

主要AI企業のDeep Research機能比較分析：技術・ビジネス応用・戦略

2025年第1四半期、複数の主要AI企業が次世代の自動調査技術「Deep Research」（深層調査）機能を相次いで発表しました。この新機能は、AIが複雑なリサーチタスクを自律的に実行し、数時間かかる人間の調査作業を数十分で完了させることができます。本レポートでは、最近発表された各社のDeep Research機能について技術概要、提供方法、ビジネス応用事例、競合比較を詳細に分析します。

主要企業のDeep Research機能の概要と技術特性

過去3カ月間に発表された主要なDeep Research機能を提供するAI企業は6社です。各社の技術的特徴と発表時期を確認しましょう。

OpenAIのDeep Research

OpenAIは2025年2月3日に「Deep Research」を発表しました。同社の最新AIモデル「o3」を基盤としており、複雑なリサーチタスクを自動実行する機能です^[1]。ベンチマークテスト「Humanity's Last Exam」では26.6%という業界最高の正答率を記録し、実世界の問題解決能力を評価する「GAIA」ベンチマークでも平均72.57%という高スコアを達成しています^[2]。

特に「GAIA」の最難関「レベル3」では58.03%を記録し、従来の最高記録42.31%を大幅に更新したことが注目されています^[2]。この技術は単なるウェブ検索を超え、複数のデータソースを横断的に分析し、深層的な洞察を提供できる点が特徴です^[1]。

GoogleのDeep Research

GoogleはOpenAIに先駆け、2024年12月に「Deep Research」機能をGemini Advanced向けに発表しました^[2]。この機能は複雑なトピックを調査し、包括的で読みやすいレポートとして結果を提供するAIエージェントとして位置づけられています^[2]。

同社のデイヴ・シトロン氏によれば、「マルチステップの研究計画をユーザーの監視下で作成し、Web上の関連情報を深く分析する」能力を持ち、例えば自動運転車センサーのトレンド調査など、膨大な時間を要する調査作業を数分で完了できる点が強調されています^[2]。

PerplexityのDeep Research

Perplexityは2025年2月14日に独自の「Deep Research」機能を発表しました^[3]。検索機能とコードインタープリター機能の両方を備え、検索と情報源参照の行動を繰り返しながら次に何をすべきかを推論する仕組みを採用しています^[3]。

同社のDeep Researchは「Humanity's Last Exam」で21.1%、事実性を評価するSimpleQAで93.9%のスコアを記録し、主要な競合AIモデルを上回る性能を誇っています^[3]。特筆すべきは、専門家でも何時間かかる作業をわずか3分程度で実行できる高速性です^[3]。

xAIのDeepSearch

イーロン・マスク氏が率いるxAIは、2025年2月17日に最新AIモデル「Grok 3」と共に「DeepSearch」機能を発表しました^{[4][5]}。Webブラウジングと検索機能を備えたAIエージェントで、複数の情報源から関連情報を収集・検証した上で回答を生成します^[5]。

特筆すべき点として、他社のDeep Research機能ではアクセスできないXの投稿からも情報を収集できる機能があります^[5]。イーロン・マスク氏は、このモデルを「地球上で最も賢いAI」と強調しています^[4]。

Hugging FaceのOpen Deep Research

AIプラットフォームHugging Faceは、2025年2月6日にOpenAIのDeep Researchのオープンソース版「Open Deep Research」を発表しました^{[6][7][8]}。わずか24時間のハッカソン形式で開発されたこの技術は、smolagentsライブラリを使用し、JSONベースのエージェントではなくコードエージェントを採用しています^[6]。

GAIAベンチマークでは55.15%の正解率を達成しており、OpenAIの67.36%には及ばないものの、短期間での開発としては驚異的な成果と評価されています^{[6][7]}。コードエージェントを使用することで、JSONベースのエージェントを使用した場合の33%から大幅に性能が向上しています^[6]。

中国Monica社のManus

中国のスタートアップ「Monica社」は2025年3月6日に完全自律型AIエージェント「Manus」を正式発表しました^{[9][10]}。従来のチャットボットとは異なり、単に質問に答えるだけでなく、ユーザーの指示を受けて自律的に思考し、計画し、実行することができる特徴を持っています^[10]。

GAIAテストでOpenAIのDeep Researchを上回る結果を記録したと主張しており、テキスト、画像、コードなど複数のデータ形式を処理可能で、継続的学習と記憶機能も備えています^[10]。特筆すべき点は、クラウド上でタスクを非同期に実行する能力で、ユーザーがデバイスをオフにしても作業を継続できることです^[10]。

各社の提供形態と価格戦略

Deep Research機能の展開において、各社は異なる提供形態と価格戦略を採用しています。

サブスクリプションモデルを主軸とする企業

OpenAIは当初、ChatGPT Pro（月額200ドル、約3万円）ユーザー向けに提供を開始し、その後ChatGPT Plus（月額20ドル、約3,000円）では月に10クエリ、無料ティアでは月に2回の利用を段階的に提供する方針を示しています^{[11][12]}。高性能な機能を有料プランの差別化要素として位置づけ、上位プランへの誘導を図る戦略が見て取れます。

xAIもサブスクリプションモデルを採用し、DeepSearch機能はXのプレミアムプラス会員（月額2,590円）または専用サブスクリプション「SuperGrok」（月額30ドル、年額300ドル）で利用可能となっています^{[4][5]}。Xプラットフォームとの統合を強みとした戦略です。

アクセシビリティを重視する企業

Googleは市場シェア拡大を重視し、当初月額20ドルだった料金体系から無料への変更を発表しています^[2]。この戦略変更はDeep Research機能の普及を通じてGeminiエコシステム全体の利用拡大を狙ったものとみられます。

Perplexityも「誰もが強力なリサーチツールを利用できるべき」という理念のもと、無料版ユーザーは1日5回まで、定額制のPerplexity Proユーザーは1日500回までの利用を可能としています^[3]。高速性（3分程度で結果を出力）と使いやすさを前面に打ち出しています。

Hugging Faceはさらに踏み込み、完全オープンソースモデルを採用しています^{[6][7][8]}。GitHubでコードを公開し、開発者コミュニティによる改良を促進する戦略です。これにより独自のエコシステム構築よりも、技術の民主化を重視する姿勢を示しています。

Monica社のManusは現時点では招待制のプレビュー版として提供されており、将来的には一般公開を予定しています^[10]。価格体系は明らかにされていませんが、招待制によるエクスクルーシブ感を演出しながら、中国市場での先行優位性確保を狙っていると考えられます。

ビジネス応用事例と導入可能性

Deep Research機能は様々なビジネスシーンでの活用が期待されています。主な応用分野としては以下が挙げられます。

市場調査・競合分析の効率化

Deep Research機能は市場調査や競合分析を大幅に効率化します。例えば、競合他社の最新製品の特長を比較しレポートを作成したり、過去1年間の業界トレンドを調査し市場変化を分析したりする作業を短時間で完了させることができます^[11]。これにより、経営層やマーケティング担当者は短時間で有益な情報を得ることが可能になります。

資料作成プロセスの変革

プレゼン資料やホワイトペーパー、社内報告書などの作成において、Deep Research機能は必要な情報を素早く収集・整理することで、資料作成の手間を大幅に削減します^[11]。新規事業提案書の作成に向けた市場リサーチや、論文・レポートの参考資料収集などに活用できます^[11]。

法務・コンプライアンス業務の支援

契約書や規制のリサーチを自動で行い、最新の法律やコンプライアンスの変更点を把握するのにDeep Research機能は大きく貢献します^[11]。特に海外市場進出時の現地法規制の確認や、新たなデータ保護法（GDPRやCCPAなど）の変更点をまとめる作業などが効率化されます^[11]。

技術・研究分野での情報収集

研究者や技術者にとっても強力なツールとなり、特定の技術に関する最新論文のサマリーを取得したり、AIやブロックチェーンなどの新技術の動向を調査したりする作業が容易になります^[11]。これにより研究開発の方向性を決める際の意思決定が迅速化されます。

コンサルティング業務の効率化と収益向上

リサーチや提案書ドラフト作成をAIに任せることで営業活動に時間を回せるようになります^[12]。ある米国のコンサルタントは、ChatGPTを業務に取り入れ、リサーチや提案書作成をAIに任せた結果、わずか3ヶ月で新規契約を12.8万ドル（約1,700万円）獲得することに成功しています^[12]。

競合比較：性能、アクセシビリティ、価格

ベンチマークテストでの性能比較

「Humanity's Last Exam」での正答率を比較すると、OpenAIが26.6%で最高、次いでPerplexityが21.1%、Google Gemini Thinkingが6.2%、Claude 3.5 Sonnetが4.3%という結果です^{[2][3]}。GAIAベンチマークでもOpenAIが平均72.57%で最高スコアを記録しています^[2]。

中国のManusはOpenAIを上回ると主張していますが具体的な数値は公開されておらず、Hugging FaceのOpen Deep Researchは55.15%という高いスコアを短期間で達成しています^{[6][10]}。

価格とアクセシビリティの比較

価格面では、最も高価なのはOpenAIのChatGPT Pro（月額200ドル≒約3万円）、次いでxAIのSuperGro k（月額30ドル≒約4,500円）となっています^{[2][5]}。一方、Googleは無料化を発表し、Perplexityは無料版（1日5クエリ）を提供、Hugging Faceはオープンソースで完全無料という状況です^{[2][3][6]}。

アクセシビリティの観点では、Google、Perplexity、Hugging Faceが一般ユーザーにも利用しやすい戦略を採る一方、OpenAI、xAI、Manusは一定の制限を設けています^{[2][3][6][10]}。

差別化戦略の比較

各社はそれぞれ異なる差別化戦略を展開しています：

- **OpenAI**：最高のベンチマークスコアと広範なAIエコシステムの統合を強みとしています^[2]。
- **Google**：無料化による普及戦略を採用し、市場シェア拡大を図っています^[2]。
- **Perplexity**：高速性（3分程度で結果）と無料枠提供によるアクセシビリティを重視しています^[3]。
- **xAI**：X（旧Twitter）の投稿データへのユニークなアクセス権を差別化ポイントとしています^[5]。

- **Hugging Face** : オープンソースによるカスタマイズ性とコミュニティ貢献を前面に打ち出しています^{[6][7][8]}。
- **Monica社 (Manus)** : 完全自律性と非同期クラウド実行という次世代機能を強調しています^[9]。

AI企業の戦略的狙いと今後の展望

各社の市場戦略

OpenAIの戦略は高性能・高価格路線であり、ベンチマークでのリーダーシップをアピールしながら限定的な無料提供で上位プランへの誘導を図っています^[2]。一方、Googleは無料化戦略で市場シェア拡大を優先し、既存のGeminiエコシステムへの統合を進めています^[2]。

Perplexityは「誰もが強力なリサーチツールを利用できるべき」という理念を前面に押し出し、高速性と使いやすさで差別化を図っています^[3]。xAIはXプラットフォームとの統合による独自データの活用とイーロン・マスクのブランド力を活かした戦略を展開しています^{[4][5]}。

Hugging Faceはオープンソースによる技術の民主化と開発者コミュニティの活性化を重視し^{[6][7][8]}、Monica社はManusの完全自律性に焦点を当て、招待制によるエクスクルーシブ感の演出と中国市場での先行優位性確保を狙っています^{[9][10]}。

深層調査技術の未来と業界への影響

Deep Research技術の進化は、企業の意思決定プロセスを根本から変える可能性を秘めています。推論型AIとエージェント型AIの組み合わせにより、単なるデータ処理を超えて、問題解決や自動化において新たな可能性が生まれつつあります^[13]。

製造業や建設業では、ビッグデータからどの工程に効率化の可能性があるかを分析し、改善プランを自動で組み立てたり、在庫状況や注文状況から最適な生産管理計画をリアルタイムに立案したりできる可能性が指摘されています^[13]。

また、稼働状況やカメラ映像などからプロジェクトのリスクを計算し、事前に打っておくべき対策についてアドバイスを行うなど、マネジメント支援機能も期待されています^[13]。しかし、この技術を使いこなせるのは、普段の業務を様々な視点から分析できる文化を持つ企業に限られるとの指摘もあり、技術格差が新たな競争優位性の源泉となる可能性もあります^[13]。

結論

過去3カ月間で主要AI企業が相次いで発表したDeep Research機能は、AIの活用領域を大きく拡張し、企業のデータ分析・意思決定プロセスに変革をもたらす可能性を秘めています。各社は性能、価格、アクセシビリティ、独自性など様々な側面で差別化を図り、市場でのポジショニングを確立しようとしています。

企業としては、自社のニーズや予算に合わせて適切なサービスを選択することが重要です。高度な分析が必要な場合はOpenAIやxAIの上位プラン、コスト重視ならGoogleやPerplexityの無料・低価格プラン、カスタマイズ性を重視するならHugging Faceのオープンソース版が選択肢となるでしょう。

今後、AIによる深層調査技術はさらに進化し、より多くの業務プロセスが自動化される可能性があります。しかし同時に、このような技術を効果的に活用できる組織とそうでない組織の間の格差が広がる可能性も懸念されます。企業は単にツールを導入するだけでなく、それを活用するための組織文化や人材育成にも注力することが求められるでしょう。

**

1. https://www.sysystem.co.jp/blog/nakahira_vol20
2. <https://www.sbbitt.jp/article/cont1/160286>
3. <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000157647.html>
4. <https://www.watch.impress.co.jp/docs/news/1663809.html>
5. <https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2502/18/news138.html>
6. <https://xenospectrum.com/hugging-face-develops-oss-version-of-openai-deep-research-competitor-in-24-hours/>
7. <https://weel.co.jp/media/tech/hf-open-deep-research/>
8. <https://gigazine.net/news/20250205-hugging-face-open-deep-research/>
9. <https://www.businessinsider.jp/article/2503-manus-ai-china-agent-hype-deepseek/>
10. <https://dxpo.jp/college/back/ai-manus.html>

11. https://www.spinflow.jp/news/ChatGPTの新機能「Deep_research（ディープリサーチ）」の活用方法
12. <https://note.com/strictlyes/n/ne414c99004a0>
13. <https://xtech.nikkei.com/atcl/nxt/column/18/02927/121900006/>