評価・導入検討のためのエグゼクティブ・ブリーフィング

Crepo パッケージデザインAI 徹底調査レポート（2026最新版）

サービスの実像から、技術的優位性、実務パラダイムシフト、そして知財・法務上の冷徹な論点までを完全解剖

調査基準日：2026年11月22日 / 対象システム：株式会社プラグ「Crepo（旧パッケージデザインAI）」

Gemini Notebook

Crepoの実像：単なる「画像生成ツール」ではなく、10年分の消費者データを中核とする「超高速・合意形成エンジン」である。

【資産】他社が真似できない「データ堀（Moat）」



2015年から蓄積された**16,556商品**・約**1,655.6万人**分の「独自パッケージ好意度調査データ」が中核。生成AIの汎用性が高まる中、この「日本の消費者による主観評価データ」そが独自の**競争優位性**。



【機能】「評価」と「生成」の統合サイクル



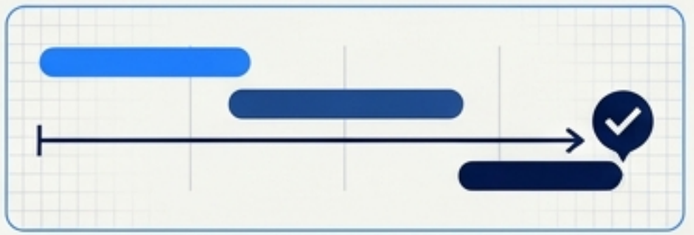
外部の複数生成AIモデル（プロンプト不要）と、相関係数**0.774**を誇る独自の評価AIを単一プラットフォームに**統合**。



【価値】「作る」から「決める」の省力化へ



主な効用はデザイン制作自体の代替ではなく、「**1週間で200案**」を初期提示することによる、マーケ・営業・製造間の「**意思決定と合意形成の前倒し**」。



Gemini Notebook

市場調査とデザイン制作、相反する2つのDNAの融合（2014年合併）

市場調査の専門性（旧 株式会社CPP）

- 文系副社長（坂元英樹氏）が「外注のブラックボックス化」を嫌い、AIを独学・内製化。
- 1商品1,000人規模の独自アンケート調査を自社予算で継続実行。

Crepo

デザイン開発の専門性（旧 アイ・コーポレーション）

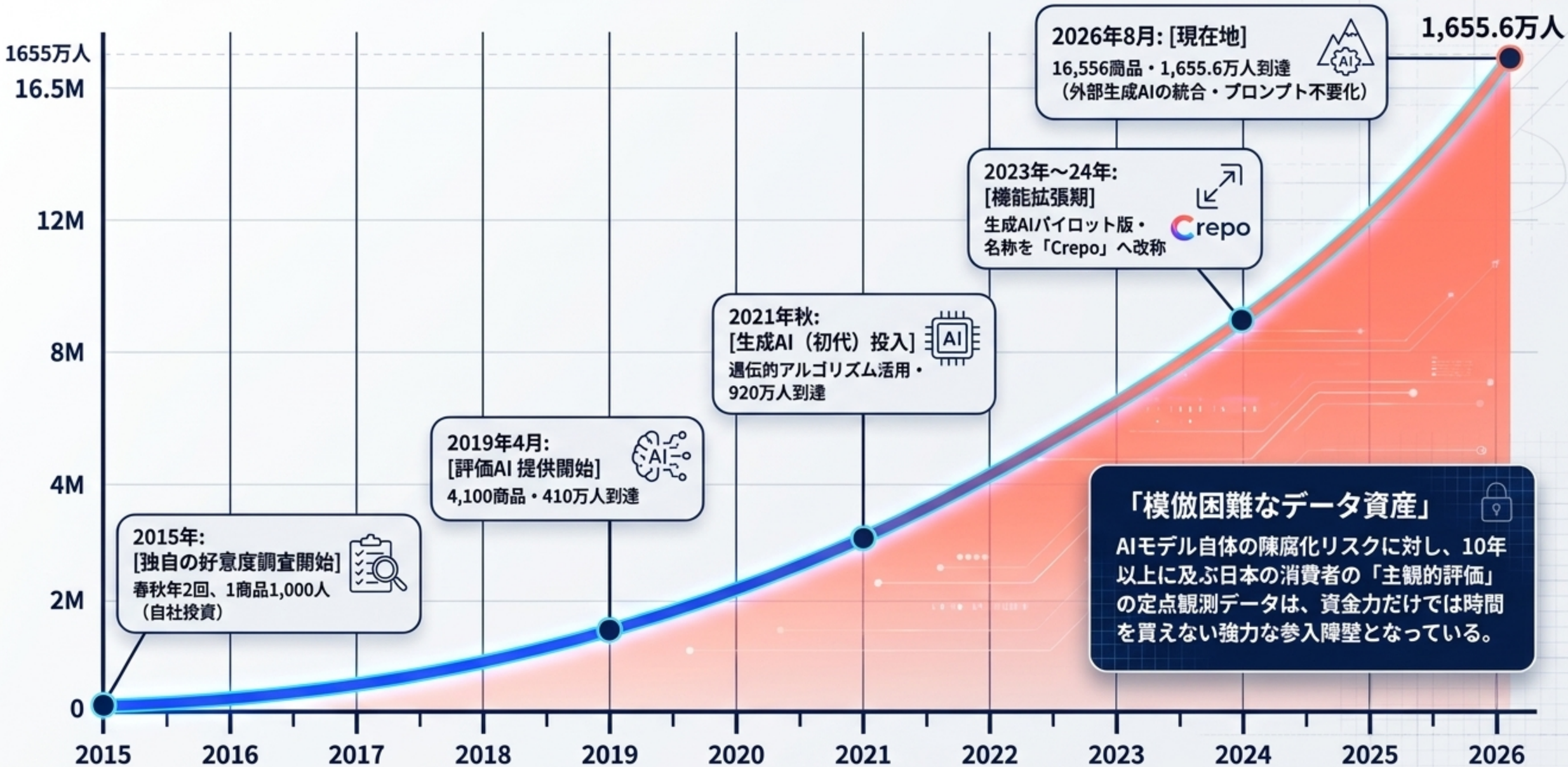
- 社長（小川亮氏）は元・日本パッケージデザイン協会（JPDA）理事長。
- 年間200件以上のパッケージデザインを手がける70人体制の実務知見。
- 「AI案は叩き台、最終仕上げは人が行う」という実務的スタンスの源泉。

株式会社プラグ（2019年～ AI提供開始）

「数理的な客観性」と「クリエイティブの現場感」が同居する特異なサービス基盤。

Gemini Notebook

競争優位の源泉（Moat）：「年平均170万人分」のペースで積み上がる独自データの壁



Gemini Notebook

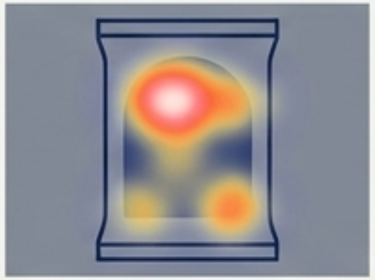
評価AIの解剖:「順位付け」の強力な武器と、数字への過信リスク

[好意度予測]



1〜5のスコア予測
(15セグメント対応)

[ヒートマップ]



消費者が「印象的」と感じる
注視箇所を可視化

[イメージワード]

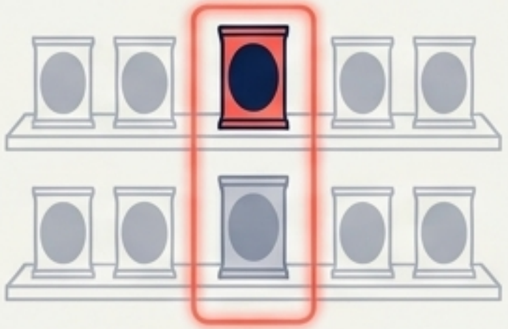


「おいしそう」 19%

「おいしそう」 19%

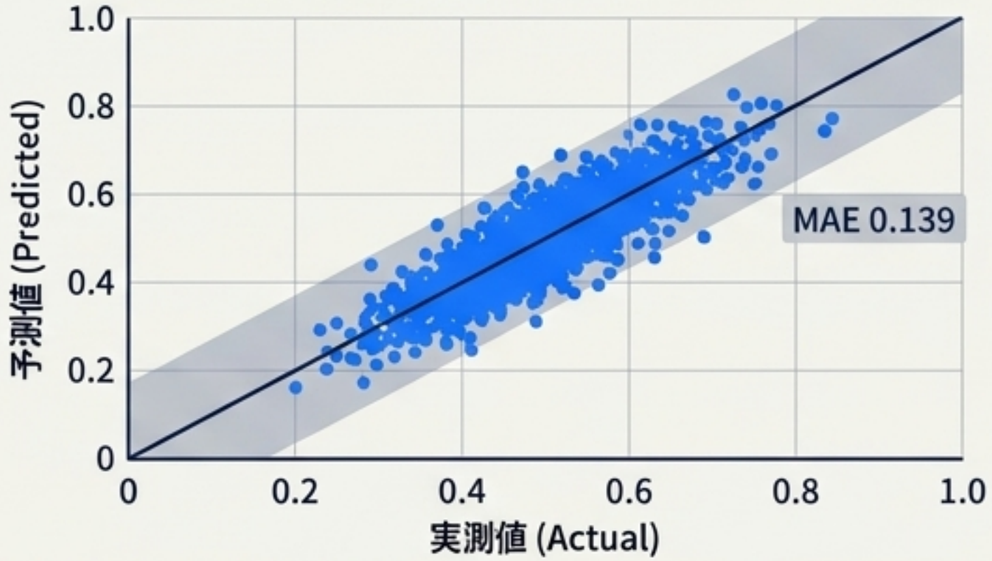
「おいしそう」など19語の出現
割合とポジショニングマップ

[棚評価]



実際の売場(競合と並んだ状態)
での目立ち方予測

実測値 vs 予測値



公表精度: 相関係数 0.774 / 平均絶対誤差 0.139

⚠ 過信リスクの警告

相関係数0.774 (決定係数約0.60) は「初期案の大まかな順位付けやスクリーニング」には十分有効である。しかし、絶対的なものではなく「0.1未満の微差でデザイン案を切り捨てる根拠」として使用すべきではない。

※絶対誤差0.139は5段階評価で約0.7ポイントの誤差範囲に相当

Gemini Notebook

The Innovation Blueprint

生成AIの解剖：プロンプト不要で「上流から下流まで」を一気通貫

1. コンセプト作成

5つの発想アプローチを組み込み、チャット形式でコンセプト文を自動構築。

2. ネーミング・コピー

カテゴリー、ターゲット、特徴の「フォーム入力」だけで複数案を生成。

3. パッケージ/プロダクト

「プロンプトアシスト機能」により、文章入力なし・複数モデル一括で多案生成。（※特定モデルの除外設定も可能）

4. キービジュアル

5つのテーマから選択し、世界観を視覚化（2024年10月追加機能）。

「マルチモデル・アプローチ」



Crepo自体が一つの巨大な生成AIモデルを持つのではなく、複数の外部生成AI （モデル名は非公表）を統合・制御するインターフェースとして機能する。
利用者はプロンプトの工夫を意識せず、フォーム入力のみで結果を得られる。

Gemini Notebook

ROI分析：従来型リサーチとのコスト・スピードの非連続な変化

従来型の消費者調査（会場テスト・Web調査）

コスト:
約100万円〜300万円 / 回

リードタイム:
2週間〜1か月

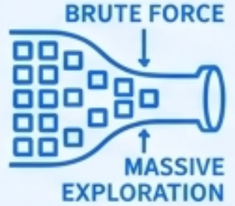
ボトルネック:
調査費用と期間がネックとなり、評価にかけられるデザイン案の数は極めて限定的（数案程度）。

Cost & Speed Reduction

Crepo（評価・生成AIプラットフォーム）

コスト（税抜）:
[評価] 月額 50万〜70万円
または 従量 1 枚 2 万円 /
[生成] 月額 30万〜50万円
または 従量 1 日 5 万円

リードタイム:
数秒〜数分で結果出力



パラダイムシフト:
評価コストが限界費用に近づくことで、「多案を生成し、すべてを評価にかける」ブルートフォース（総当たり）的な探索が可能に。

Gemini Notebook

実務のパラダイムシフト：「絞り込み」から「初期・超多案による合意形成」へ

旧来のワークフロー（The Traditional Way）

企画 ⟶ [2週間で3〜5案作成] ⟶ 検討 ⟶ 修正 ⟶ 調査 ⟶ 決定

⚠ 課題: 部門間（営業・製造・マーケ）のイメージのズレが後工程で発覚し、手戻りが発生。

Crepoワークフロー（The Consensus-Driven Way）

企画 ⟶ [1週間で80〜200案生成]

全部門が参加する初期の「合意形成ワークショップ」

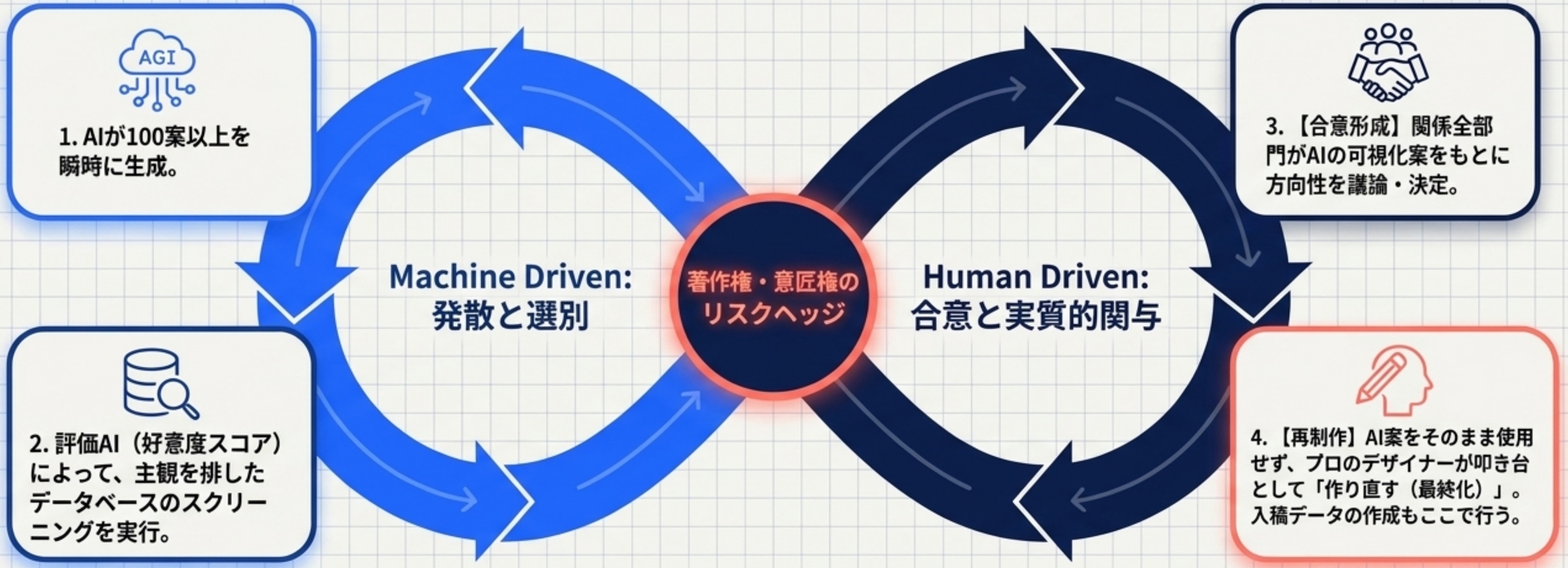
AI評価・全部門での合意形成

デザイナーによる最終制作

- ビジョン: 「1週間で約100案」（従来は2週間で5案）
- 雪印メグミルク: 「1週間で200案以上」、営業・製造・品質管理を含めた初期議論を実現
- レキットベンキーザー: 「1週間で約80案」、生成案で方向性を議論後にデザイナーが制作

Gemini Notebook

"The Human-in-the-Loop"：実務と知財リスクを繋ぐ標準ワークフロー

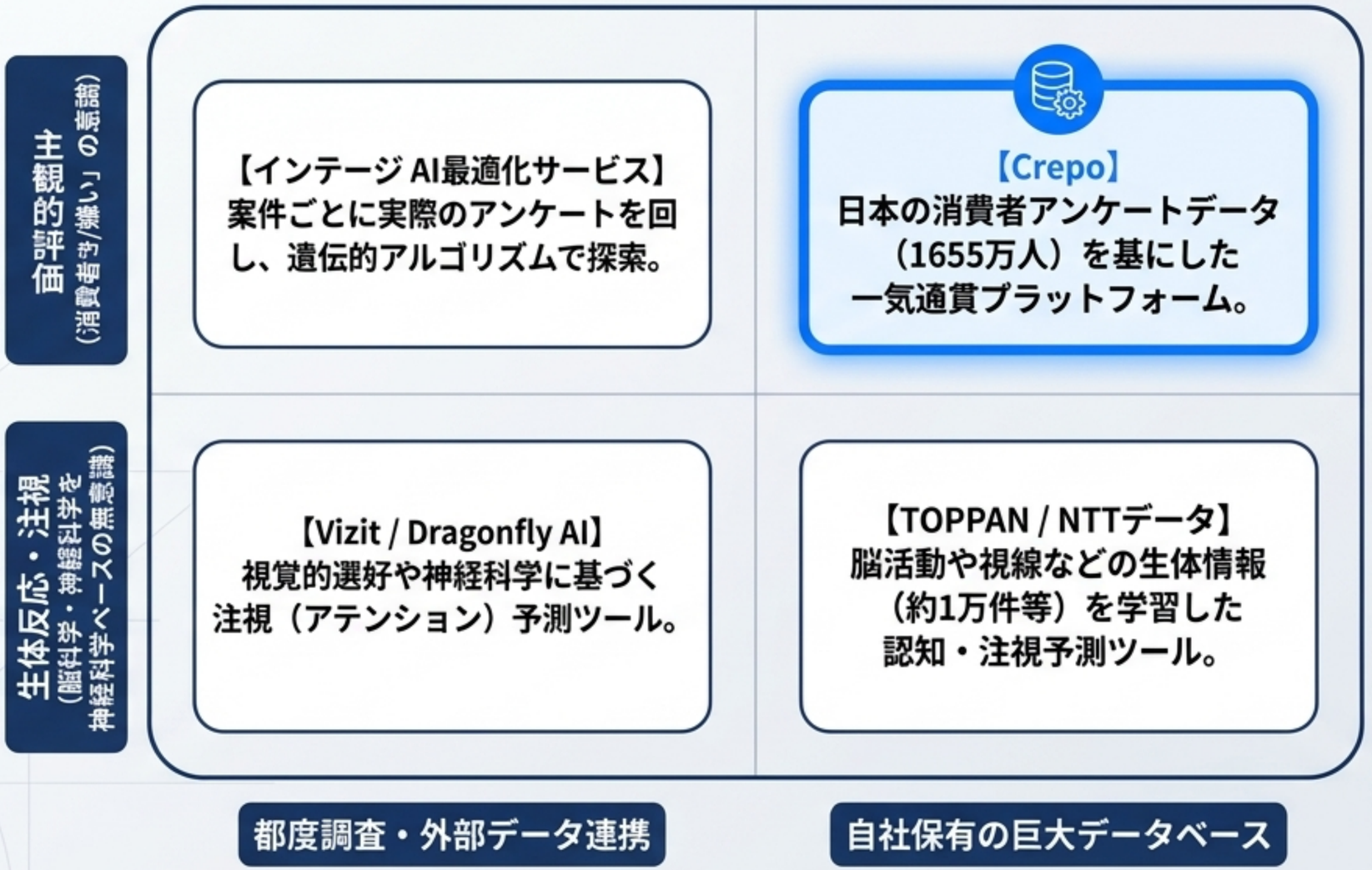


「なぜ人間が作り直すのか？」

現行の日本の法制度（2026年時点）において、AI生成物をそのまま商用利用することは著作権・意匠権のリスクを伴う。
人間（デザイナー）による「創作的・実質的な関与」の工程を最後に意図的に挟むことで、法的な保護適格性を担保する実務上の防衛策である。

Gemini Notebook

市場ランドスケープ：デザイン評価AIのポジショニング



Crepoの国有性は「日本市場における10年分の主観評価データの独占」と「生成機能とのシームレスな統合」にある。

Gemini Notebook

知財・法務の現実（2026年11月時点）：侵害リスクの最終責任はどこにあるか

制度の現在地（文化庁・特許庁）

著作権：2024年文化庁整理。AI生成物の権利化には不透明な部分が多い。

意匠権：2025〜26年特許庁・意匠制度小委員会で継続検討中。現時点では「人が創作に実質的に関与したもの」が意匠に該当し得る方向性。直ちには制度改正されない段階。

法的グレーゾーン

Crepo利用規約に基づく構造

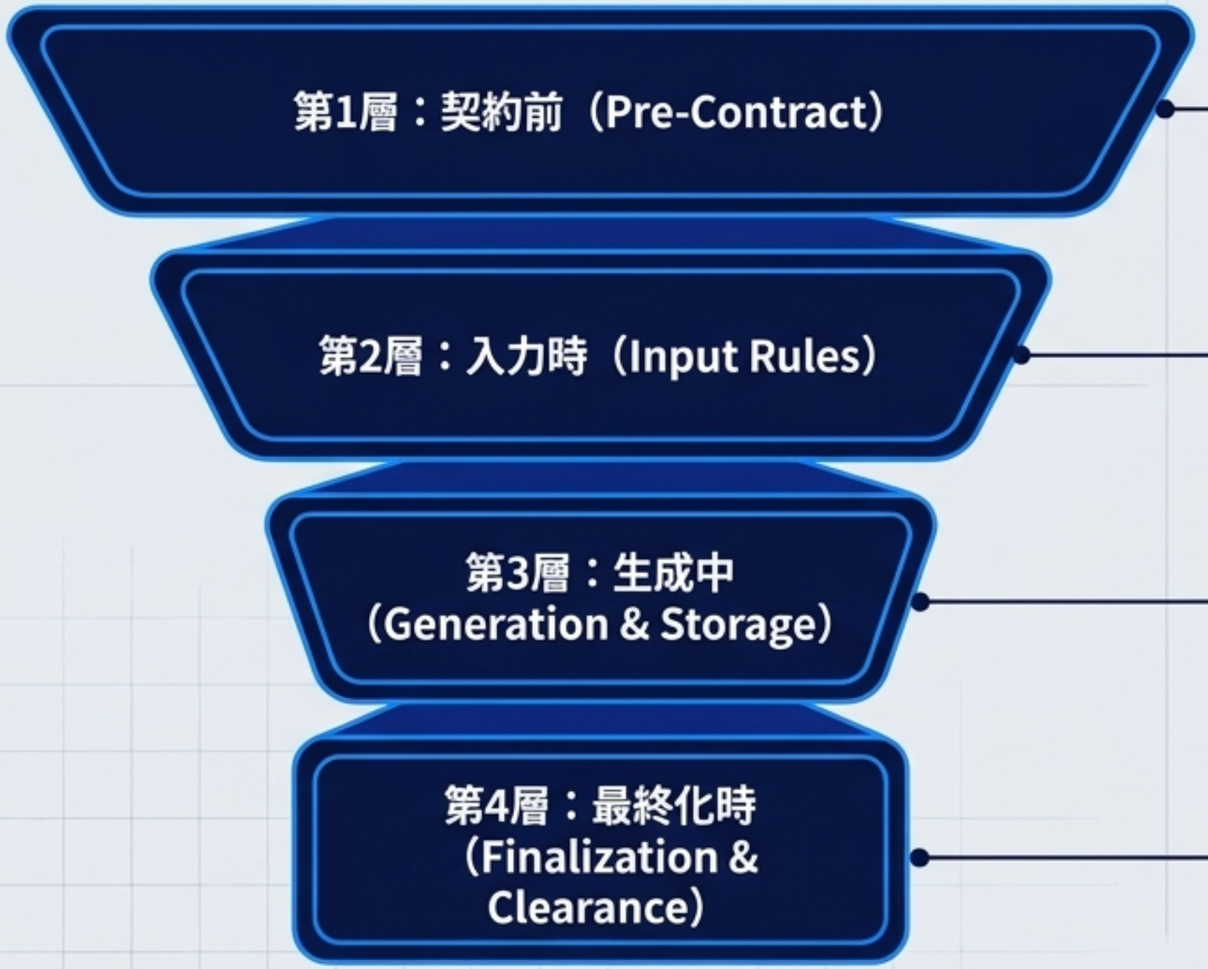
【権利侵害の防衛】第15条3項・17条：第三者の権利（著作権・意匠権・商標権）を侵害しないための措置は「会員（利用者）」の責任。侵害紛争の一次負担も利用者。

【機密情報の扱い】第24条：外部の生成AIモデルを使う場合があり、入力情報の扱いは各提供元の規約に従う。プラグ社は非公開情報の保護を「完全には保証しない」。

華やかな生成結果の裏側で、クリアランス（類否調査）と秘密管理の手間は消失していない。テクノロジーが進化しても、企業の法的防衛ラインは従来通り自己負担である。

Gemini Notebook

リスク防衛ファネル：導入企業のための実践的チェックポイント



- ☐ 外部モデルの学習利用設定の確認: 規約24条に基づく外部モデル一覧を確認し、必要に応じて「特定モデルの学習除外設定」を書面等で適用する。
- ☐ 未公開情報の制限: 外部AI側の情報漏洩リスクを考慮し、未出願の意匠、商標候補、画期的な新技術コンセプトの入力を制限する社内ガイドラインの策定。
- ☐ 制作記録の保全: Crepo上の生成画像は35日で消去される（規約10条）。自社の後願の新規性喪失を防ぐため、プロンプト・選別理由・画像データを社内で確実に保存・秘匿管理する。
- ☐ 実質的関与の証明: 人間（デザイナー）による改変過程の履歴を残す。
- ☐ 従来通りのクリアランス: 採用案に対して、意匠、商標、不正競争防止法（商品等表示）の類否調査を必ず実施する。

Gemini Notebook

検証すべき死角（The Black Box）：客観的な評価のための留意点



The Black Box（検証が必要な領域）

特許・商標等の「知財障壁」の透明性

公表情報において、中核となる評価AI・生成AIに関するプラグ名義の特許保有や、「Crepo」の商標登録状況は明確ではない。
同社の優位性は「クローズドなデータとノウハウの秘匿」に依存している可能性が高い。

基盤モデルの「ブラックボックス化」

複数搭載されている「外部の生成AIモデル」の具体名は非公表である。生成されるデザインのクオリティや、日本語タイポグラフィの精度などは、これらのの外部モデルのアップデート（外部要因）に強く依存する構造となっている。

成果（ROI）の「自己申告」バイアス

「売上1.3倍」「1.6倍」といった劇的な成果事例は、いずれも導入企業側と提供側の公表値である。中身の改良、プロモーション投資、配荷力の強化など、デザイン変更以外のマーケティング要因を切り分けた第三者による定量検証は存在しない。

Gemini Notebook

総括（Synthesis）：価値と限界のトレードオフ

The Value（獲得できる優位性）

意思決定の超高速化:
1週間で200案を可視化し、部門間の認識のズレを初期段階で解消。

1655万人の審美眼のインストール:
日本の消費者の「主観的な好意度」を、わずか数秒で社内の共通言語として利用可能に。

限界費用のゼロ化:
何案でも総当たりでテストできる圧倒的なコストパフォーマンス。



The Limits（受容すべき代償と限界）

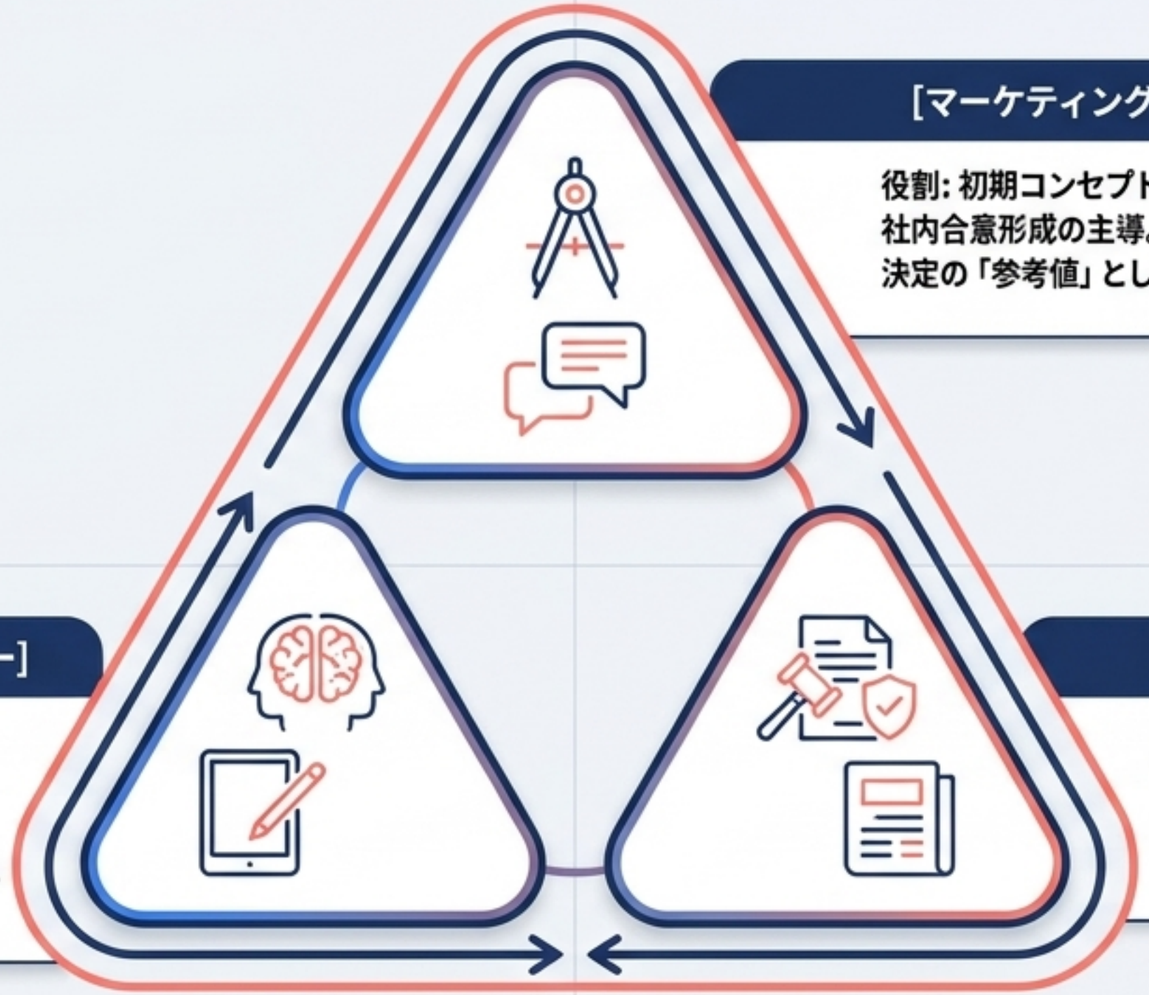
平均化リスク:
AIの採点（相関係数0.774）が測るのは平均的な「好かれやすさ」であり、スコア至上主義は横並びの無難なデザイン（突出の欠如）を生む。

権利クリアランスの自己負担:
生成物の類似性調査や、秘密情報の管理責任は100%企業側に残る。

最終的な「人」への依存:
結局のところ、最終的な意匠権の確保とクオリティの仕上げは「人間のデザイナー」の実力に依存する。

Gemini Notebook

戦略的提言（Recommendations）：Crepoを機能させるための組織要件



[マーケティング/ブランド部門]

役割: 初期コンセプトの言語化と、AI案を用いた社内合意形成の主導。AIのスコア（好意度）を意思決定の「参考値」として適切にマネジメントする。

[デザイン制作部門 / 外部パートナー]

役割: AIによる大量の「叩き台」を解釈し、最終的な美学とブランドらしさを注入する（実質的関与による権利化の担保）。AIを敵視せず、プロンプトの拡張要素として使いこなす。

[知財・法務部門]

役割: 機密情報の入力ガイドライン策定と、大量生成に伴う「採用案の迅速なクリアランスフロー」の確立。

Crepoは「デザインを自動化する魔法の箱」ではなく、「人間の創造力と意思決定を拡張するエンジン」である。
この3部門のルールと連携が構築されて初めて、継続的なビジネスインパクトを生み出すことができる。

Gemini Notebook