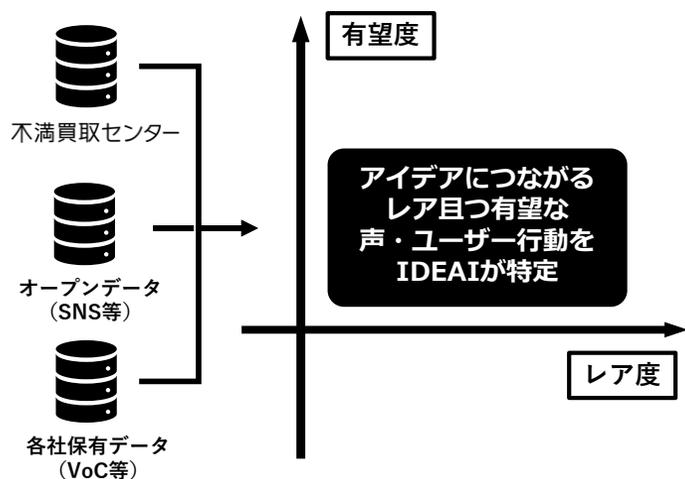


ideAi -アイデアイ-

AIで出会えるアイデア

ビッグデータ×AIで商品企画をDX

生活者の意見・行動から、
【新奇性が高くレアな】 & 【貴社にとって有望な】
意見・行動を見つけ出し、アイデアとの出会いを提供。

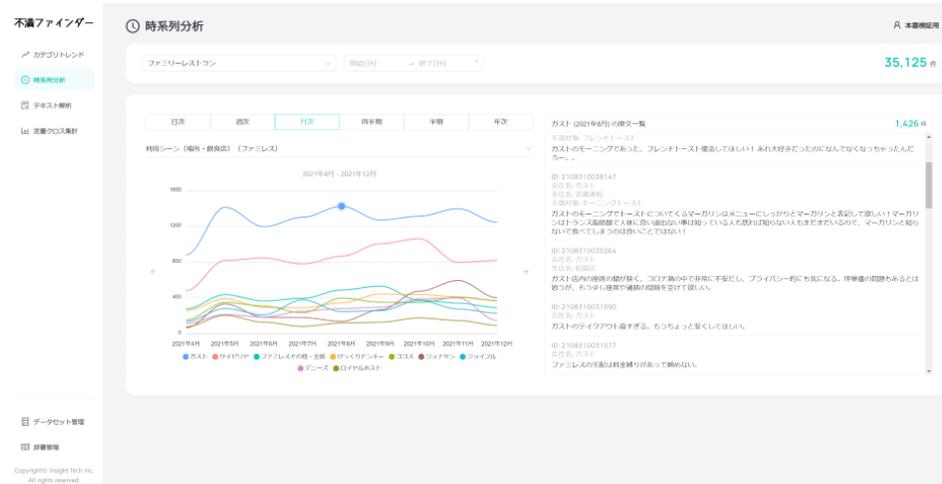


不満ファイnder

ユーザーの声を浴び、
次の「答え」を見つける

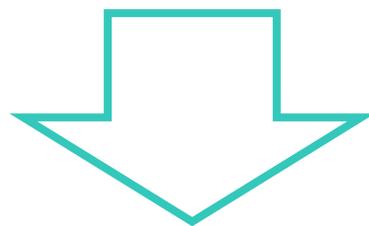
不満ビッグデータを自由に検索・集計

3,200万件を超える不満のビッグデータを目的に応じて自由に検索・抽出。
独自のAI・分析手法でビジネス機会を特定。





VoC (Voice of Customer) データの活用こそ
消費者志向経営実現のカギである。



**VoCを起点とした消費者志向経営そして
VoCを起点としたイノベーションをご一緒させて下さい。**



本資料に関するお問い合わせ先



株式会社 Insight Tech

代表取締役社長 CEO 伊藤友博

Tomohiro_ito@insight-tech.co.jp

<http://insight-tech.co.jp>

〒163-1333

東京都新宿区西新宿6-5-1 新宿アイランドタワー