

報道関係各位

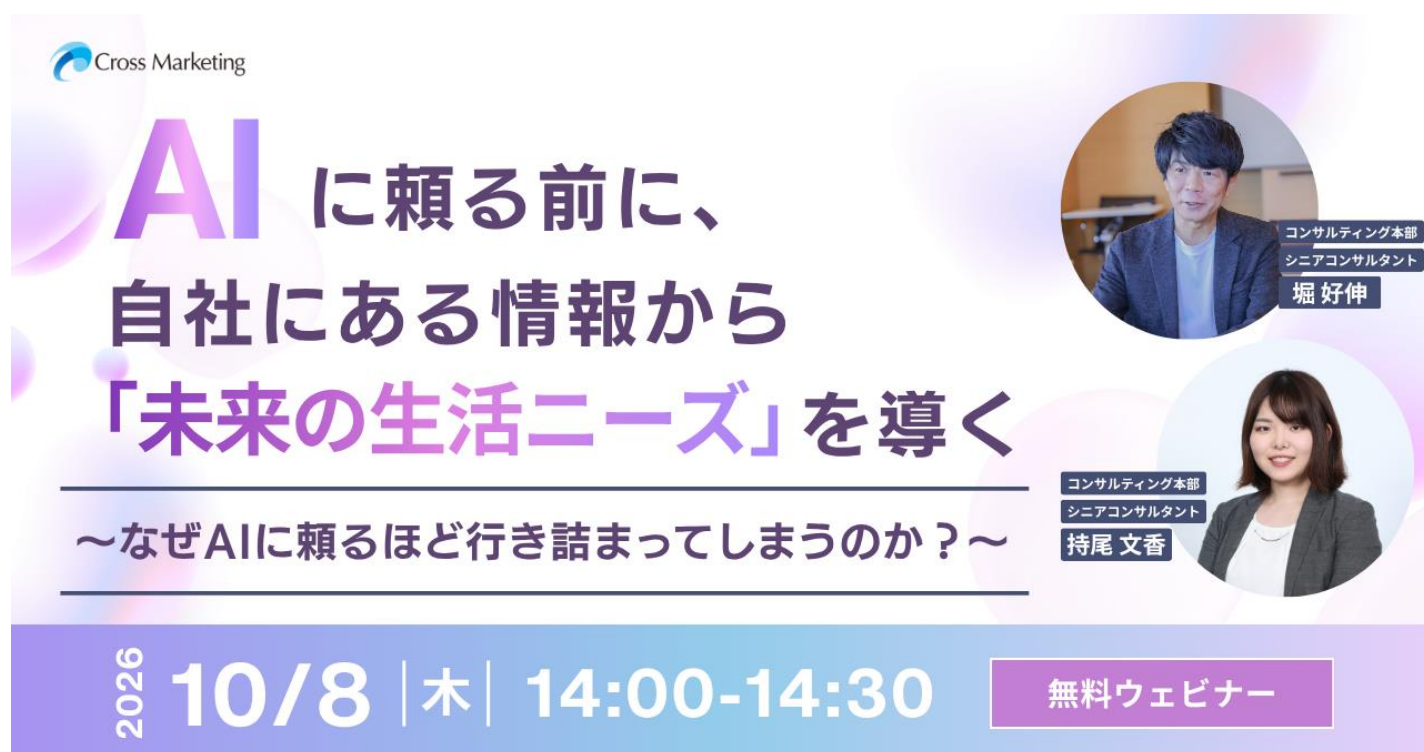
2026年10月1日
株式会社クロス・マーケティング

AIに頼る前に、自社にある情報から「未来の生活ニーズ」を導く なぜAIに頼るほど行き詰まってしまうのか？

2026年10月8日（木）14時～14時30分 無料オンラインセミナー

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区 代表取締役社長：五十嵐 幹、以下当社）は、10月8日（木）にセミナーを開催いたします。

詳細・お申込みはこちら <https://www.cross-m.co.jp/seminar/20261008>



The banner features the Cross Marketing logo at the top left. The main title is 'AIに頼る前に、自社にある情報から「未来の生活ニーズ」を導く' in large, bold, purple and pink text. Below it is the subtitle '～なぜAIに頼るほど行き詰まってしまうのか？～'. On the right side, there are two circular portraits of speakers: a man (Hosono Kouten) and a woman (Mouri Fumika), each with their names and titles (Consulting Dept., Senior Consultant) in a small box. At the bottom, there is a date and time '2026 10/8 | 木 | 14:00-14:30' and a button that says '無料ウェビナー' (Free Webinar).

■セミナー内容

生成AIの普及によって、誰もが手軽にトレンド情報を集約し、それらしいアイデアを得られるようになりました。

しかし、それは競合も同じです。外部情報に依存したAIの提案だけでは、自社ならではの強みを活かした独自性のある企画を生み出すことが難しくなっています。

本セミナーでは、外部のトレンド情報やAIに頼る前に、既に自社内にあるデータを再解釈し、2～3年先の「未来の生活ニーズ」を導き出すための考え方を解説します。重要なのは、製品の機能や価格といったスペック視点から、生活者がその商品をどう位置づけているかという、ライフシーンにおける役割への視点転換です。

既存の分析手法で行き詰まっている現状を打破し、自社のビジネスや商品における「次の提供価値」や「未来のニーズの仮説」を描き出すためのヒントをご紹介します。

■プログラム

1. なぜAIに頼るほど、新しいニーズの発見から遠ざかるのか
2. 自社情報はもう見飽きた？持つべき視点は「スペック」ではなく「ライフシーンにおける役割」
3. ケーススタディ：テレビと動画配信メディアの役割を紐解く

■このような方にオススメ

- AIでアイデア出しの種を探しているが行き詰まっている方
- 自社ならではの強みや、自社が取り組む必然性があるコンセプトを作りたい方
- これからの生活シーンで発生するニーズを探索したいが、やり方がわからない方

■開催概要

名称：AIに頼る前に、自社にある情報から「未来の生活ニーズ」を導く
～なぜAIに頼るほど行き詰まってしまうのか？～

日時：2026年10月8日（木）14:00～14:30

参加方法：Zoomによるオンラインセミナー・事前申込制

※お申し込み後、Zoomよりメールにて視聴URLをお送りします。

参加費：無料

詳細・お申込みはこちら：<https://www.cross-m.co.jp/seminar/20261008>

※競合企業などで参加をお断りする場合がございます。

今後も当社は、さまざまな手法を取り入れながら、お客様のマーケティングパートナーとして、ニーズに適したマーケティングリサーチ、マーケティングソリューションを提供していきます。

【会社概要】

会社名：株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>

所在地：東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F

設立：2003年4月1日

代表：代表取締役社長 五十嵐 幹

事業内容：マーケティング・リサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

■本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社クロス・マーケティング セミナー事務局

seminar@cm-group.co.jp