



# DAYS GRAPHY

アイデア溢れる顧客理解を実現する



## — 近年の企画業務における3大課題 —

- 1 競合を意識した商品・販促企画から脱却したい
- 2 顧客起点でのブランド訴求ができるようにしたい
- 3 インサイト探索を自社でスピーディに実施したい

自社の顧客を理解することでマーケティング投資を高めたい

多くの企業が「顧客を理解する重要性」を再認識する一方で  
その実施には**コスト・時間・再現性**の壁があり実践しづらい現状がある

96.3%

マーケティング施策の成功率を高めるためには  
**自社の顧客像を正しく理解することが大事**

52.4%

(大事なことは理解しているんだけど)  
**実践できていない、活用に至っていない**

## 顧客を深く理解するための実施難易度が高く、社内で活動が定着しない状態

	現場で起こっていること	結果
コスト	1回あたり数百万円	捻出しづらい
時間	企画・設計・実施で1か月以上	頻繁にできない
再現性	外部委託中心	社内にノウハウがたまらない

## ゴールが分からないまま手探りで進めてしまい、社内が負のループに陥っている



定性調査やりたいけれど、  
コストも時間も取れなくて…

ペルソナやカスタマージャーニーが完成したものの  
使われないんだよね…



調査や分析をしたけど、知っていることだけで  
新たな発見はなかったな…



## 顧客理解を“特別な活動”から“日常の活動”へ

	現場で起こっていること	DAYS GRAPHYで解決
コスト	1回あたり数百万円	59,400円/月で 定性調査ができる
時間	企画・設計・実施で1か月以上	数時間で新たな発見が得られる
再現性	外部委託中心	チームで探索・共有できる “内製型リサーチ”

## 誰でも顧客理解をすぐに始めることができる

## DAYS GRAPHY デイズグラフィ

生成AIを活用し、口コミやレビューデータをアップするだけで  
アイデア溢れる顧客理解ができる **生活者シミュレーションシステム**

- 顧客像5パターンが10分で自動生成！
- ペルソナだけでなくリアルな日常生活を描写！
- 生成された顧客といつでも対話やグルインができる！
- ボードでメンバー間のディスカッションを促進！





# LLMの力によって、最小30件のデータだけで活きた顧客像の生成が可能



自社で取得した  
レビューデータ



比較サイト等の  
口コミデータ



インタビュー時の  
議事録データ

	A	B
1	属性	星数
2	30代 女性（未婚）	内容
3	20代 女性（未婚）	新しい街なので、若い家族が多くいます。夜にするせいで足つでたりとかありませんでした。
4	30代 男性（未婚）	治安はかなりいいと思います。
5	50代 女性（既婚）	最寄り周辺にはカラオケくらいしかなく遊べるような場所はない。近くの駅に行くしかなかった。
6	30代 女性（既婚）	最寄り駅を始め周辺には大きなお店が多く買い物するのに不便がありません。駐車場も広く行きやすい。
7	30代 女性（既婚）	地名の名の通り、野鳥が数多くいます。特に防災貯水池がある公園の辺り等。雉の野鳥を見ましたよ。
8	20代 男性（既婚）	キャッチフレーズを掲げて、子育てにやさしい街をアピールしていて、働くママやパパへの支援策をたくさん出しています。うまく活用すれば、とても便利だと思います。
9	30代 女性（既婚）	今はどうか知りませんが、私が住むちょっと前は、自転車の鍵をかけっぱなしでも大丈夫なくらい安心な地だったそうです。当時深夜のバイトをしてましたが、夜中歩くのも危なげなこともなく過ごせました。
10	30代 女性（既婚）	アレルギー専門の総合病院もあり、小児科も数多くあるので良い。ただ保育園には人口増加で入れない。産婦人科も少ない。
11	30代 女性（既婚）	最寄り駅の人口増加が激しく、電車が急激に混雑してきている。都内の地下鉄よりはまだマシだけど、近いうちに同じような状況になりそう。
		最寄り駅を中心にした地域では土地開発がうまく行われているので、車道と歩道がきちんと分かれていて車は運転しやすいし、歩道を歩くのも安心です。ただ歩道は狭いし、交通量は多いのに道も狭く、運転しにくいと思います。

この列だけでOK



CSV



## 購入者の深層的なニーズから動的に人物像を最大5パターン生成

The screenshot displays the DAYS GRAPHY interface. On the left, a sidebar contains a list of customer profiles, each with a circular icon and a name. The first profile, 河野 遥 (こうの はるか), is highlighted with a red box. Below the list are sections for 'トーク' (Talk) and 'ボード' (Board). The main area on the right shows the detailed view of the selected customer, 河野 遥 (こうの はるか). It includes a profile picture, a title, a description, and a detailed biography. The interface is designed with a clean, modern aesthetic, using a light blue and white color scheme.

α機能

共有画面

顧客詳細

日常生活

価値観

河野 遥 (こうの はるか)

48歳 家族構成：夫（51歳）、大学生の娘（20歳）と高校生の息子（17歳） 居住地：東京都杉並区の戸建て住宅 職業：医療事務（パートタイム）

遥は40代後半に差しかかり、出産・子育てを経て自分の体型の変化を日々実感している。特にバストのハリや形の変化が気になり始めたが、鏡を見るたび「まだ若い自分でいたい」という思いが強い。職場でも娘の学校行事でも、年齢を感じさせない自分でいて、服選びや下着選びに人一倍こだわるようになった。ふんわりルームブラの「バストの形を守る『下垂を防ぐ』という機能に惹かれ、「老い」を感じさせない自分でい続けるための小さな努力として購入を決意。家族には「まだまだ若いね」と言われたい、そんな気持ちを内に秘めている。

詳細

# 人そのものよりもこの人の生活をリアリティ高く描写

  


☆ アンケートデータ (デイグラ...

河野 遥 (こうの はるか)  
自分の変化や老いを“なかったこと”...

山下 京子 (やました きょうこ)  
“何かしている”という安心感を得た...

菊地 咲良 (きくち さくら)  
他人との比較や視線から“自分を...

原 真由美 (はら まゆみ)  
日々の“面倒”や“手間”から解放さ...

川崎 香澄 (かわさき かすみ)  
“今の自分”をもっと好きになりたい人

トーク

オープントーク

ボード

新規ボード

α機能

河 自分の変化や老いを“なかったこと”にし...

共有画面

顧客詳細

日常生活

価値観

日常生活

平日はだいたい朝6時に目が覚めます。目覚ましの音で一回は起きるんですけど、ベッドの中でしばらくぼーっとして、「ああ、もうちょっと寝たいな...」って毎日思ってます。結局、夫と息子のお弁当と朝食を作らなきゃいけないので、渋々起きてキッチンに向かいます。正直、毎日ちゃんとしたもの作ってるわけじゃなくて、冷凍の焼きおにぎりとか、前の日の残り物を温めて出すだけの日も多いです。「まあ、みんな文句言わないし、いいよね」って心の中で言い訳してます。

自分の身支度は、家族がバタバタしてる間に洗面所でササッと。鏡を見ると、顔のたるみとか、首のシワとか、どうしても気になっちゃうんですね。「また老けたかな...」って落ち込む日もあるし、今日はまだマシかなって思う日もある。BBクリームと眉だけは最低限やって、あとはマスクで隠しちゃうからいいか、って。下着は、最近はほとんどふんわりルームブラですね。朝から気分が乗らない日は、ちょっと明るい色を選んで「これで少しは気持ちも上がるかな」って思ってます。

娘とすれ違うとき、つい「私が若かった頃は...」なんて言いかけて、やめることが多いです。娘に「ママ、その服似合うね」とか言われると、すごくうれしいけど、素直に「ありがとう」って言えなくて、なんか照れちゃうんですね。

みんなを送り出してから、コーヒーを淹れて10分だけソファでぼーっとしています。SNSで同年代の友達が美容院行っただの、エステ行っ

## 仮想の生活者を相手に詳細をインタビューできる

The screenshot displays the DAYS GRAPHY interface, which is used for conducting detailed interviews with virtual lifeforms. The interface is divided into several sections:

- Left Sidebar:** Contains navigation options and a list of virtual lifeforms (avatars) for selection. The list includes:
  - 河野 遥 (こうの はるか) - 自分の変化や老いを“なかったこと”...
  - 山下 京子 (やました きょうこ) - “何かしている”という安心感を得た...
  - 菊地 咲良 (きくち さくら) - 他人との比較や視線から“自分を”...
  - 原 真由美 (はら まゆみ) - 日々の“面倒”や“手間”から解放さ...
  - 川崎 香澄 (かわさき かすみ) - “今の自分”をもっと好きになりたい人
- Main Interview Area:** Displays a conversation with a selected virtual lifeform. The conversation is titled “トーク2” (Talk 2). The interface includes a search bar for “トーク内の単語を検索” (Search for words in the talk) and a list of virtual lifeforms for selection. The conversation text shows a greeting: “こんにちは！楽しくおしゃべりしましょう！” (Hello! Let's have a fun chat!) dated 2025/08/12 16:27.
- Bottom Section:** Includes a “ボード” (Board) section with a “新規ボード” (New Board) button and a “トーク” (Talk) section with a “オープントーク” (Open Talk) button. There is also a “入力してください” (Please input) field for text entry.



## 仮想の生活者を相手に詳細をインタビューできる

The interface is divided into three main sections: a left sidebar, a central chat area, and a right panel for conversation details.

**Left Sidebar:**

- Top: A colorful logo and a search icon.
- Section 1: "☆ アンケートデータ (デイグラ..." with a dropdown arrow.
- List of personas (each with a circular icon and a name):
  - 河野 遥 (こうの はるか) - "自分の変化や老いを“なかったこと”..."
  - 山下 京子 (やました きょうこ) - "何かしている"という安心感を得た..."
  - 菊地 咲良 (きくち さくら) - "他人との比較や視線から“自分を..."
  - 原 真由美 (はら まゆみ) - "日々の“面倒”や“手間”から解放さ..."
  - 川崎 香澄 (かわさき かすみ) - "今の自分”をもっと好きになりたい人"
- Section 2: "トーク" with a dropdown arrow, a share icon, and a plus icon.
- Section 3: "オープントーク" with a group icon.
- Section 4: "ボード" with a dropdown arrow, a plus icon, and a question mark icon.
- Bottom: "新規ボード" (New Board).

**Central Chat Area:**

- Header: "@全員" (Everyone).
- Message: "こんにちは！販売企画を担当している阪口です！今日はよろしくお願いします！"

**Right Panel (Conversation Details):**

- Header: A vertical list of persona icons (阪, 河, 山, 菊, 原, 川).
- 河野 遥 (こうの はるか):

こんにちは、阪口さん。こちらこそ、どうぞよろしくお願いします。こういう場で自分のことを話すのは少し照れくさいですが、日々感じていることや本音もお伝えできたらと思っています。普段は家族や職場の人にはなかなか言えないことも、今日は素直に話してみますね。
- 山下 京子 (やました きょうこ):

阪口さん、こんにちは。今日はお声がけありがとうございます。普段はあまり自分のことを話す機会がないので、ちょっと緊張していますが、せっかくなので本音で参加させていただきますね。どうぞよろしくお願いします。
- 菊地 咲良 (きくち さくら):

こんにちは、阪口さん！こういうの初めてでちょっとドキドキしてますけど、せっかくなので、普段友達とかにも言えないようなことも話してみようかなって思ってます。よろしくお願いします！
- 原 真由美 (はら まゆみ):

阪口さん、こんにちは。こういう場って普段の生活ではなかなかないので、ちょっと新鮮です。あんまりかしまった感じじゃなくて、正直に話しても大丈夫そうなので、よろしくお願いします。
- 川崎 香澄 (かわさき かすみ):

こんにちは、阪口さん。こうして自分の気持ちや日常について話す機会って意外とないので、ちょっと楽しみにしていました。遠慮せず、今の自分のことや思っていることを素直にお話できたらと思います。よろしくお願いします。

## 聞くべき内容を自動生成し、インタビューも自動実行してくれる

オープントーク

トーク内の単語を検索

デイくんがインタビュー中...

@全員  
冷蔵庫を使う前は、どんなことをしていましたか？（例えば、冷蔵庫を使う直前の行動や、日常の流れの中で冷蔵庫を使う前の様子について詳しく教えてください）

2025/10/07 16:32

西 博（にしひろし）  
松 片 松 金

冷蔵庫を使う前は、だいたい部屋でゴロゴロしてるか、スマホでSNS見てることが多いかな。朝だったら、布団から出て顔を洗って、着替えて「何食べようかな...」って考えながらキッチンに行く。夜は大学から帰ってきて、部屋着に着替えて「お腹すいたな」って思いながら冷蔵庫の前に立つ感じ。スーパーで買い物して帰ってきた時は、買った食材を袋ごとキッチンに置いて、まず冷蔵庫を開けて収納する。正直、あんまり計画的に動いてるわけじゃなくて、「とりあえず冷蔵庫開けてみる」ってことが多い。冷蔵庫の中がごちゃごちゃしていると、「なんかやる気なくなるな...」って思うこともあるし、ちゃんと整理しようって気持ちになることもある。

松本 志穂（まつもと しほ）

助けてデイくん！

1. 最近の生活の中で、○○（該当カテゴリの商品）が登場する場面について教えてください。
2. ○○を使う前後で、どんなことをしていましたか？
3. その時、一緒にいた人や周囲の環境について教えてください。
4. ○○を手にとった時、どこにありましたか？どんな場所でしたか？
5. ○○を選ぶまでに、他に見たものや触れたものはありましたか？
6. その場で○○以外に気になったものはありましたか？
7. ○○を使った時、どんな気持ちや体の状態でしたか？
8. 最近○○を使った時の出来事で、印象に残っていることはありますか？
9. ○○を使った後、どんな行動をしましたか？



## 仮説も自動生成してくれるので、「新たな発見」につながる



オープントーク

トーク内の単語を検索

スーパーやコンビニで調味料や時短商品を選ぶ時は、まず「少量パック」「使い切りサイズ」「賞味期限の長さ」をチェックします。ボトルタイプは絶対余るので、パッケージに「一人暮らし向け」「無駄なし」って書いてあるとすごく惹かれます。あと、成分表示も確認して、余計な添加物が多すぎないかも気になります。最近はフードロス削減のコーナーも見回ることが多いです。棚の前で「これ本当に使い切れるかな？」って何度も自問して、結局何も買わずに帰ることもあります。店内は混んでると焦るけど、空いてる時はじっくり選べるので、時間がある日はかなり慎重に見比べてます。

及川 哲（自宅でも外食気分を味わって食の満足感を

☐ 全員 ☐ 松田 祐樹 ☐ 落合 奈央子 ☐ 及川 哲 ☐ 阿部 菜月 ☐ 富田 梨乃

入力してください

0 / 300

Shift+Enterで送信



助けてデイクン！

**【消費者の認知的・心理的プロセスの全体共通構造】**  
日々の食事準備において、消費者は“効率化”と“無駄の回避”を強く求めています。特に一人暮らしや少人数世帯では、食材・調味料の使い切りや廃棄リスクが常に意識されており、「必要な分だけ」「無駄なく」「賞味期限を気にせず」使えることが安心感につながっています。調理や後片付けの手間も心理的な負担となっており、時短やワンプレート、フライパンひとつで済むという“手軽さ”が選択の大きな基準です。  
  
一方で、家族やパートナーと食卓を囲む場合は、食事がコミュニケーションやイベントの場となり、「外食気分」「新しい味」「盛り付けの工夫」など、食体験そのものの“楽しさ”や“変化”への欲求が高まります。マンネリ化した献立への飽きや、家族のリクエストに応えるためのバリエーションも重要な動機です。SNSや口コミ、ママ友の情報など、外部からの刺激や話題性も購入を後押ししています。

話を掘り下げて！

話を広げて！

話を変えたい



## 探索した内容から顧客理解のフレームワークに自動でまとめてくれる

▼ ☆ アンケートデータ (デイグラ...)

河野 遥 (こうの はるか)  
自分の変化や老いを“なかったこと”...

山下 京子 (やました きょうこ)  
“何かしている”という安心感を得た...

菊地 咲良 (きくち さくら)  
他人との比較や視線から“自分を...”

原 真由美 (はら まゆみ)  
日々の“面倒”や“手間”から解放さ...

川崎 香澄 (かわさき かすみ)  
“今の自分”をもっと好きになりたい人

▼ トーク

オープントーク

▼ ボード

新規ボード

新規ボード

自動振分

消費者の状況

ただ、やっぱり心配なのはやりすぎとか、生活リズムが崩れること。

、依存しすぎたり、現実逃避になっちゃうのは心配。

学校でも「ゲームのやりすぎで寝不足」という生徒もいる

「雨降りそうだから傘忘れないようにしなきゃ」

どんな場所で

りすぎとか依存は心配だけど、ゲームって発想力や反射神経、協力する力も育つ

むしろ、今の時代にゲームを全くやらない子どもの方が珍しいんじゃないかな？

小沢理恵は東京都渋谷区のワンルームマンションで一人暮らしをしている29歳の女性で、広告代理店のクリエイ...

カードを追加

どんな時に

小沢理恵は東京都渋谷区のワンルームマンションで一人暮らしをしている29歳の女性で、広告代理店のクリエイ...

最近は学校の友達とオンラインでつながるのが当たり前

、ゲームのことで口論になることもあるし、

カードを追加

消費者にとっての便益

家族で一緒に楽しめる時間が増えたりする

私は「新しい体験」として、ゲームもどんどん活用したい派です！

便利そうなものをネットで見つけると、「これで少し楽になるかな」と

後回しにすると自分が嫌になるので、やるしかないって感じます

基本モデル

¥ 59,400 /月

(3ユーザーまですべての機能を制限なく利用可能)

※ユーザー追加の場合：1ユーザーあたり19,800円/月

「DAYS GRAPHY (デイズ グラフィ)」で検索

無料相談を実施しておりますので、お気軽にお問合せください



本資料内の情報は、シナジーマーケティング株式会社に帰属します。  
事前の承諾を得ること無しに、本資料のすべてまたは一部をいかなる形式、  
いかなる手段によっても、複製・改変・再配布・転送等を行うことを禁じます。