

Z世代の生活実態を無意識行動から調査 「地元志向と堅実な特徴が明らかに」

消費者の行動を深く探るAIツール『ユーザープロ』が明らかにする価値観



rei frontier

ペルソナ行動研究所

「世界で最も人々の無意識を解明する」研究所を目指す

掲げる3つの軸

- ペルソナの深層解析**
消費者の意識下に潜む選択基準と行動パターンを解析
マーケティング戦略や新製品開発に活用
- パーソナライズ技術開発**
顧客の行動履歴と興味を分析し、最適な情報と
顧客の「わたし専用」の情報を提供します
- 消費者行動の分析**
具体的な消費者データを基に、新規事業や
マーケティング戦略を設計。

レイ・フロンティア株式会社（本社：東京都台東区、代表取締役：田村建士 以下、レイ・フロンティア）は、行動データ分析AI「ユーザープロ」を活用し、Z世代の生活実態と価値観に関するデータを公開した事をお知らせします。

昨今、マーケティング業界で注目されているZ世代（※1）。これからの時代を担う重要な世代であり、そのニーズに合った対応をすることは、あらゆる企業にとって課題となっています。しかしながら、Z世代がどんな価値観を持っていて、何を求めているのか、その実像を掴むのは容易ではありません。今回はレイ・フロンティアが開発した「ユーザープロ」を用いて、Z世代を調査しました。

※1 1990年代半ばから2010年代前半に生まれた世代

調査元データ

- ・弊社アプリ日々の歩数や移動などの位置情報と写真を自動的に記録するアプリ「SilentLog」より収集したデータに匿名化処理を施したもの
- ・データはあくまで弊社サービスで収集したもので、実際とは異なる場合がございます

【データ概要】

推定属性情報

【対象エリア】

東京都

【調査対象者】

期間内にログがある方

堅実な生活スタイルで地元をこよなく愛する“Z世代”の実像

「ユーザープロ」によるデータを基に20名を対象に定性調査を実施しました。その結果、地元での行動を好む傾向や、将来に対する不安が共通する要素として見受けられました。本レポートでは代表的な4人の人物像を通じて、Z世代の行動パターンを具体的に見ていきましょう。各対象者について、実際の行動に基づいた「年齢」「性別」「居住地」「勤務地」「職業」「年収」「家族構成」「未婚／既婚」「嗜好のキーワード」等の項目が浮かび上がりました。

自然愛好家

都会のオアシス探し / 目黒川の妖精

名前	中村 美咲 (仮名)
年齢	25
性別	女性
居住地	東京都目黒区中目黒
勤務地	東京都目黒区中目黒
業種/職種	情報通信業 / 事務従事者
年収	3100000
家族	2 (本人含む)
既婚ステータス	未婚
キーワード	自然 / 公園 / リフレッシュ / 中目黒 / ショッピング / キャリアアップ / 自己投資 / バランス / リラックス / 休日



画像生成AIによる画像

学業と自然を愛する青年

自然と学びの探求者 / 草加の自然派学者

名前	草加 太郎 (仮名)
年齢	20
性別	男性
居住地	埼玉県草加市
勤務地	埼玉県さいたま市
業種/職種	教育 / 学生
年収	0
家族	3 (本人含む)
既婚ステータス	未婚
キーワード	大学 / 勉強 / 図書館 / 時間管理 / 自然 / 家族 / キャリア / 草加市 / リフレッシュ / スキルアップ



画像生成AIによる画像

若き冒険者

テーマパークの探求者 / 夢見る遊園地の住人

名前	松原 美咲 (仮名)
年齢	23
性別	女性
居住地	東京都世田谷区
勤務地	東京都世田谷区
業種/職種	小売業 / 販売職
年収	2400000
家族	2 (本人含む)
既婚ステータス	未婚
キーワード	テーマパーク / ショッピング / 公園 / リフレッシュ / 通勤 / 若者 / キャリア / 生活費 / 友人 / 家族



画像生成AIによる画像

若き昭島の探検者

昭島の冒険者 / 昭島の自由人

名前	山田 花子 (仮名)
年齢	20
性別	女性
居住地	東京都昭島市
勤務地	東京都昭島市
業種/職種	卸売業、小売業 (サービス職業従事者) / サービス職
年収	2400000
家族	3 (本人含む)
既婚ステータス	未婚
キーワード	昭島市 / ショッピング / 立川市 / リフレッシュ / 自然 / 日野市 / 家族 / 効率的支出 / サービス業 / 若者



画像生成AIによる画像

図1. 生成AI「ユーザープロ」が作り出した4例のサンプル

テーマパーク好きという嗜好の「松原美咲さん (仮)」を中心に分析を始めましょう。「高頻度に滞在している場所」といったデータも確認できるので見てみると、松原さん (仮) は、過去3か月の間に東京ディズニーリゾートをはじめ、さまざまなテーマパークに十数回訪れているようです。この部分だけを見ていると休日をアクティブに過ごす女性像を想像する人もいるのではないのでしょうか。そこで、深掘りするための質問を。ユーザープロに、次のような質問を投げかけてみました。

「静岡県や愛知県、大阪府のテーマパークには行っていますか？」と質問をすると、

「過去3か月の訪問データには静岡県、愛知県、大阪府のテーマパークへの訪問履歴は含まれていないようです。したがって、これらの場所には訪れていない可能性が高いです。東京近郊のテーマパークを中心に訪問しているようですね」という答えが返ってきました。

松原さん (仮) は、テーマパーク巡りを趣味としているが、都外の施設までは行っていません。

次に注目すべきは、行動データを解析し、文章として生成された「困りごと」や「行動パターン」です。「生活費のやりくりや将来の貯蓄に対する不安」という部分が明らかになりました。

行動パターン	平日は主に自宅と職場の往復が中心で、通勤時間帯に下高井戸駅を利用しています。休日は、東京ディズニーリゾートやサンリオピューロランドなどのテーマパークを訪れることが多く、リフレッシュを図っています。また、ショッピングモールや公園などでの滞在も見られ、友人や家族との時間を大切にしている様子が伺えます。
--------	---

図2. 生成された行動パターン

他の3例に共通点がないかを確認してみると、次のような発見がありました。

大学生の「草加太郎さん（仮）」は「平日は主に大学での授業や図書館での勉強に時間を費やしており」、「休日は地元での活動が多く、特に自然環境の中でリフレッシュすることを好む」という傾向が。


IT系事務職の「中村美咲さん（仮）」は、「仕事の後は自然や公園でリフレッシュすることが多い」。そして「夜間の外出は少なく、早めに帰宅する傾向がある」という分析に。


卸売サービス職の「山田花子さん（仮）」は、「平日は主に昭島市内での活動が多く、職場と自宅の往復が中心。午前中から昼過ぎにかけての活動が活発で、夕方以降は自宅で過ごすことが多い」という特徴があるようです。


4例の共通するのは、ある程度決まったエリア（地元）での行動を好む傾向があるという点です。さらに、将来に対する不安という点でも共通した記述が見られました。これらのパズルのピースを組み合わせると、Z世代の生活に対する堅実な側面が見えてきます。


AIペルソナインタビュー

「モリタウン」かと思われます。訪問回数が19回と他の商業施設に比べて高く、滞在時間も比較的に短いため、ショッピングや娯楽のために頻りに訪れていると考えられます。理由として、昭島市内にあり、趣味に関連するショッピングができる場所である可能性が高いからです。

 自宅で過ごす時間はどれくらいですか？

 訪問データから分析すると、山田さんは昭島市にある自宅での滞在が多く、特に夕方以降の滞在が多いことから、自宅で過ごす時間はかなり多いと考えられます。具体的には、17時以降の滞在が非常に多く見られるため、平日の夕方から夜にかけて、また休日の夕方以降は自宅で過ごすことが多いと推測されます。

 夜間に遊ぶことはあまりないのですか？

 訪問データによると、山田さんは夜間（特に20時以降）に外出することが少ないようです。自宅で過ごす時間が多く、夜間に訪れる場所の数があまり見られな


 AIアシスタントに質問を考えてもらう

図3. 若き昭島の探検者「山田花子さん（仮）」への質問

行動分析は目に見えない消費者の無意識を顕在化させる

「Z世代は堅実で、地元・自宅での活動が中心である」という分析を街おこしに携わる団体が活かすのであれば、県外の観光客の誘致よりも、地元の若者に目をむける必要があると結論を構築することができます。家電メーカーであれば、Z世代の“おうち時間”が充実するような商品開発に力を入れようとなるかもしれません。

あくまでも、今回の分析はZ世代の一側面の可能性を示唆するものとして、興味を持っていただけたなら幸いです。

行動分析生成AI「ユーザープロ」は、人の無意識の行動を可視化する

行動から無意識を可視化する「ユーザープロ」について紹介します。

「ユーザープロ」は、行動データに基づいたパターンや嗜好を深掘りし、人の記憶の外にある無意識を可視化する生成AIです（※2）。その注目すべき特徴は2点。まずは、消費者の記憶ではなく、確かな行動記録に基づいた分析（性別、年齢、職業、家族構成、趣味など）ができる点。そして、生成AIが事実データから“仮想の消費者”を作り出せるという点が挙げられます。

通常の調査では、現実存在する消費者に質問をおこない、回答を得るという流れが定番ですが、この方法には弱点がありました。それは、消費者が自身の行動のすべてを正確に記憶しているわけではないことと、質問できる機会が限られてしまう点です。

一方、「ユーザープロ」は行動データを基にした“仮想の消費者”を生成してくれるため、正確なデータを提供してくれる上に、相手がAIであるため気兼ねすることなく、いつでも何度でも、さまざまなアンクルからの質問に答えてくれるという魅力があります。

※2 ユーザープロの機能については下記URLを参照ください

https://www.rei-frontier.jp/persona_user/

行動分析をおこなうことで表層を眺めているだけでは見えない人の無意識を掴むことができるということです。このデータが新たなマーケティング戦略やプロダクト開発の一助となることを願っています。

【お問い合わせ先】

「ペルソナ行動研究所」

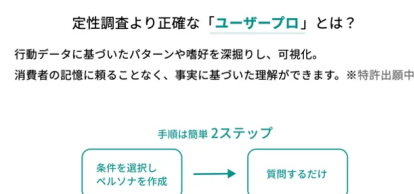


図4. 生成AIツール「ユーザープロ」

定性調査より正確な「ユーザープロ」とは？
行動データに基づいたパターンや嗜好を深掘りし、可視化。
消費者の記憶に頼ることなく、事実に基づいた理解ができます。※特許出願中

本プレスリリースに関するお問い合わせやメディアの取材依頼については、下記の連絡先までお気軽にご連絡ください。

Email : info@rei-frontier.jp

レイ・フロンティア株式会社



田村 建士 (たむら けんし)

「現実と仮想をつなぐ世界一のサービスを創る」をミッションに、ライフログアプリ『SilentLog』や行動データから利用者の深層を読み解く『ペルソナ行動研究所』を開発・運営しています。2008年に事業を開始し、現在は、位置情報を活用するアプリやサービスの開発・改修、AIを使った位置情報の分析事業や行動分析の支援、スマートシティやEBPMなどの実証実験の支援などを手掛けています。

レイ・フロンティア株式会社
代表取締役社長 CEO田村建士

レイ・フロンティア株式会社のプレスリリース一覧

https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/11357