

マルチモーダルAIを活用した次世代インサイト分析ツール

— 新規事業推進者のためのAI顧客理解プラットフォーム FUKABOLY —

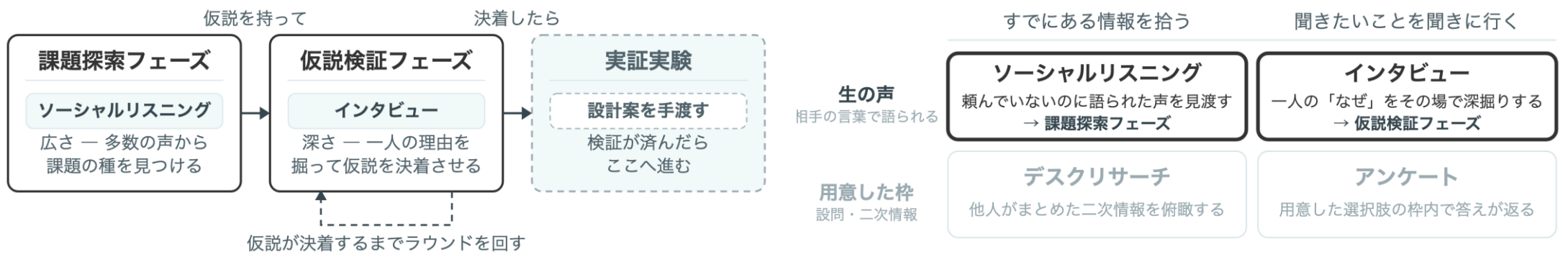
イノベータ：甲斐 慎之助・荒川 力哉・甲斐 美文

MVPを作る前に、確かめられることがある。

新規事業の失敗理由の第1位は「市場ニーズの不在」（42%）*。
* CB Insights（2014）“The 20 Reasons Startups Fail: Based on an Analysis of 101 Startup Post-Mortems.” より

市場ニーズを確かめる調査は、外注すると数十万円・約2ヶ月かかり、仮説が変わるたびには頼み直せない。FUKABOLYは、SNSの声から課題を見つける「課題探索」と、AIが設計・進行・分析まで伴走するインタビューの「仮説検証」を1つにした。MVPを作る前に、何度でも顧客に確かめられる。

- ・ 課題探索：テーマを入力するだけでSNSの声を集計し、「課題の束」を提示
- ・ 仮説検証：AIとの対話だけで調査設計が完成。人間が聞いてもAIが聞いても、同じ基準で仮説を判定
- ・ 検証のPDCAを何度でも回し、実証実験へ進むときには「何をどう測るべきか」の設計案までレコメンド

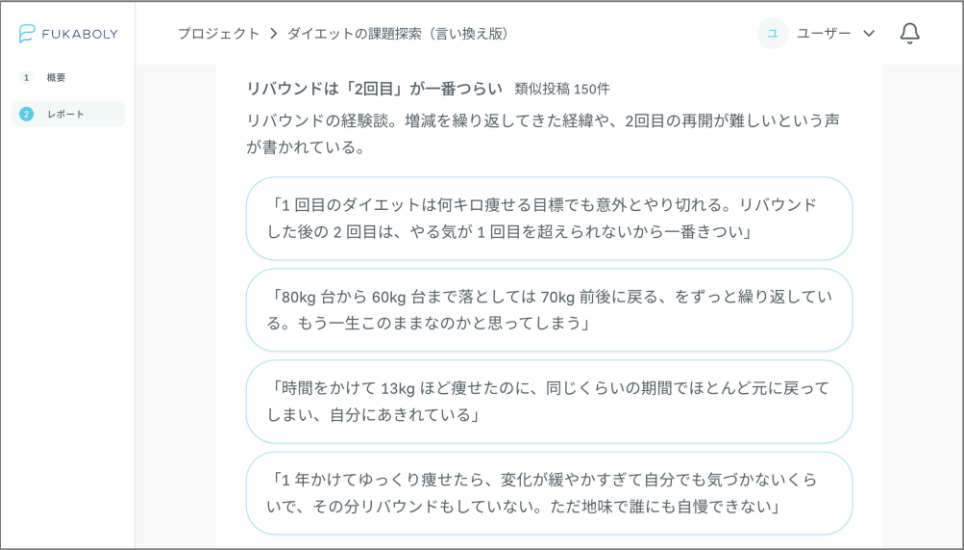


新規事業の3段階のうち、課題探索と仮説検証を担う

従来手法との比較：顧客の生の声を扱う2手法だけを担当

2025年度下期未踏アドバンスト事業

FUKABOLYの使い方 — 課題探索から仮説検証まで



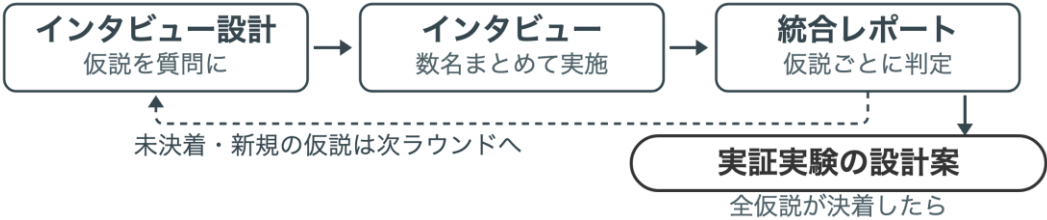
①課題探索レポート：SNSの声を「課題の束」に集計



②インタビュー：AIが次に聞くべき質問をその場で提案



③統合レポート：仮説ごとの判定と根拠発言



④仮説が決着するまでPDCAを反復し、実証実験の設計案へ

実案件2件のPoCで実証：(a) SNS投稿491件からダイエットの「課題の束」6件を発見。
(b) メイク支援サービスに対し、仮説11件×面談4本＝44判定で、想定案の不支持や利用障害など事業判断に直結する発見。
利用者の声：「素人でもハイクオリティな課題設定や質問設計ができた」「かなり自然な深掘りで、インサイトを得られたと実感した」