

# Profet AI | 特定車種購入意欲の要因分析

## ケースの背景と問題点の説明

- KRN というスクーターは一般的なスクーターと外観が異なるため、潜在顧客群の特定が難しい。
- 従来はアンケートを集めて、多くの時間がかかり、非効率の上、隠れた傾向を見落としがちです。
- 購入者の好き嫌いが分からないと、マーケティング策が正確に打てなく、販売成績に影響を及ぼします。

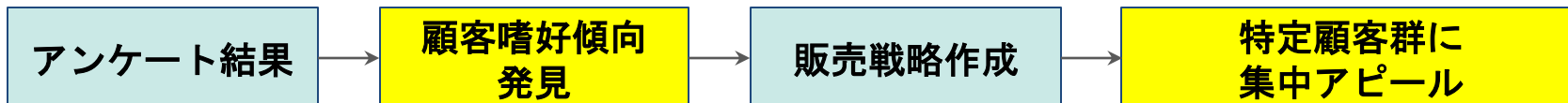
## AI運用構想及び目標

- AIを活用してアンケート調査結果を分析し、膨大な顧客と好き嫌い情報を迅速に整理します。
- KRNを購入する顧客に共通特性と嗜好傾向を把握します。
- マーケティングチームと営業チームが、ターゲット顧客に対してより良いコミュニケーションと販売戦略を策定し、売上全体を向上させることに繋がります。
- 手作業によるアンケート分析の時間を軽減し、業務効率を向上させます。



KRNスクーター

## 分析プロセス :



# Profet AI | 特定車種購入意欲の要因分析

## 例1：アンケート調査結果でのモデリング

目的変数Y：購入意向（スコア1~5）  
説明変数X：顧客基本情報（性別、年齢等）  
KRNに対しての印象スコア、改善点  
KRNを知ったきっかけ、  
スクーター使用者か／予算等  
有効調査人数：165人

### 特徴重要度

性別	年齢	居住地	スクーター所持状況	知ったきっかけ	複数スクーター所持？		Y=購入意向
1	3	3	有	IG	0		5
1	2	12	無	facebook	0	...	3
1	3	3	有	IG	1		2
1	4	13	有	官網	1		1



予算金額

知ったきっかけ

特別な外観

## 要因分析

特別車種の魅力点を把握し、マーケティング担当者がプロモーションの方向性を決定するのに役立ちます。

# Profet AI | 特定車種購入意欲の要因分析

## 例2：主に顧客個人情報（アンケート調査項目）でのモデリング

目的変数Y：購入意向（スコア0~100）

説明変数X：

通勤（学）手段

スクーターや他の乗り物所持数

既婚or未婚、家族構成

業界、教育程度等

特徴重要度

家庭状況	仕事のタイプ	教育程度	Y=購入意向
2未婚、但し付き合う相手有	1正社員	3大学卒	60
3既婚、子ども無	1正社員	3大学卒	80
1未婚、付き合う相手無	1正社員	3大学卒	100
2未婚、但し付き合う相手有	1正社員	2高校卒	80
2未婚、但し付き合う相手有	2バイト	3大学卒	60
2未婚、但し付き合う相手有	1正社員	3大学卒	100



家庭状況：  
未婚、相手無

教育程度：大卒

スクーター所持  
数

## 要因分析

特別車種を購入した顧客のプロフィール（特徴）を分析する

# Profet AI | 特定車種購入意欲の要因分析

## 効果

### データ分析時間を大幅に短縮

- 従来のアンケート調査では、データの収集から統計分析まで通常5～7営業日かかります。
- AI分析を活用すれば、1～2日で完了できます。  
👉 時短効果 60～80%。

### アンケート調査コスト削減

- 主要な特性と顧客プロファイルをAIで選出されたため、将来のアンケート調査で重要度の低い特性を聞かずに、コスト削減に繋がります。

### 再現性と拡張性に優れた分析システムの構築

- 同じAIツールを製品の好み、サービスの満足度、ユーザーの行動など、さまざまなトピックの分析に適用して、内部分析の効率と知識蓄積を向上させることができます。