

2026年3月31日

株式会社博報堂D Yホールディングス

株式会社大広

大広、デジノベーション株式会社と共同で 未来の事業成長をデザインする新メソッド「パブリックインサイト」を開発

博報堂D Yグループの株式会社大広（本社：東京都港区、代表取締役社長：泉恭雄、以下「大広」）は、デジノベーション株式会社（本社：東京都杉並区、代表取締役社長：伊藤友博）と共同で、生活者の生の声と社会の変化を掛け合わせ、企業の中長期的な事業成長を牽引する新たなマーケティングメソッド「パブリックインサイト」を開発したことをお知らせいたします。



■開発の背景：従来の「顧客インサイト」が抱える限界

情報が氾濫し、価値観の多様化が進む現代において、従来の「顧客インサイト（商品・サービスへの期待起点）」に基づき最適化されたマーケティングだけでは、生活者・顧客にブランドのメッセージが届きにくく、中長期の共感が生まれにくくなっています。

そのような中で、短期的なキャンペーンを企画するだけでなく、中長期で腰を据えて取り組むべき「共感を生むテーマ」や「一貫性ある統一メッセージ」の必要性を感じる企業が増えています。

一方で、膨大な生活者の生の声を分析・洞察すると、個人の不満・期待の根底には社会構造の変化による「世の中の大きなうねりの影響」が色濃く反映されていることが確認されます。

こうした「個」と「企業」が抱える共通の課題を解決するため、インサイトの再定義が必要と考えました。そこで、個人の声を社会全体の文脈で捉え直し、未来の価値をデザインする新フレームワーク「パブリックインサイト」の共同開発に至りました。

今の社会において、顧客を理解し、ブランドとの距離を近づけるためには

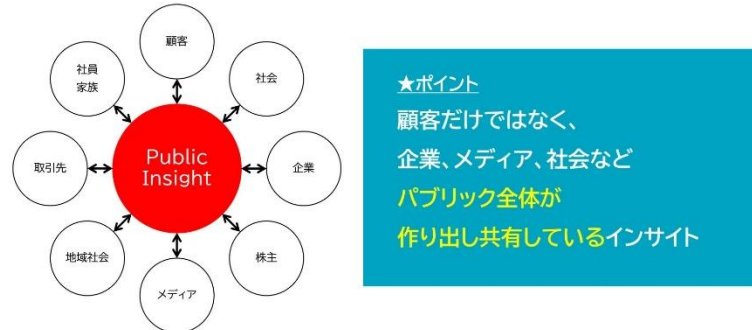
“個”のインサイトから、“公”のインサイトへ インサイトの再定義が必要。



■新メソッド「パブリックインサイト」の概要

パブリックインサイトとは、顧客だけでなく、企業、社会、メディアなどパブリック全体が共有している「モヤモヤ（隠れたホンネ）」を言語化するアプローチです。

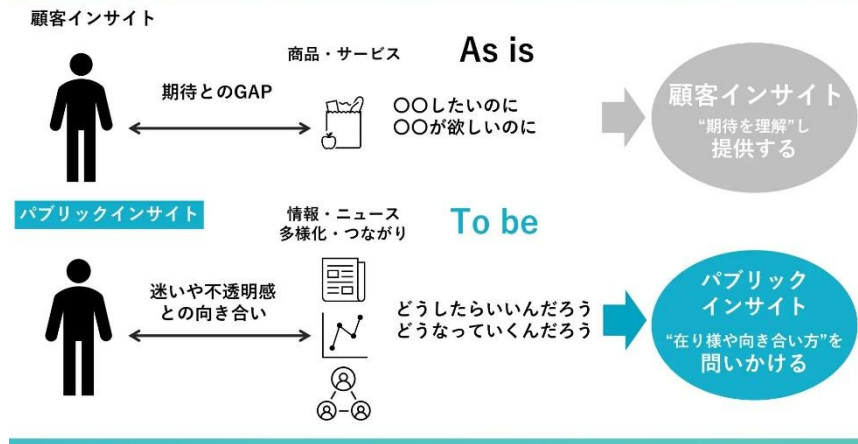
パブリックインサイト=公共・世間が感じているインサイト



これまでの顧客インサイトが「商品・サービスへの期待」であり、これを理解して期待に応える商品・サービスを提供することで瞬間的な効果を生むものだとすれば、パブリックインサイトは「社会全体のモヤモヤを言語化し共感をもたらす」ものです。

情報量が爆発する中で多様化が進む今、多くの生活者・顧客は迷いや不透明感と向き合っています。

これに対して「パブリックインサイト」を通して、在り様や向き合い方を問いかけることで、「私のことを分かってくれている！」という強い共感を生み、持続的な効果をもたらす。結果として、ブランドを熱狂的に応援してくれる「ロイヤルカスタマー」の創造に繋がります。



このアプローチには、以下の3つの特徴があります

① 「新しい現実」と「古い当たり前」のGAPから市場機会を発見

社会・外部環境の不可逆な変化と、生活者が慣性で続けている既存習慣の間に生じるズレ（GAP）を特定。ここに生じる未解決の不満や不安を「パブリックインサイト」として抽出します。

② AIと人間の対話によるインサイト発掘の標準化

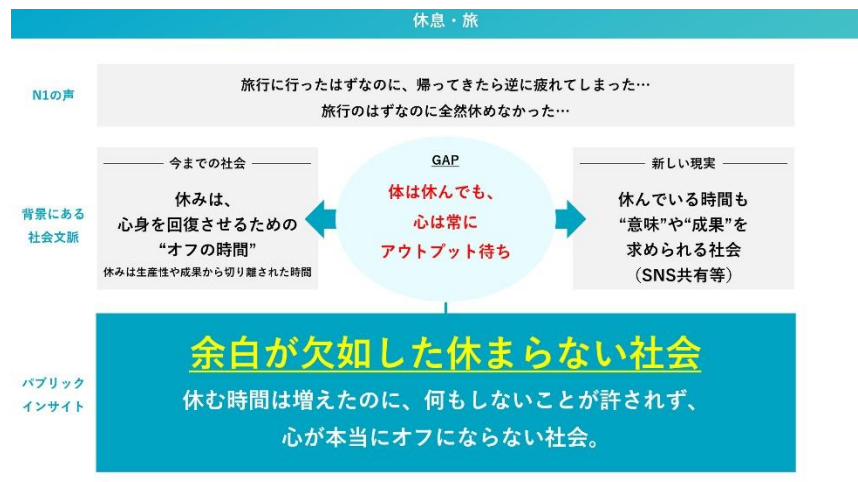
デジノベーションが強みとするデータ×AI実装力を活かし、生活者・顧客の声のビッグデータからインサイトを炙り出すプロセスを標準化。生成AIに学習させることで「パブリックインサイトカード」をタイムリーに量産し、博報堂DYグループの横断的なAI専門家集団HCAI Professionalsの活動の一環として、そこに人間の洞察や対話を掛け合わせて価値あるテーマへと昇華します。

③ 「未来の習慣」の設計とシナリオプランニング

導き出したインサイトから「未来の習慣」を設計。その際、不確実な環境下でも通用する頑健な戦略となるよう、シナリオ分析を実施します。具体的には想定される外部環境の変化に基づき未来環境を複数パターン想定、各パターンでパブリックインサイトがどのような形で定着・受容されるかをシナリオ化します。

■パブリックインサイトの抽出・活用イメージ（休息・旅カテゴリ）

例えば、休息・旅カテゴリを対象にパブリックインサイトを抽出すると以下ようになります。



古い当たり前：

休みは、心身を回復させるための“生産性から切り離されたオフの時間”である。

新しい現実：

SNS の普及などにより、休んでいる時間にも“意味”や“成果”が求められる社会へと変容している。

GAP から導かれるパブリックインサイト：

体は休んでいても心は常にアウトプット待ち状態になってしまう「余白が欠如した休まらない社会」。

未来のテーマ・施策展開への接続：

上記のパブリックインサイトを言語化することで、「何もしないこと」を全面的に肯定するブランドメッセージの発信や、デジタルから離れて心からオフになるリトリートプランの企画など、中長期的な事業テーマと具体的な打ち手の創出へと繋がります。

■先行トライアルでの手応えと今後の展開

本メソッドはすでに、マーケティング先進企業（日用品メーカー等）において「家事」や「ウェルネス」をテーマとした実践的なトライアルプロジェクトとして実践・導入されています。

「モノを売るのではなく、生活者・顧客自身もまだ気づいていない漠然とした社会の変化を言語化し、新しい価値を提供したい」という企業の皆様に期待が高く評価されており、中期経営計画の見直しや新規事業のコンセプト探索の枠組みとして活用が始まっています。

■デジノベーション株式会社について

「Dialogue , Digital , Innovation」を掲げ、データ×AI 活用戦略策定、新規事業開発伴走、マーケティング高度化を通じ、「意志と知性がデジタルと融合し、価値が無限に生まれる未来」を目指すプロフェッショナル・チーム。

- ・代表取締役：伊藤友博
- ・サイト：<https://www.diginnovation.co.jp>
- ・設立：2025 年 11 月 13 日
- ・所在地：東京都杉並区

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社 大広 広報局 広報部 info@daiko.co.jp

株式会社博報堂 D Y ホールディングス グループ広報・IR室 koho.mail@hakuholdo.co.jp