

顧客の潜在的な課題/ニーズを聞き出す「AIチャット個別インタビューサービス」を提供開始

調査設計/分析/執筆: 岩上由高

ノークリサーチ (本社〒160-0022東京都新宿区新宿2-13-10武蔵野ビル5階23号室 代表: 伊嶋謙二 TEL: 03-5361-7880 URL: www.norkresearch.co.jp) は中堅・中小企業のIT活用における課題やニーズを深掘して調査する新たな手法として「AIチャット個別インタビューサービス」の提供を開始した。

<AIとの対話を通じて、顧客自身も気付いていない重要な課題/ニーズを明らかにする>

- 営業担当の個別ヒアリングに伴う負担を軽減し、顧客が本当に求めるIT商材を見つけ出す
- 依頼元が指定した「テーマ」に沿いながら、顧客毎に変化する対話の流れにも柔軟に対応
- インタビューを記録した「テキストログ」「個別要約資料」を顧客毎に作成、全体分析も実施
- 調査報告書作成を含めて、3つのテーマ、計100社の個別インタビュー実施費用は175万円

営業担当の個別ヒアリングに伴う負担を軽減し、顧客が本当に求めるIT商材を見つけ出す

昨今では原料/資材、電力/燃料、人材に関わる費用が上昇しており、中堅・中小企業の多くが厳しいコスト高に直面している。そのため、ベンダや販社/Sierとしては『厳しい状況下でも、顧客が導入したいと考える製品/サービス』を如何に把握するかが重要となってくる。だが、ユーザ企業も日々の業務に追われており、「自社に本当に必要なIT」を即座に思い浮かべられるわけではない。こうした潜在的な課題/ニーズは事前に固定された選択肢を用意する通常のWebアンケートでは捕捉することが難しい。こうした場合は個々の顧客と対話を繰り返して、顧客も自らが課題/ニーズを整理していく過程が必要となってくる。

ところが、IT企業が営業担当を通じて個別の顧客ヒアリングを行おうとすると、以下のような点が障壁となってくる。

障壁1: 双方が多忙で、日程調整が困難

⇒ ユーザ企業側とIT企業側の双方で人材も不足しており、日々多忙である

障壁2: 営業担当のトレーニングが必要

⇒ ヒアリングシート通りに進むとは限らず、成果が営業担当個人に依存する

障壁3: 聞き出した結果を分析できない

⇒ 特定の顧客が発言した強い表現などに影響されて、全体を見失いやすい

IT企業の営業担当による個別の顧客ヒアリングを阻む障壁

① 顧客との日程調整が難しい

時間を確保してもらえない



② 営業担当のトレーニングが必要

シート通りに進むとは限らない、ヒトに依存する



③ 聞き出した結果を分析できない

特定の強い意見に影響されやすい



出典: ノークリサーチ (2026年)

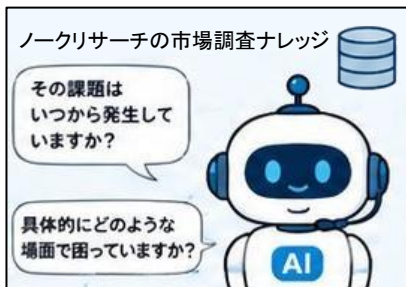
こうした障壁を解消するための新しい調査手法が今回新たに提供を開始する「AIチャット個別インタビューサービス」である。

AIチャット個別インタビューサービス by ノークリサーチ

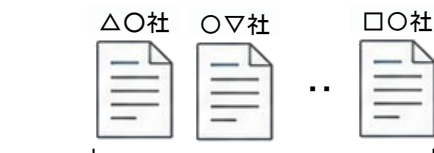


障壁1の解決

対話



障壁2の解決



結果の要約と分析



障壁3の解決

次頁以降では、「AIチャット個別インタビューサービス」の具体例や詳細について記載している。

インタビューを記録した「テキストログ」「個別要約資料」を顧客毎に作成、全体分析も実施

インタビューの結果は「個別要約資料」として、顧客毎に以下のような1枚のPPTXスライドに要約される。以下の例では製造工程での歩留まりに課題を抱える「ノーク商事」に対して、「いろはシステム開発」として課題をどのように整理し、どんな提案を行うべきかが提示されている。「テキストログ」は個々のインタビュー内容を記録したファイルであり、顧客毎にtxtファイルとして出力される。「調査報告書」は「テキストログ」「個別要約資料」を集約/分析し、顧客をグループ化した上でグループ毎の課題/ニーズと訴求すべきIT商材を提言している。次頁では本サービスを利用する際の流れと費用について掲載している。

「個別要約資料」の具体例（インタビューに回答した企業毎に作成される）(ID***.pptx)

ノーク商事様のDX現状と歩留まり改善に向けた課題整理

ヒアリングを通じて、貴社のDX推進における主要な障壁と、製造現場における最優先課題が明確になりました。以下に現状と提案の方向性を整理します。

ヒアリングで明らかになった現状

- **DX推進は初期段階**
社内でのデジタル化はまだ本格的に進んでおらず、取り組みは限定的な状況です。
- **二重の壁：人材不足 × 予算縮小**
デジタル人材の確保が困難な上、IT投資予算も縮小傾向にあり、推進のリソースが不足しています。
- **歩留まり改善が最優先課題**
製造業として利益率に直結する歩留まりの向上を、DX活用の最初のターゲットとして位置づけています。
- **要因分析は熟練者の経験頼み**
現状、不良原因の特定は経験豊富な担当者の勘に依存しており、データに基づく分析体制が整っていません。

次のステップで確認すべき改善ポイント

- 1 **判断基準の言語化・共有**
熟練者の暗黙知を形式知化し、ナレッジの属人化を解消する
- 2 **紙記録のデジタル化**
不良発生時の記録を電子化し、迅速な原因分析を可能にする
- 3 **設備稼働データの統合**
設備ごとに分断されたデータを一元管理し、横断的な分析基盤を構築する
- 4 **不良原因の特定スピード向上**
原因究明の遅延による手戻りを削減し、改善サイクルを短縮する
- 5 **現場入力負担の軽減**
現場担当者の協力を得やすくするため、データ入力の仕組みをシンプルに設計する

① 提案の方向性：限られた予算と人材の中でも、まずは既存データのデジタル化と可視化から「小さく始める」アプローチが最も効果的です。上記5つの中で「ここさえ改善すれば歩留まりが大きく変わる」と感じるポイントを特定し、優先順位を明確にした上で具体的な施策をご提案します。

作成される資料の内容やレイアウトは顧客毎の対話の長さや内容に応じて適宜変更される

要約

「テキストログ」の具体例（インタビューに回答した企業毎に作成される）(ID***.txt)

-----Query-----
まず始めに、DXについてお聞かせください。
貴社ではDXがどれくらい進んでいますか？
-----Answer-----
あまり進んでいません

-----Query-----
DX推進における一般的な課題例を5つ挙げます。
1.目的が不明確で手段が目的化している
2.既存のレガシーシステムが足かせ
3.デジタル人材の不足
4.現場の抵抗や意識改革の遅れ
5.データの分断と活用不足
貴社では、これらの中で特にどの課題がDXの障壁
となっておりますか？
-----Answer-----
3.に加えて、IT予算の減少が大きな要因です

-----Query-----
人材不足と予算縮小という二重の壁は、多くの
企業が直面する難所です。
限られたリソースで成果を出すため、まずは
「小さく始めて成功体験を作る」ことが重要
ですが、貴社では具体的にどのような業務の
効率化を優先したいとお考えですか？
-----Answer-----
弊社は製造業なので、歩留まりをもっと
減らしたいです。



集約
分析

「調査報告書」の具体例（PPTX 1~3スライド）（調査報告書.pptx）

いろはシステム開発 顧客分析レポート

業種別グループ分類と固有課題、訴求商材の整理

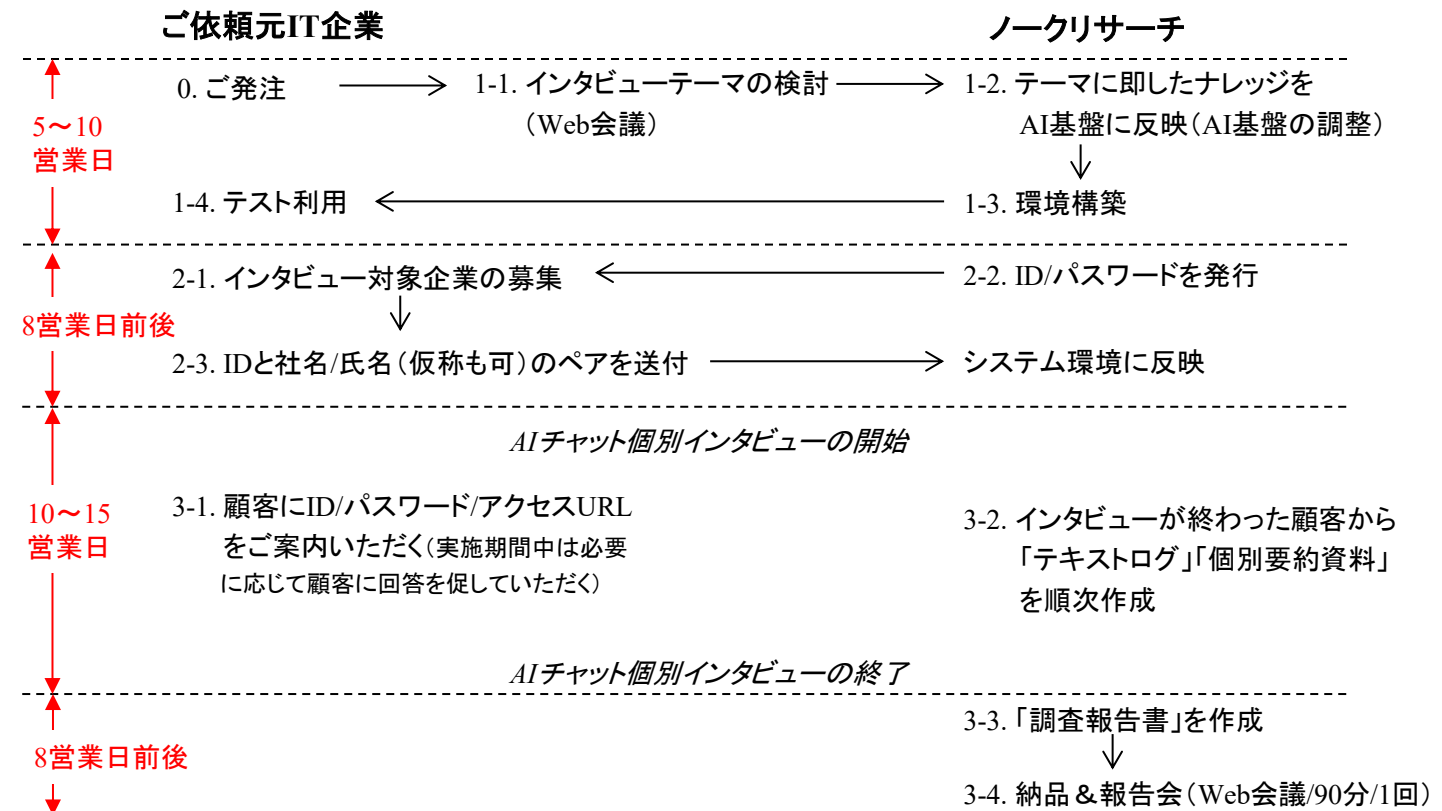
全グループ共通の根本課題：「ひとり係シス」比率の上昇により、IT管理・運用の人材不足が深刻化。DX推進の最大の障壁となっています。

グループA 製造業 (△〇社・**社他)	グループB サービス業 (〇▽社・#社他)
固有課題 <ul style="list-style-type: none"> 製造ラインデータがアナログ管理のまま、工場ごとの生産状況がリアルタイムに把握できない 設備稼働のデジタル化が不十分で、人的な判断が依然として多い 設備の予防保全ができず、突発的なダウンタイムがコスト増加を招いている 訴求商材 <ul style="list-style-type: none"> 製造プロセス見える化 SaaS 手書きデジタル入力 PAD 	固有課題 <ul style="list-style-type: none"> 対面営業・訪問営業が主で、顧客コストと顧客機会の損失が課題となっている 店舗・現場の営業人員が不足しているが、営業案件に多様な人材が必要となっている ナレッジの共有・蓄積が不十分で、組織全体の生産性向上が困難な状況にある 訴求商材 <ul style="list-style-type: none"> Web 会議管理サービス 音声認識議事録作成ツール
グループC 小売業 (□〇社・%社他)	グループ横断：提案の共通アプローチ
固有課題 <ul style="list-style-type: none"> 店舗内の顧客行動データが取得できず、売場レイアウトや商品配置の最適化が感覚頼みになっている 来店者の動線・滞在時間が不明なため、プロモーション効果の検証ができない ECサイトのユーザーエンゲージメントが低く、顧客からのデジタル接触が低くなっている 訴求商材 <ul style="list-style-type: none"> 店舗向け顧客動線把握ソリューション 	<ul style="list-style-type: none"> 課題の可視化 人材不足・DX推進の現状を定量的に整理し、経営者に危機感を共有する 業種別ソリューション提示 グループ固有の観点に基いた商材を、導入容易性と効果で訴求する 伴走支援の提案 いろはシステム開発によるサポート体制を合わせて提示し、安心感を醸成する

インタビュー件数やテーマに応じて、調査報告書の内容やレイアウトは異なる

調査報告書作成を含めて、3つのテーマ、計100社の個別インタビュー実施費用は175万円

下図は「AIチャット個別インタビューサービス」を利用する流れを示したものだ。まず始めに依頼元IT企業との間でテーマを検討する(1-1)。テーマは「DX」「経営課題」「サステナビリティ」など、インタビュー内で焦点を当てたいIT分野(依頼元企業として注力したい領域)を指す(テーマ数の推奨は2~3)。次にテーマに沿った会話ができるようにノークリサーチのAI基盤を調整して(1-2)、環境を構築する(1-3)。その後、依頼元企業にテスト利用いただいて問題がないことを確認する(1-4)。続いて、依頼元企業よりインタビュー対象顧客の募集を実施し(2-1)、ノークリサーチから所定数分のID/パスワードを発行する(2-2)。続いて、依頼元企業からIDとインタビュー時に画面に表示される名称(社名/氏名など)を紐づけた結果をノークリサーチへ返す(2-3)。顧客名を秘匿したい場合には、依頼元企業が回答者に事前に伝えた仮称を用いることもできる。続いて、依頼元企業が顧客企業に通知することでインタビューが開始される(3-1)。ノークリサーチでは顧客毎の成果物を随時作成する(3-2)。インタビュー終了後、調査報告書の作成(3-3)を経て成果物の納品および報告会の実施(3-4)となる。



下表には「AIチャット個別インタビューサービス」の実施費用を記載している。灰色地は従量費用となる項目を示している。AI基盤調整費用はテーマ数に比例する(ナレッジをAI基盤に反映する作業はテーマ単位であるため)、またAIチャット個別インタビュー実施費用は単価×発行ID数で算出される。(顧客Aが回答を辞退した場合には顧客A向けのIDを別の顧客Bに振り分けて利用することも可能) 下表で例示したように、テーマ数3、発行ID数100の場合の費用は175万円(税別)となる。

項目	金額	数量	小計	備考	
AIチャット個別インタビュー構築費用	基礎費用	280,000	1	280,000	システム環境を構築する基礎作業の費用
	AI基盤調整費用(従量費用)	150,000	3	450,000	テーマに応じてナレッジをAI基盤に反映するための費用(一般的には2~3テーマが推奨です(DX、経営課題、サステナビリティなど))
AIチャット個別インタビュー実施費用(従量費用)	7,800	100	780,000	個別インタビューを実施し、「テキストログ」「個別要約資料」を作成する費用(「テキストログ」と「個別要約資料」の具体例は3ページを参照)	
調査報告書作成費用	240,000	1	240,000	全ての個別インタビュー結果を加味した「調査報告書」を作成する費用(「調査報告書」の具体例は3ページを参照)	
合計			1,750,000		

次頁以降では、ご好評いただいている各種の市場調査レポートおよび関連する他のサービスを紹介している。

ご好評いただいている既刊の調査レポート(1/2):

2026年版 中堅・中小企業におけるERPのリプレース/新規導入を促進する要因と市場規模予測レポート

年商別(小規模企業/中小企業/中堅企業)と業種別(製造業・建設業、卸売業・小売業、運輸業・サービス業)にERPのリプレースや新規導入につながるユーザ企業の重視事項、課題、ニーズは何か?を分析&提言。

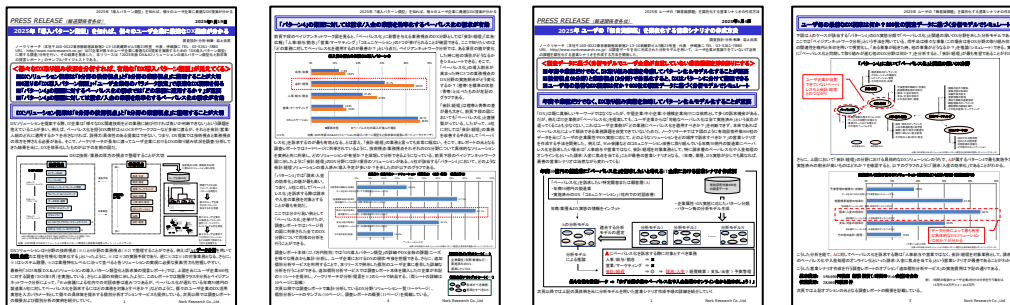
【レポート案内】 https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2026ERPBN_rell.pdf



2025年版 DX & AIソリューションの導入パターン類型化と訴求策の提言レポート

DXソリューションを技術視点(9分野/48項目)&業務視点(8分野/38項目)に基づく導入パターン類型に整理し、個別分析サービス(オプション)による個々のユーザ企業向けDX提案の施策/提言までカバーした次世代型の調査レポート。生成AIのサービスシェア、適用場面、ユーザ企業の課題/ニーズ、導入費用も網羅。

【レポート案内】 https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2025DXAI_user_rep.pdf



2025年版 中堅・中小企業のITアプリケーション利用実態と評価レポート

ERP、会計、販売、人事給与、グループウェア、CRM、BIなど計10分野に渡る業務アプリケーションの導入済み/導入予定の社数シェア、導入年、運用形態(オンプレミス/クラウド)、課題、ニーズを年商別や業種別などの多角的な視点から集計/分析

【レポート案内】 https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2025itapp_rep.pdf

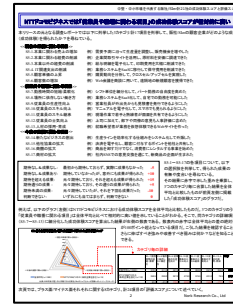
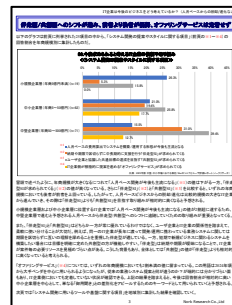
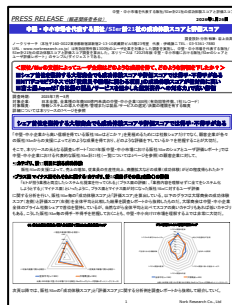
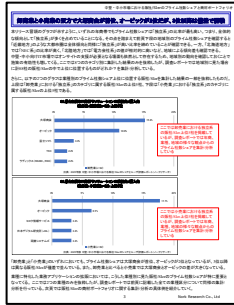


ご好評いただいている既刊の調査レポート(2/2):

2025年版 中堅・中小市場における販社/SIerのシェアとユーザ評価レポート

中堅・中小市場で注目すべき販社/SIerの導入社数シェア(年商別/業種別/地域別)、商材ポートフォリオ、顧客企業が得た成功体験、顧客企業から見たプラス/マイナス評価を集計/分析、さらにAI活用、ユーザ内製、伴走型SI/共創型SIへのシフトなどに関するIT企業側の実態と考え方も網羅。

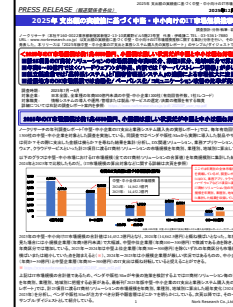
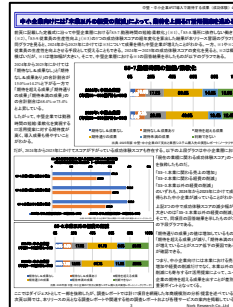
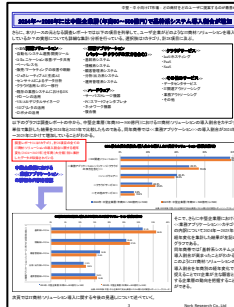
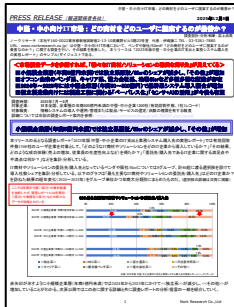
【レポート案内】 https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2025SIer_user_rep.pdf



2025年版 中堅・中小企業のIT支出と業務システム購入先の実態レポート

中堅・中小企業は「どんなIT商材/ソリューションをどのIT企業から導入するのか?」「それで得られた成功体験(売上増、従業員の生産性向上など)は何か?」「委託先/購入先のIT企業に関する満足点や不満点は何か?」を集計/分析し、今後有望なIT商材/ソリューションやユーザ企業セグメント(年商や業種)を提言

【レポート案内】 https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2025SP_user_rep.pdf



2025年版 中堅・中小企業のセキュリティ/運用管理/バックアップ利用実態と展望レポート

ランサムウェア対策や経済安全保障の取り組みが急務となる中、2024~2025年の経年変化に基づいて導入社数シェア、実施状況、課題、ニーズを集計/分析。

【レポート案内】 https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2025Sec_user_rep.pdf



各種の関連サービス

入力された企画案や販促アピールを元に、ノックリサーチの市場調査データや知見が盛り込まれたPPTX資料を自動生成

AI×市場データ：プレゼン資料生成サービス

製品/サービスの企画案や
アピールをブラウザで入力



Web上の一般情報

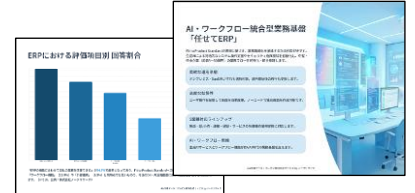
× 参照しない
(背景が十分に把握できないデータの混入を防止)

生成AI

入力に応じて最適なデータと知見を選択

ノックリサーチが持つ第三者調査機関
としての中立的&客観的な市場データ

市場調査のデータや知見を元に
製品/サービスが注力すべき点や
効果的なアピールをPPTX / PDF
形式のプレゼン資料として提示



詳細と無償の試用版案内:

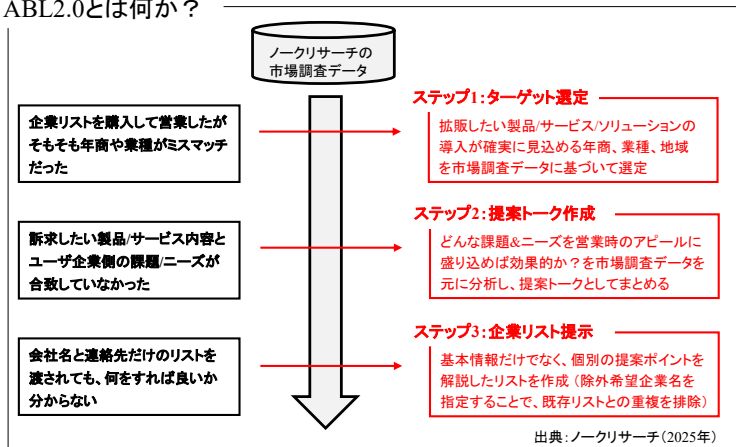
https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2026pmc_rel1.pdf

サービスの活用事例紹介:

https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2026pmc_rel2.pdf

市場調査データを元にターゲット選定/提案トーク作成/企業リスト提示を行う『ABL2.0』

ABL2.0とは何か?



ターゲットに沿った提案トークを含む企業リストの具体例

企業名	株式会社DEスタイル
設立年	1964年
資本金	5億円
売上高	45億円 (2025年1月期)
決算月	1月
従業員数	436名 (2025年2月現在)
上場有無	未上場
所在地	大阪府大阪市**区**町 1-1-1
ホームページ	https://www.destyle.**.**
メールアドレス	info@destyle.**.**
Webフォーム	https://www.destyle.**.**/contact.html
電話番号	06-****-****
業態と特徴	衣料素材の卸問屋として創業し、近年ではアパレルの企画/開発/生産/販売を一気通貫で扱うビジネスを展開。試作品段階では3Dモデリングを積極的に活用するなど、DXやSDGsに対する意識が高い。 参照ページ: https://www.destyle.**.**/profile.html
提案時のポイント	「AI需要予測を用いた在庫管理ソリューション」の提案トーク解決が有効な課題: C.1: 仕入先の倒産リスク C.2: 勤や経験による管理関連性の高いニーズ: D.3: センサによる入庫記録 DXへの取り組みが進んでいるため、C.2の課題は既にクリアされており、D.3についても既に着手済みの可能性が高い。素材の調達先には海外企業も多いため、地政学的な情報も含めてC.1を分析できるソリューションを提示することが有効。

サービス案内と実施の具体例を以下でご覧いただけます。

https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2025ABL20_rel.pdf

本リリースの無断引用・転載を禁じます。引用・転載をご希望の場合は下記をご参照の上、担当窓口にお問い合わせください。

引用・転載のポリシー: <https://www.norkresearch.co.jp/policy/index.html>

本リリースに関するお問い合わせ

株式会社 ノックリサーチ 担当: 岩上 由高
〒160-0022 東京都新宿区新宿2-13-10 武蔵野ビル5階23号室
TEL 03-5361-7880 FAX 03-5361-7881
Mail: inform@norkresearch.co.jp
Web: www.norkresearch.co.jp

NORK RESEARCH