B3

Deep Research で市場・業界調査

問いの立て方の型と、Gemini Notebookで裏取りする流れ

更新日：2026-10-03（2026年10月時点の情報）｜HUMAC 伊藤晴通

Deep Research（ディープリサーチ）とは

AIが数分〜数十分かけて**数十のWebページを自分で読み、出典付きのレポートにまとめる**調査機能。ChatGPT・Gemini・Claude の各社が持っている。以前は半日〜1日かかった下調べが、待っている間に終わる。

サービス	無料版	有料版
Gemini	使える（使用量で上限）	上限が大きい（AI Pro）
ChatGPT	ごく少数	Plus以上で本格利用
Claude（Research）	使えない	Pro以上

問いの立て方の型：「何を調べて」より「何に使うか」

要素	書くこと	例
① 目的	調査結果を何に使うか	新サービスの企画書の「市場動向」欄に書くため
② 対象	業種・地域・規模	地方の観光地にある、従業員3名の飲食店
③ 知りたいこと	市場規模・動向・競合・追い風／向かい風	テイクアウト需要の動向、観光客数の推移
④ 範囲と質	期間・情報源の条件	直近3年、公的統計や業界団体の資料を優先
⑤ 出力形式	形と分量	見出し付き、各主張に出典URL、最後に300字の要約

コピーして使う

【目的】新しいテイクアウトサービスの企画書の「市場動向」欄を書くための下調べです。
【対象】地方の観光地で営業する、従業員3名の飲食店。テイクアウト販売を強化したい。
【知りたいこと】①全国と地方のテイクアウト・中食市場の規模と動向 ②観光客の飲食消費の傾向 ③小規模飲食店にとっての追い風・向かい風
【条件】直近3年の情報。政府統計・業界団体・信頼できる調査会社の資料を優先。推測と事実を分けて書く。
【出力】見出し付きのレポート。すべての数字と主張に出典URLを付ける。最後に企画書向けの300字要約。

調べっぱなしにしない：裏取りまでの流れ

1
Deep Researchで下調べ
出典付きレポートを作らせる

2
公的データを人が足す
AIが拾いにくい一次情報（B4）。どの統計を当たるかは専門職の腕の見せ所

3
Gemini Notebookで裏取り
レポートと公的資料をまとめて入れ、矛盾を点検させる

4
本人の言葉に直す
自分たちの強みや想いを、自分の言葉で足す

コピーして使う

（Gemini Notebookで）登録した調査レポートの中で、公的統計の資料と食い違っている数字や記述はありますか？食い違いがあれば、両方の出典を並べて示してください。

コピーして使う

（Gemini Notebookで）この事業の市場動向を300字でまとめてください。各文の根拠となる資料を示し、公的統計を優先してください。

ポイント：AIの調査結果を、RAGで裏取りする

Deep Researchは広く集めるのが得意、Gemini Notebookは資料に忠実に答えるのが得意。**「広く集める → 資料に閉じて確かめる」**の2段構えが、根拠の厚い提案・企画の型になる。

注意

- Deep Researchの出典は必ず開いて確認する（出典があっても、読み違えていることがある）
- 数字は年度と定義（売上か出荷額か等）をそろえる
- そのまま企画書・申請書に貼らない（補助金の申請なら → D2）