

第390回 NRIメディアフォーラム

生成AIマーケティング

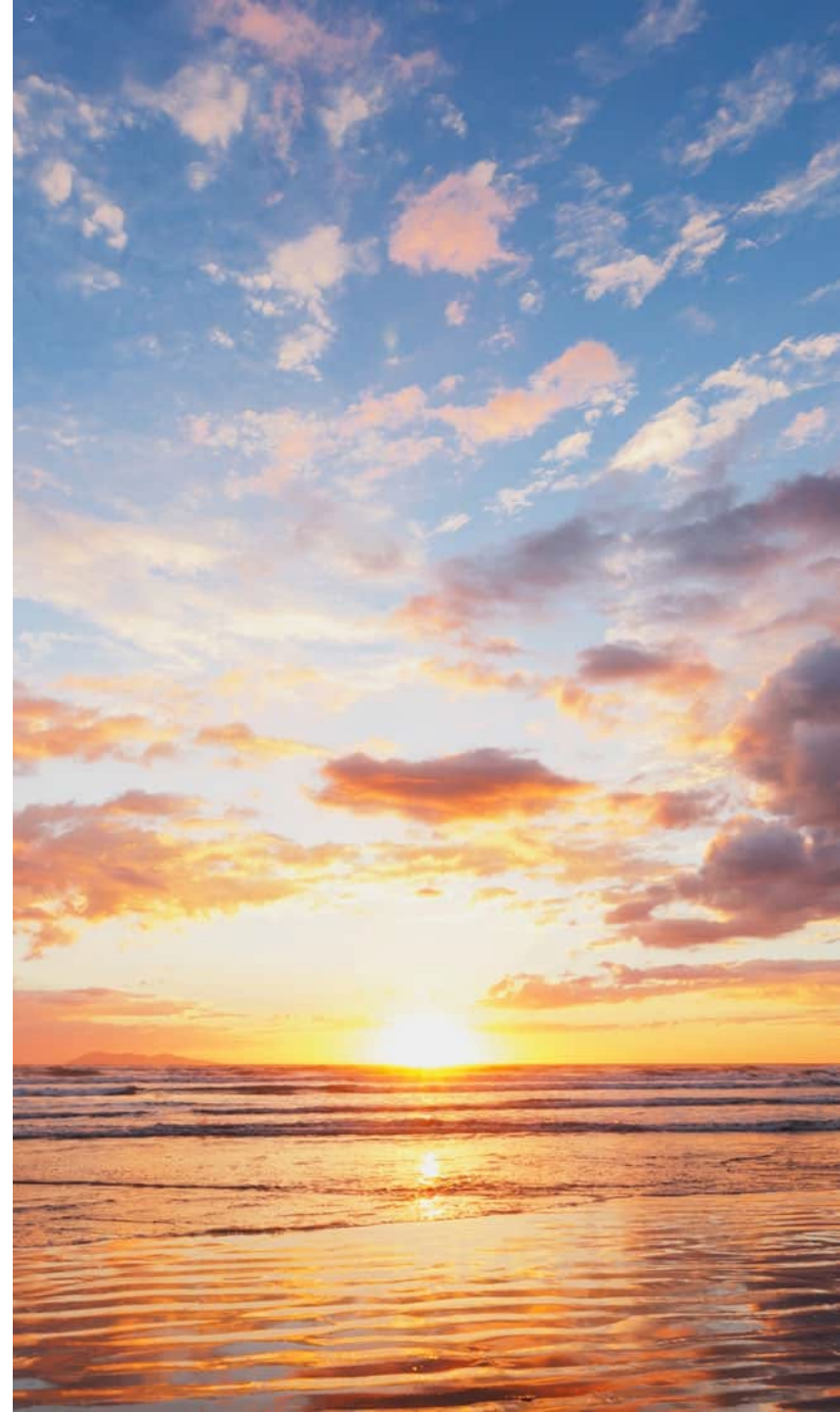
～新時代を創る生成AIとAIエージェント～

鷺森 崇

株式会社野村総合研究所

DX基盤事業本部 IT基盤技術戦略室 エキスパートリサーチャー

2025年3月25日



01

マーケティング領域での生成AIの活用

02

生成AI活用の課題と展望

03

まとめ

01

マーケティング領域での生成AIの活用

02

生成AI活用の課題と展望

03

まとめ

マーケティングとは

マーケティングとは、『顧客や社会と共に価値を創造し、関係性を築き、豊かで持続可能な社会を目指すプロセス』である

公益社団法人 日本マーケティング協会

【マーケティングの定義】

マーケティングとは、**顧客や社会と共に価値を創造**し、その価値を広く浸透させることによって、ステークホルダーとの**関係性を醸成**し、より豊かで持続可能な社会を実現するための構想でありプロセスである。

- ✓ 2024年1月、日本マーケティング協会は、1990年に制定されたマーケティングの定義を34年ぶりに刷新
- ✓ デジタル技術の進展による企業と顧客の関係が変化や、SDGsのように社会的課題への対応が求められるなど、マーケティングの役割も進化したことが、刷新の背景にある。

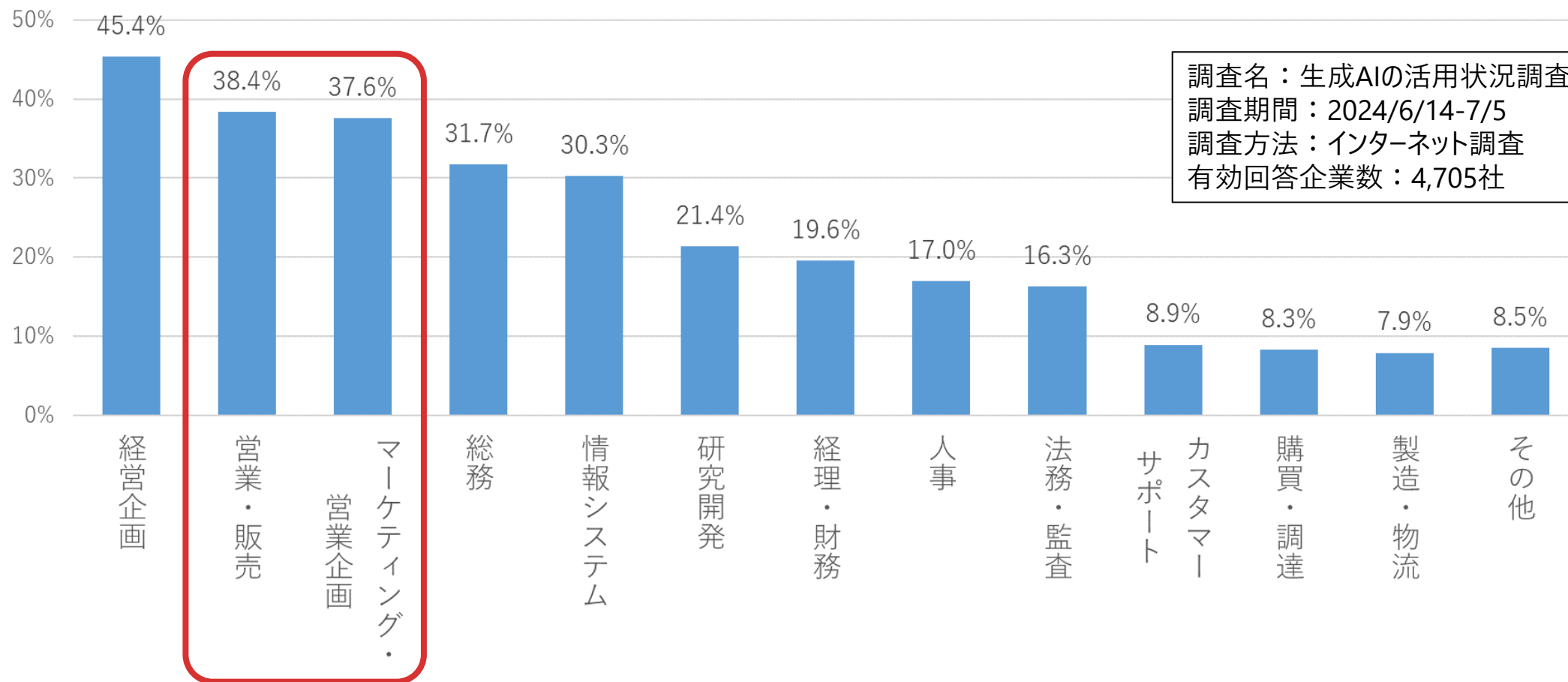
マーケティングとは

近代マーケティングの父であるフィリップ・コトラーが提唱した、時代に合わせて進化を続ける「マーケティング」の役割

1950年代	マーケティング1.0 (製品中心)	•製品を安く生産し、大量に販売する •製品、価格、プロモーション、プレイス（チャネル）の4Pが重要視される
1980年代	マーケティング2.0 (顧客中心)	•顧客のニーズや欲求を理解し、それに応じたマーケティング戦略を展開する •セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニングのSTP分析が重要視される
2000年代	マーケティング3.0 (人間中心)	•製品やサービスを通じて社会的な価値や理念を消費者と共有する •ブランドのアイデンティティ、イメージ、インテグリティの3iが重要視される
2010年代	マーケティング4.0 (従来型からデジタルへ)	•オンラインとオフラインの統合、デジタルメディアの活用が特徴で、より接続された世界でのマーケティングを実践
2020年代	マーケティング5.0 (人間のためのテクノロジー)	•AI、自然言語処理(NLP)、センサー、ロボティクスなどのネクストテクノロジーを活用しながら、顧客との信頼関係を築き、より深いレベルでの顧客満足を追求する

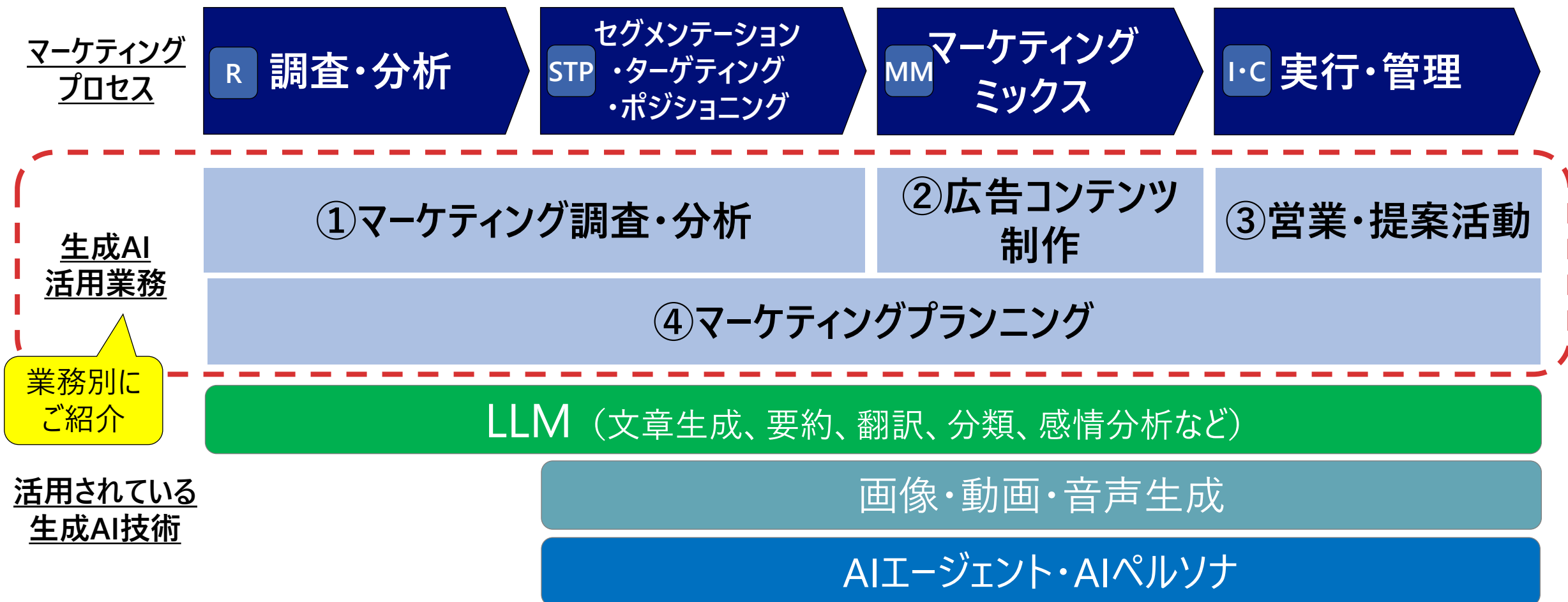
日本企業のマーケティング業務における生成AI活用への意識は高い

生成AIの活用部門（n=812）



マーケティングの各プロセスにおいて、生成AIの活用がはじまっている

- 活用されている技術は、LLM、画像・動画・音声生成、AIエージェントなど



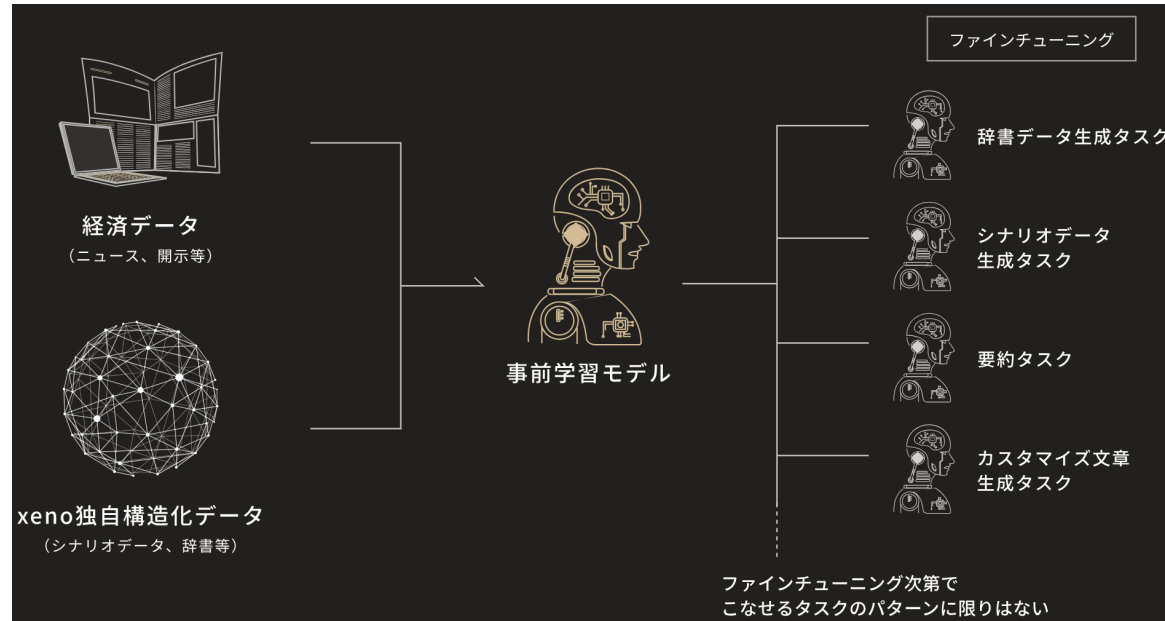
大規模言語モデル（LLM）のマーケティング調査・分析での活用



マーケティング領域での生成AIの活用状況 ①マーケティング調査・分析

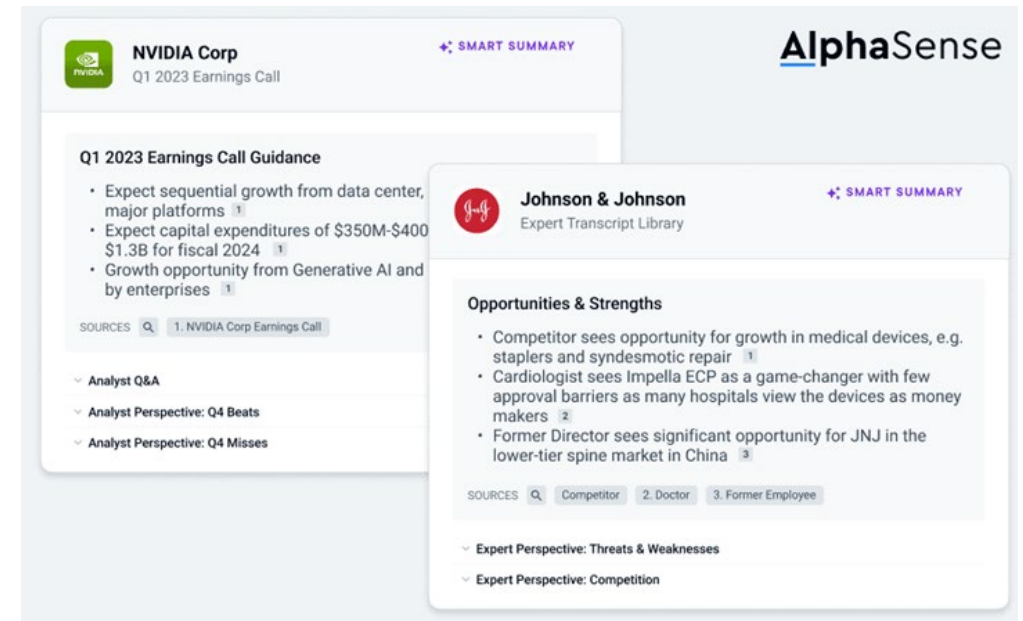
経済・財務データなどに特化したLLMで、予測や事象の解釈を行い、 ビジネスの意思決定の迅速化・効率化を実現

- xenodata lab.は、経済分析に特化したLLM「SPECKTLAM」を開発
- 経済予測プラットフォーム「xenoBrain」での経済予測及びその解釈を行うために活用



出所) <https://service.xenobrain.jp/generative-ai>

- AlphaSenseは、ビジネスデータと財務データに特化したLLM「ASLLM」を開発
- 決算説明会のトピックやアナリストからの主な質問などを簡潔に要約し洞察を生成



出所) <https://www.alpha-sense.com/blog/product/competitive-intelligence-tools/>

楽天インサイトは、アンケート結果をもとにターゲットのプロファイルを自動生成するAIツール「楽楽プロフィール」の提供を開始

- 企業が楽天インサイトに依頼して実施したインターネット調査の結果を、楽天インサイトが蓄積する生活意識データと連携し、ターゲットのプロファイルを自動生成
- 仕事に関する意識や食に関する意識などターゲットの意識や価値観に踏み込んだ深いプロフィールや、AIによるサマリ、人物イメージ画像を生成する

プロフィールサマリ



プロフィールシート



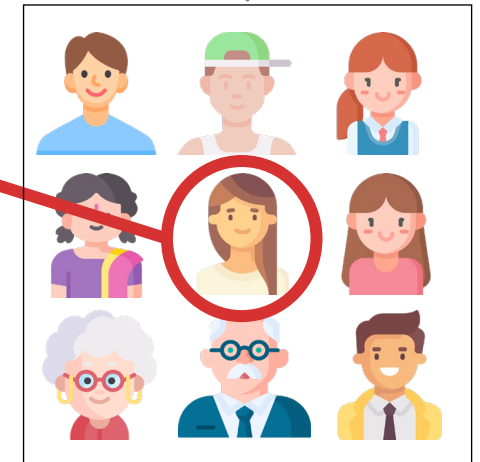
AIペルソナ(バーチャル消費者)を生成し、消費者ニーズやマーケティング施策の反応について検証を行う

従来の顧客調査 (アンケート、インタビューなど)



AIペルソナを活用した 顧客調査

AIペルソナとの対話



複数のAIペルソナ

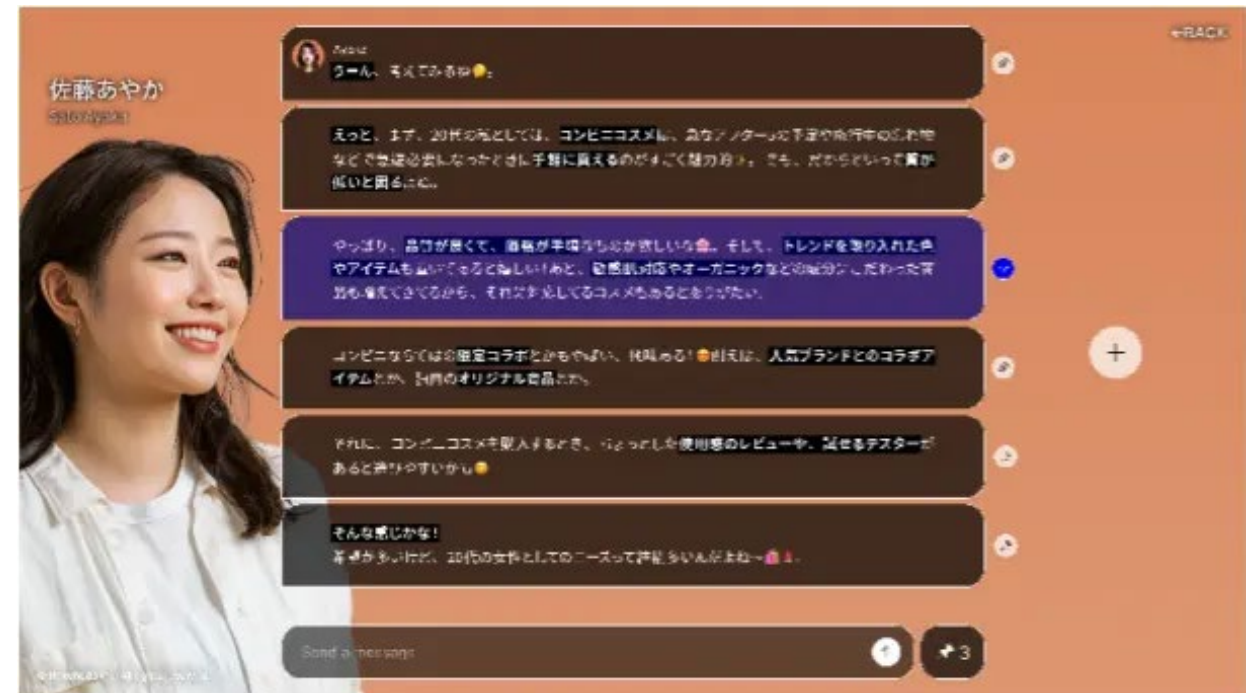
博報堂は、生成AI技術を活用し、独自に毎年実施している生活者調査のデータベースから7000タイプの「バーチャル生活者」を生成

- **バーチャル生活者との対話**を繰り返し、商品・ブランドに関する感想や人間関係に関する悩みなどに耳を傾けることで、今後は**マーケティング・商品開発をはじめ、組織づくり、アイディエーション、ワークショップ**といった多岐にわたる領域での活用を想定



<バーチャル生活者 ペルソナイメージ>

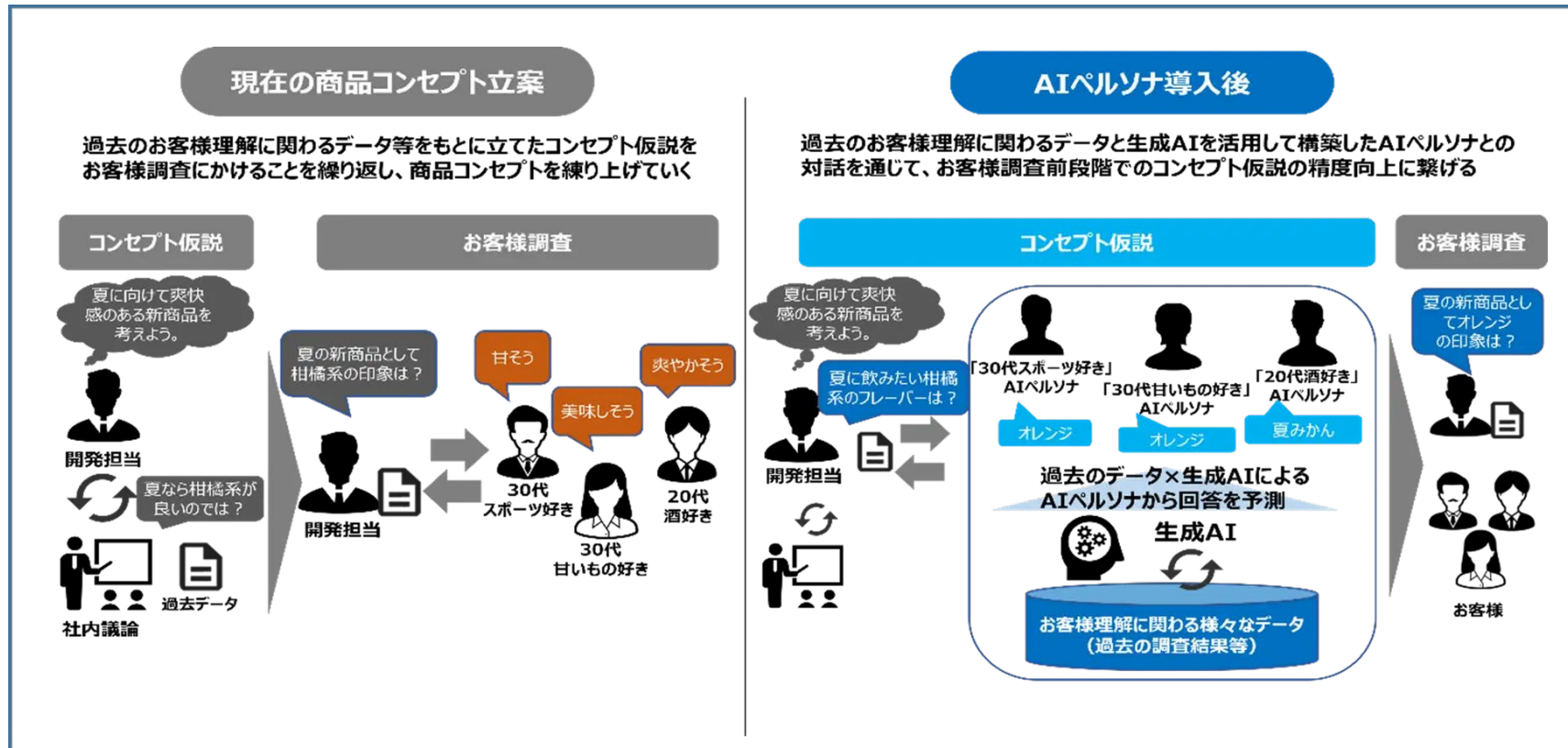
出所) <https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000836.000008062.html>



<メッセージ UI イメージ>

キリンビールは、新商品開発において、生成AIを活用したAIペルソナを構築・導入する検証を開始

- インタビュー調査から得た消費者の声を生成AIに学習させ、商品コンセプトやフレーバーに対する質問をAIペルソナにすることで、顧客インサイトの抽出を疑似的に行い、商品開発に活用



従来、新商品開発で行っていた消費者インタビューでは、平均50時間と多くの時間がかかり、新商品開発期間が長期化する傾向があった

「AIペルソナ」の活用により、従来のアンケートやインタビューでは困難だった、柔軟で効率的な調査・分析が期待されている

活用メリット	概要
調査時間とコストの削減	・アンケートやインタビューの準備や実施にかかる、 時間とコストを大幅に削減 できる。
偏ったデータの排除	・少数の調査対象者の意見に依存することなく、 偏った意見やデータによる影響を最小限に抑える ことができる。
柔軟なターゲット設定	・ ターゲットの条件を変更したり、ターゲットの対象数を増やしたり することで、複雑な消費者ニーズに対する洞察を繰り返し得ることができる。
市場トレンドへの即応	・実際の市場データをAIペルソナに取り入れることで、 トレンドの変化に応じたリアルタイムの調整 が可能。
感情的バイアスの排除	・感情的なバイアスを排除し、 論理的で客観的なデータに基づく分析 が行える。

画像生成AIや動画生成AIを活用したプロモーション動画の制作・公開も進んでいる。品質の高さなどに注目が集まる

- トイザらスは、OpenAIの動画生成モデル「Sora」を使用したブランドビデオ広告を作成



出所) <https://www.toysrus.com/pages/studios>

- スロベニアの小売りチェーンSPARスロベニアは動画生成AI(Runway3やDream Machine等)だけで作成した広告動画を作成・公開

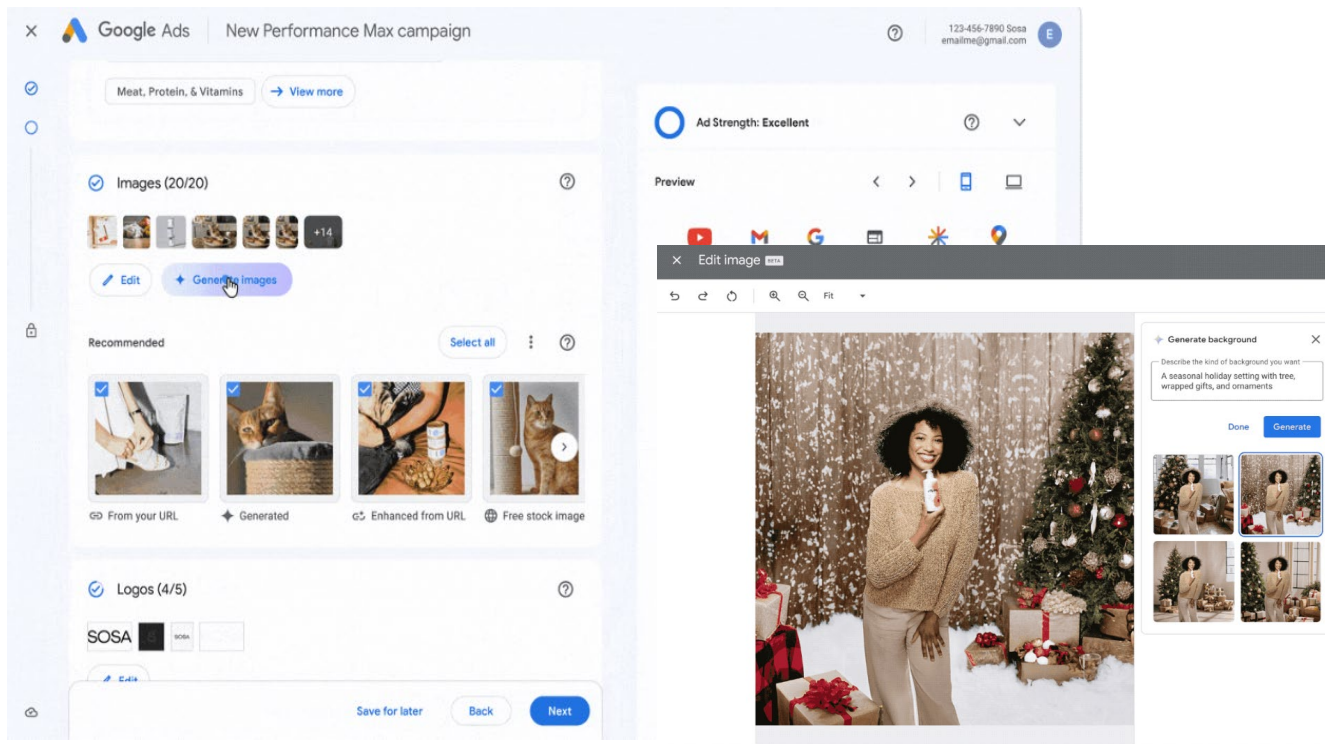


出所) <https://www.spar.si/mediji/spar-prvi-v-slo-z-oglasom-v-celoti-ustvarjenim-z-uporabo-AI>

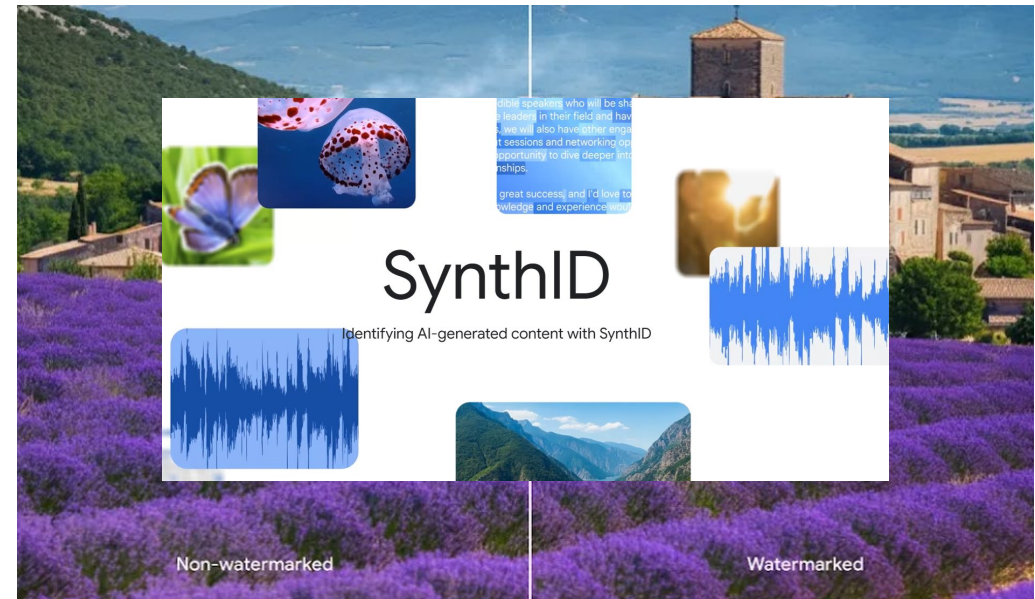
マーケティング領域での生成AIの活用状況 ②広告コンテンツ制作

グーグルの広告配信サービス「Performance Max(P-MAX)」は、生成AIを活用し、ページの内容に即したクリエイティブ作成を実現

- クリック操作や言葉の指示で、広告用の見出し、説明文、画像、背景などの自動生成が可能
- 生成AIにより出力されたコンテンツだと識別できる電子透かしツール「SynthID」の利用が可能



出所) <https://blog.google/products/ads-commerce/get-creative-with-generative-ai-in-performance-max/>



出所) <https://deepmind.google/technologies/synthid/>

複雑なマーケティングタスクを自律的に処理する「AIエージェント」技術に注目が集まっている

- AIエージェントは、『特定のタスクや問題解決に向けて自律的に行動し、必要に応じて他のエージェントと協力して複雑な課題に取り組むシステム』のこと
- AIアシスタントは人間の指示に基づいてサポートを行うのに対し、AIエージェントは自律的に判断しタスクを実行する能力（以下の1～4）がある点で異なる

1. 行動の段取り …… 目標を達成するために、どのようなステップを踏むべきかを決め、それを順番に実行する
2. 環境の理解 …… 周囲の環境から得られる情報を理解し、その情報をもとに適切な行動を選択する
3. 行動の記憶 …… 過去のやり取りや行動を記憶し、それをもとに次にどう行動するかを学習する
4. ツールの使用 …… コードの実行や情報検索、計算など、さまざまなツールを使ってタスクをこなす



出所) DALL-E3を用いてNRI作成

(参考)

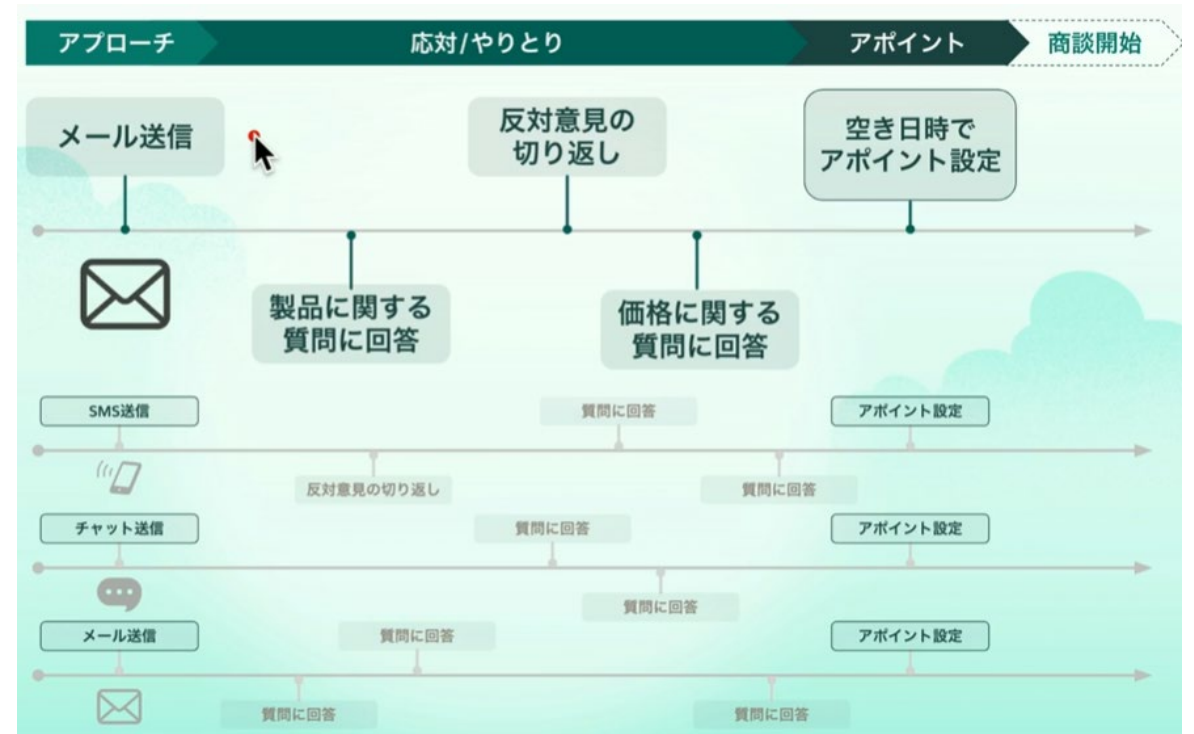
AIアシスタントとAIエージェント

- AIアシスタントは人間の指示に基づいてサポートを提供し、タスクを補助する役割が中心
- 一方、AIエージェントは自律的に判断しタスクを実行する能力を持つ点で異なる

大分類	分類	概要
AIアシスタント	チャットボット	特定の質問に対して、定型的な応答を提供する単純なエージェント。FAQ対応やカスタマーサポートなど、決まったシナリオに従って情報を提供する。
	Copilot	ユーザーと協力してタスクを遂行する。完全に自律的ではなく、提案やレコメンデーションを通じてユーザーを支援する。
AIエージェント	自律AIエージェント	ユーザーの介入なしに、タスクを独立して実行できる。複数のステップからなるワークフローを自律的に完了できる。具体的な目的に向けて、情報収集、分析、行動選択、実行までを行う。
	マルチAIエージェントシステム	複数の自律AIエージェントが連携して動作し、共通の目標を達成するために協力するシステム。各エージェントは独立して行動し、エージェント同士の対話を通じて情報共有やタスク分担を行う。

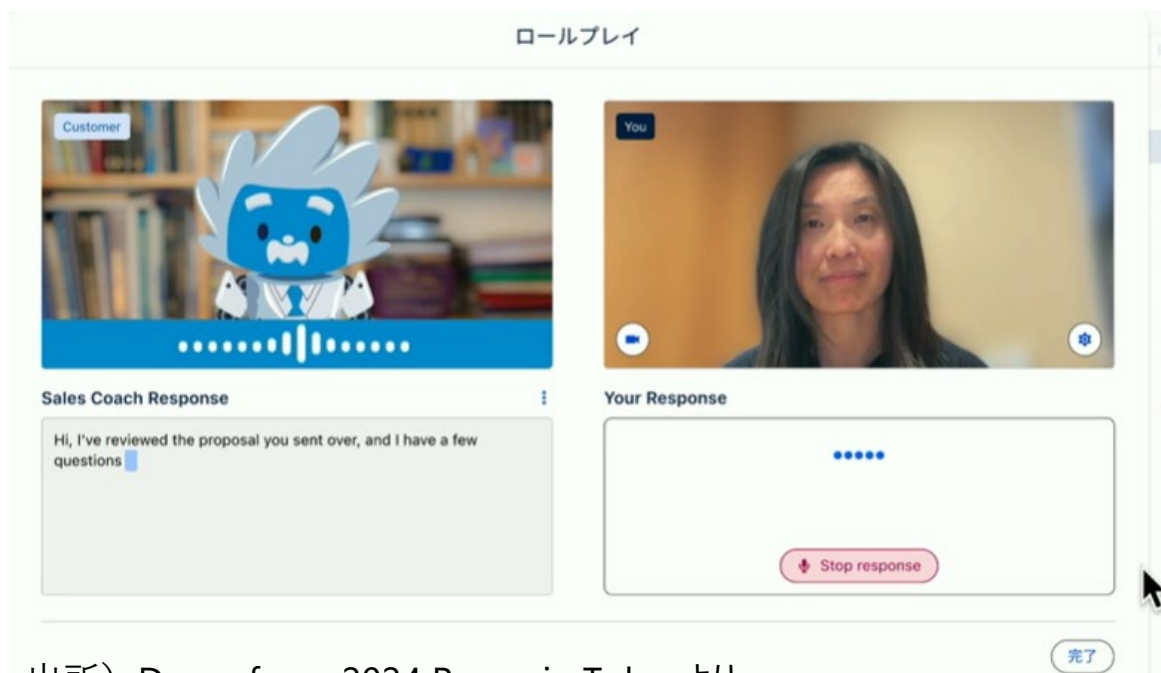
Salesforceは、完全自律AIエージェント「Agentforce SDR」を発表 シナリオなしで問題を理解しアクションを実行できる

- Agentforce SDR（Sales Development Representative）は、見込み顧客と自然言語で自律的に対話し、問い合わせへの対応や営業担当者とのミーティングを設定できる
- ガードレール機能により、エージェントの自律的なアクションの範囲をコントロール可能

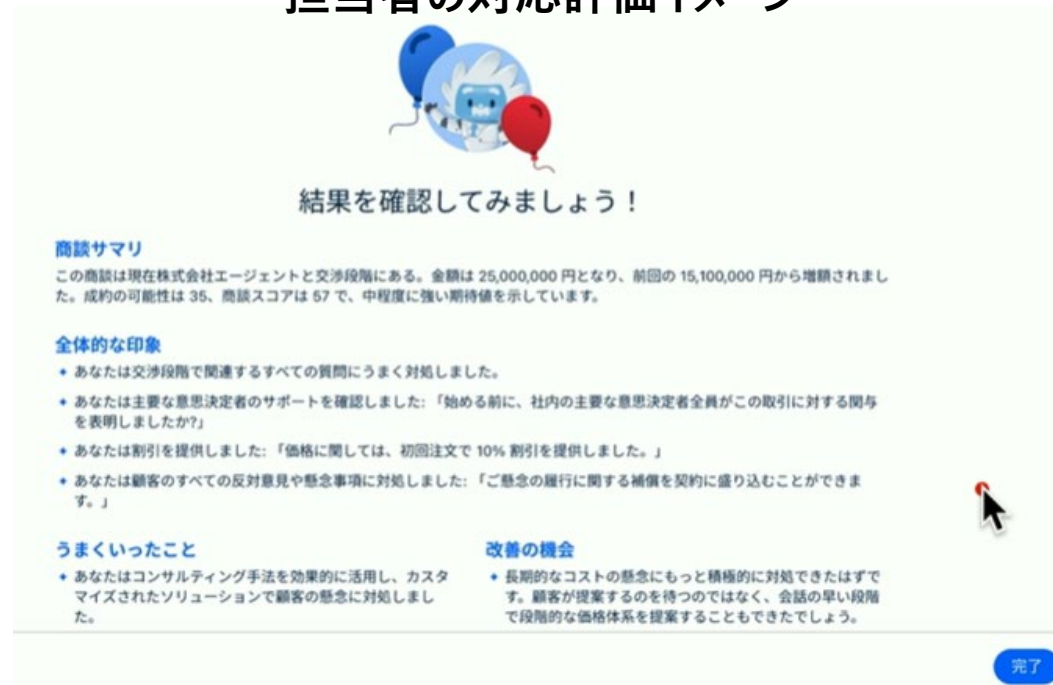


Agentforce Sales Coachは、AIエージェントが顧客役になり、ヒアリング・交渉時のシミュレーションや、担当者の対応評価ができる

- Salesforceに保存されている関連情報（商談、取引先、顧客との過去のやり取りに関するデータなど）にもとづいて、**AIエージェントが顧客の反応を再現**
- 実際の顧客との打ち合わせにAIエージェントが参加して、**営業担当者にリアルタイムで助言をする、AI上司のような機能もある**



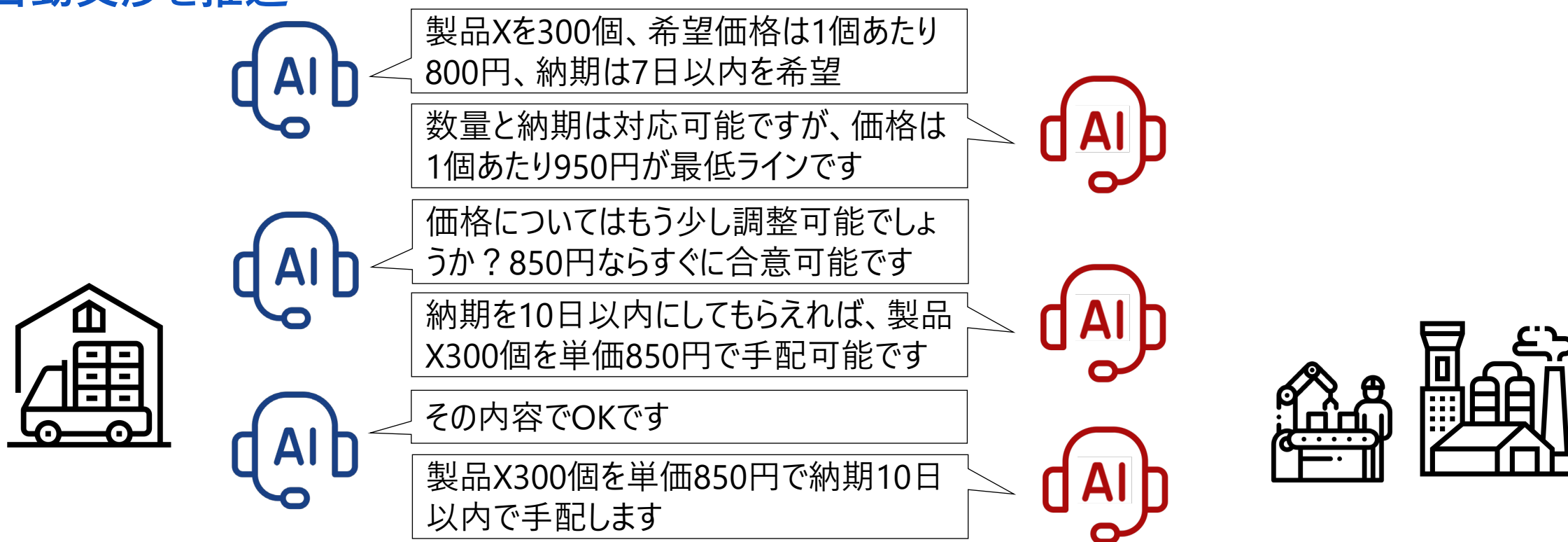
担当者の対応評価イメージ



(参考)

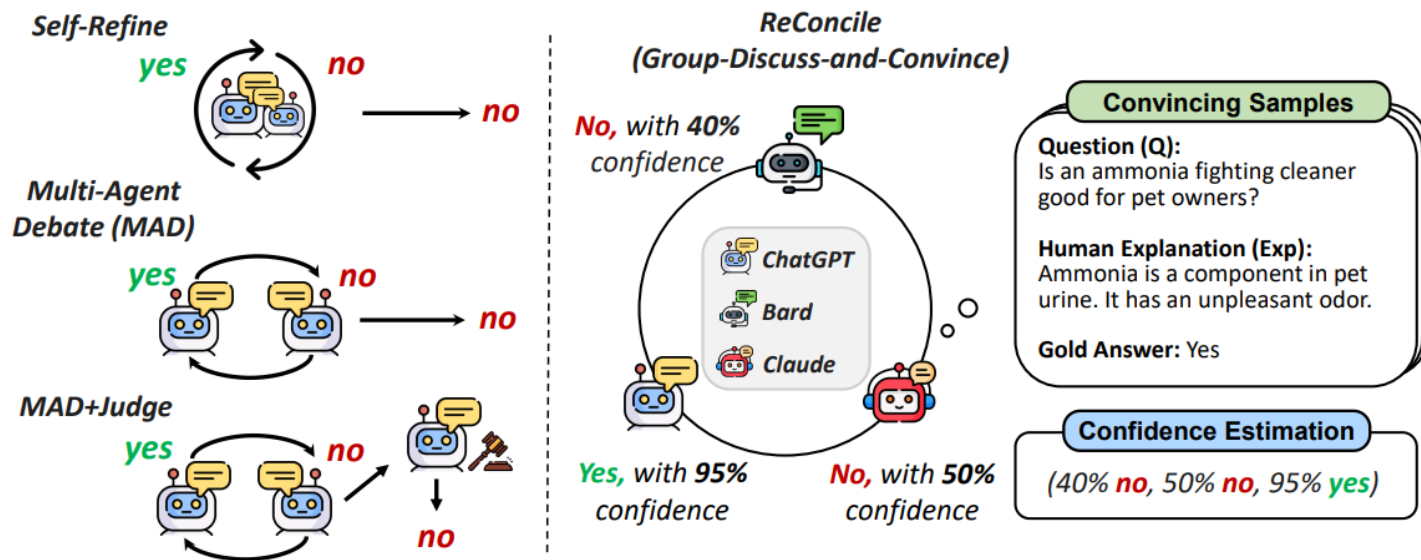
自動交渉AI（自動交渉エージェント）

- 自動交渉AIとは、AIエージェント同士もしくはAIエージェントと人が自律的に交渉を行い、お互いに合意できる結論を探索し、判断を行う仕組みのこと
- グローバル大手小売のウォルマートは、Pactum社のソリューションを活用し、サプライヤーとの自動交渉を推進



マルチAIエージェントシステムは、複数のAIエージェントが連携して動作し、共通の目標を達成するために協力するシステム

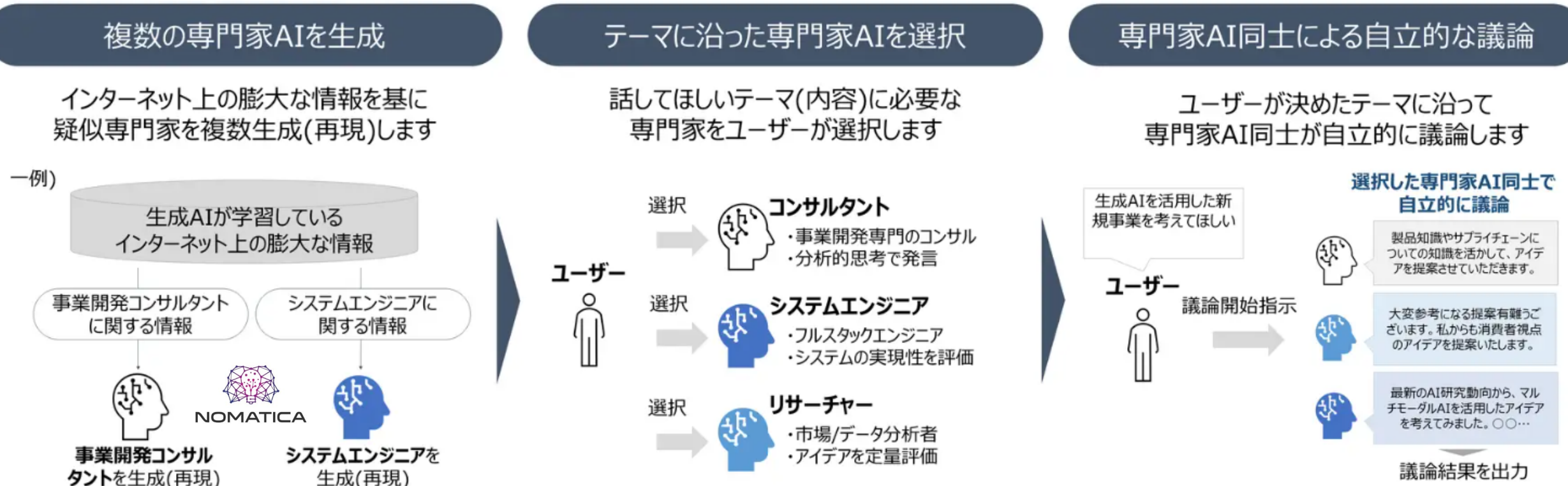
- マルチAIエージェントシステムは、各エージェントに異なる価値観や専門性を持たせることで、単独のエージェントでは解決困難な複雑な問題を効率的に処理できるようになる
- マルチAIエージェントシステムを実現するプラットフォームやツールも登場し始めている



博報堂は、ユーザーが設定したテーマに基づき、複数の専門家AIが議論を行い、新たなアイデアを提案するサービス「Nomatica」を提供

- 企画・開発に必要な専門知識をもたせた**複数の専門家AIを生成し、専門家AI同士が議論して意思決定とアイデア創出**をすることで、**企画業務の効率化**を図ることができる

専門家AI生成～議論までの流れ(一例)



01

マーケティング領域での生成AIの活用

02

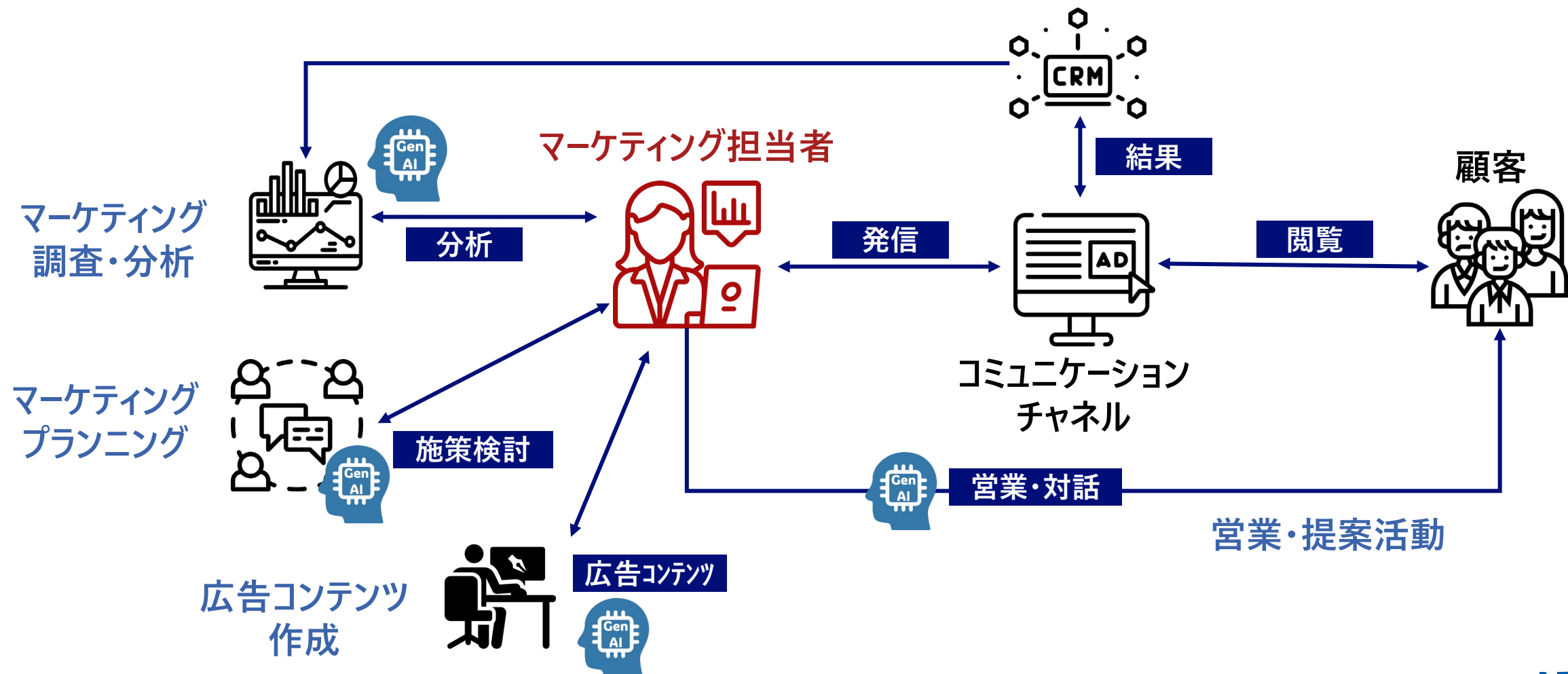
生成AI活用の課題と展望

03

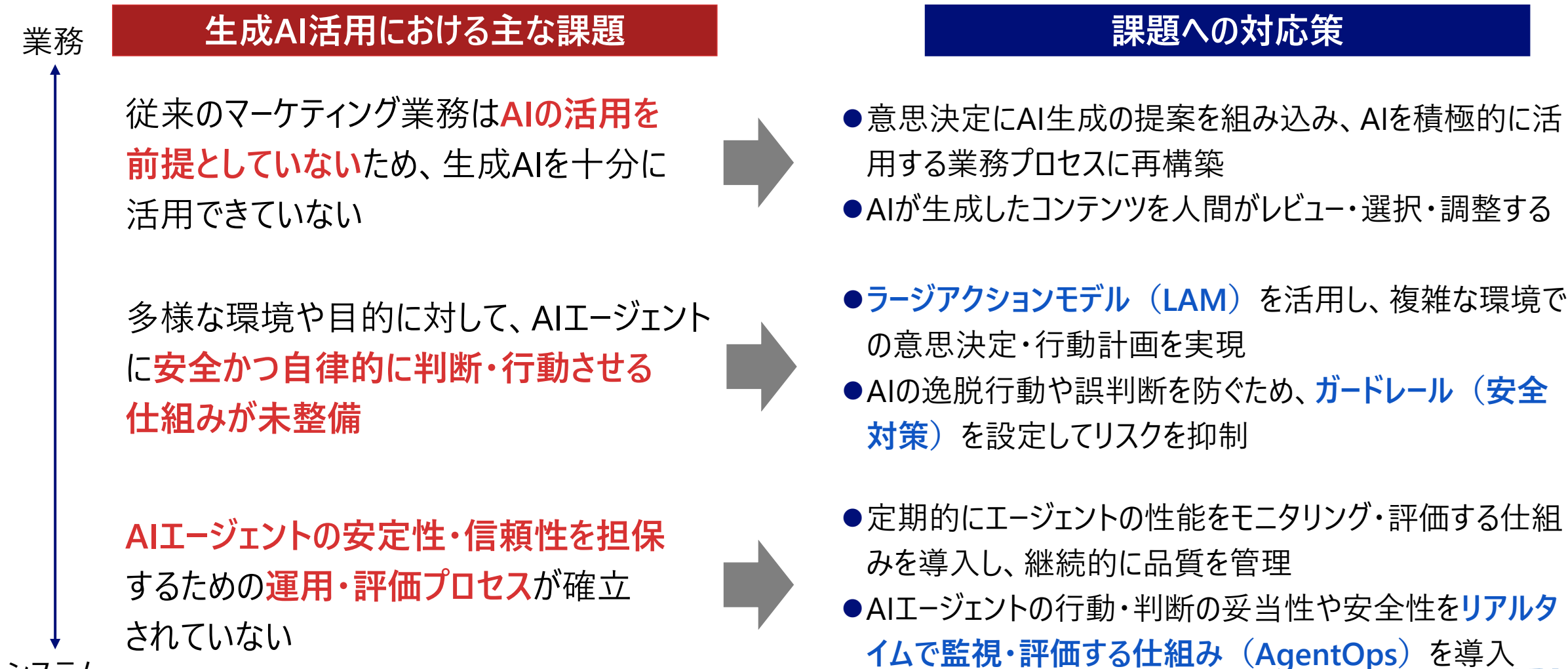
まとめ

マーケティングの各プロセスにおいて、生成AIの活用がはじまった

- 主に人を支援し、一部自律的な行動をする技術が登場している



マーケティング領域での生成AI活用が、より活性化していくためには、現状の業務やシステムにおける課題を解消していく必要がある



ラージアクションモデル（LAM）とは

- ラージアクションモデル（LAM：Large Action Model）とは、**ユーザーの入力に基づいてアクションを実行するAIモデル**のこと
- 大規模言語モデル（LLM）は言語の理解と生成を行うが、アクションを実行することはできない。LAM は、**入力されたデータから人間の意図を理解して処理し、さまざまな操作を実行**する

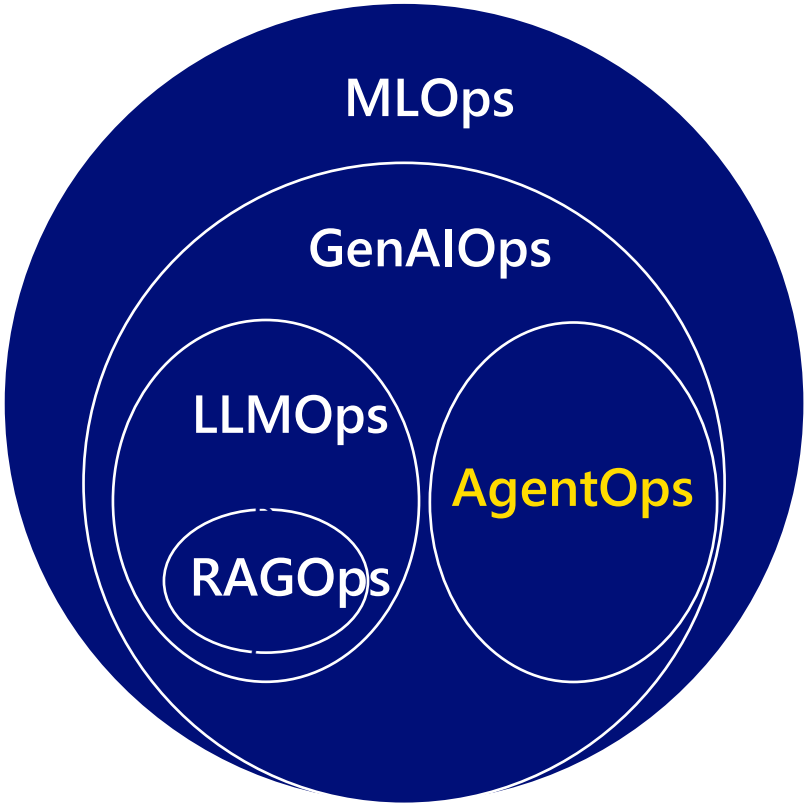
項目	大規模言語モデル（LLM）	ラージアクションモデル（LAM）
目的	テキスト生成と応答	具体的なアクション実行
入力	テキストデータ	テキスト + 環境状態やセンサーデータ
出力	テキスト	アクション（物理的操作やデジタル制御）
適用分野	カスタマーサポート、文章生成、情報検索など	AIエージェント、自律型ロボット、スマートホーム制御など
課題	言語処理能力の限界	トレーニングの複雑さ、リスクの高いアクションの安全性

ガードレールとは、AIが出力する内容に制約を設け、特定の領域や文脈において不正確な情報を生成しないようにするための制御機構のこと

ガードレールの種類	概要	機能例
倫理的 ガードレール	AIが倫理的に正しく、公平な応答を生成するための仕組み	バイアス補正、不適切応答の抑制
コンプライアンス ガードレール	AIが法規制や業界基準に適合するよう応答を制御する仕組み	規制準拠、ログ記録、監査対応
コンテキスト ガードレール	使用シーンや業務分野ごとに、AIの応答範囲を適切に制御する仕組み	応答のドメイン限定、カスタマイズ
セキュリティ ガードレール	AIシステムやデータをサイバー攻撃や不正利用から守る仕組み	アクセス制御、不正アクセス防止、暗号化
適応型 ガードレール	AIが学習や環境変化を通じて挙動を改善しつつ、安全範囲内に留まる仕組み	リアルタイム監視、動的なモデル更新

AIエージェントの開発・運用におけるツール、プロセス、ベストプラクティスを 体系化する概念として、AgentOpsの注目度が高まる

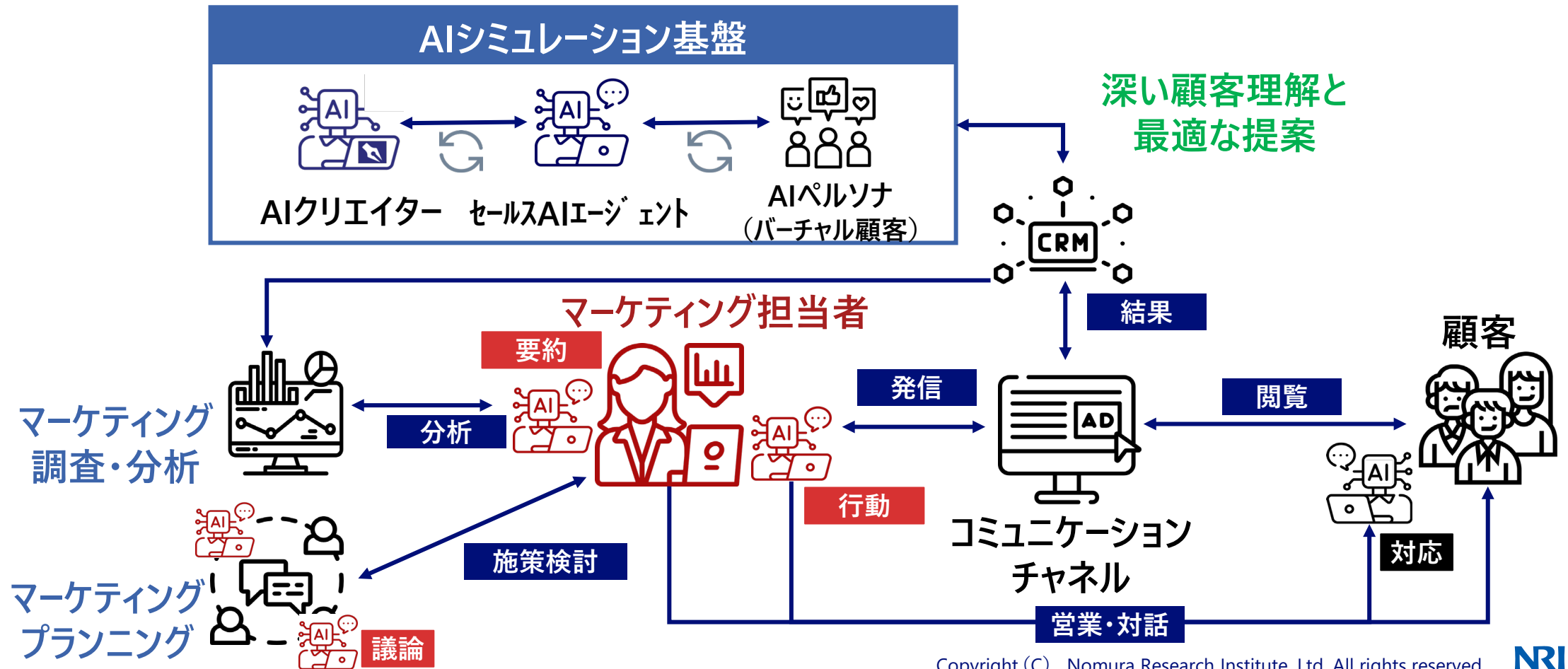
■ AIエージェントの実運用には、エージェントの判断や行動の監視・記録、バージョン管理、継続
的改善のための仕組みなどが必要となる



分類	概要
MLOps	機械学習システムを開発から実際の運用まで、一貫して効果的に管理・運用するためのツールやプロセス、ベストプラクティスをまとめた包括的な概念
GenAIOps	MLOpsの拡張。生成AIモデルの開発・管理や、それらのモデルと効果的にやり取りする方法
LLMOps	LLMをベースにしたアプリケーションの効率的な構築、デプロイ、監視などを支援するための手法やツールを提供
RAGOps	LLMOpsのさらに専門的なサブカテゴリで、RAG(Retrieval-Augmented Generation)の提供と運用に特化
AgentOps	AIエージェントの開発、管理、運用を効率化するためのフレームワークやプロセス、プラットフォーム

将来的には、AIシミュレーション基盤を活用した深い顧客理解と最適な提案が創出され、超個別化マーケティングへと進化

- AIシミュレーション基盤の精度が、**企業の競争優位性を左右**する可能性がある



01

マーケティング領域での生成AIの活用

02

生成AI活用の課題と展望

03

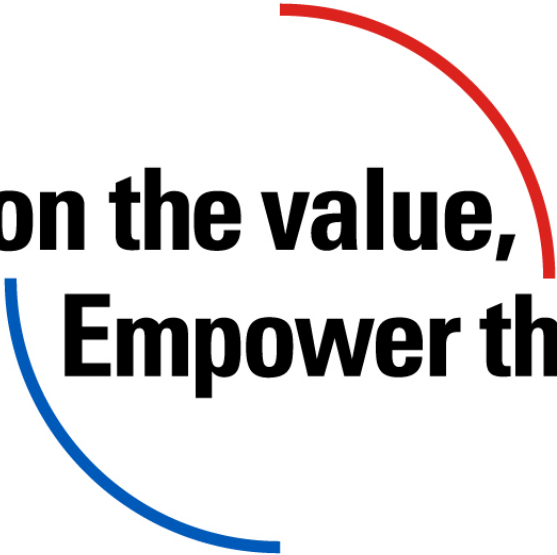
まとめ

生成AIマーケティング まとめ

- 生成AIは、マーケティングを単なる販売手段から、**顧客に寄り添い、パーソナライズ体験を提供するビジネス全体の取り組みへと進化**させる
- マーケティング調査・分析、広告コンテンツ制作、営業・提案活動、マーケティングプランニングなど、広範囲で生成AIの活用が始まっている。事例として、**LLMを用いたデータ解析**、画像や動画生成による**広告コンテンツ生成**、**AIエージェントによる初期営業プロセスの自動化**、**マーケティング企画検討**が挙げられる
- 複数AIエージェントの連携**や対話可能な**AIペルソナ**により、高度なタスク対応と深い顧客理解が**実現**される
- AIシミュレーション基盤**が顧客理解と最適な提案を支え、**超個別化マーケティングへと進化**し、その精度が今後の**企業の競争優位性を左右**する可能性がある



出所) DALL-E3を用いてNRI作成



**Envision the value,
Empower the change**