

主要 AI 企業が過去 3 カ月以内に発表した Deep Research（深層調査）機能

Felo AI

1. はじめに

1.1 調査の背景と目的

1.1.1 Deep Research 機能の重要性

近年、人工知能（AI）の進化は急速に進み、特に大規模言語モデル（LLM）を基盤とした技術が多くの分野で注目を集めています。その中でも「Deep Research」機能は、従来の検索技術を超えた高度な調査能力を提供する新しい技術として、ビジネスや学術研究において重要な役割を果たしています。この機能は、複雑なトピックに対する多段階の調査を自律的に行い、情報を収集・分析・統合することで、従来の手動による調査プロセスを大幅に効率化します。

例えば、OpenAI の「Deep Research」機能は、インターネット上の情報を収集し、推論を活用して詳細なレポートを生成する能力を持っています。この技術は、金融、科学、政策、エンジニアリングなどの専門分野で特に有用であり、従来数週間かかる調査を数時間で完了させることが可能です[4][6][31]。また、Google の「Gemini Deep Research」は、複数の情報源を調査し、包括的なレポートを生成する能力を持ち、特に市場調査や競合分析においてその価値を発揮しています[3][9][27]。

さらに、Microsoft の「Researcher」エージェントは、社内外のデータを統合的に解析し、質の高い洞察を提供することで、企業の意思決定を支援します。この機能は、Salesforce や Confluence などの外部データソースとの連携も可能であり、より包括的な分析を実現します[2][8][13]。

これらの技術は、情報の収集と分析における効率性を向上させるだけでなく、意思決定の質を高める可能性を秘めています。特に、複雑な問題に対する多角的な視点を提供する能力は、ビジネスや学術研究において不可欠な要素となっています。

1.1.2 ビジネス応用の可能性

Deep Research 機能のビジネス応用は多岐にわたります。例えば、マーケティング分野では、競合分析や市場調査を効率化し、広告キャンペーンの最適化を支援します[3][12][27]。営業分野では、顧客とのコミュニケーション履歴や市場動向の分析に基づく効果的な営業戦略の立案が可能です[2][5][8]。また、エンジニアリング分野では、技術文書や API ドキュメントの分析を通じて、既存システムとの統合ソリューションを作成することができます[17][21][22]。

さらに、教育分野では、学習教材の分析や最新の研究動向の調査を通じて、パーソナライズされた学習プランの作成が可能です[6][17][36]。ビジネス分野では、企業が Deep Research を使用して適切な場所に関する競合分析と推奨事項を迅速に収集し、ビジネスの立ち上げを支援することができます[4][30][37]。

これらの応用例は、Deep Research 機能が単なる情報収集ツールではなく、意思決定を支援する戦略的なツールとしての役割を果たしていることを示しています。特に、複雑な問題に対する洞察を提供する能力は、企業の競争力を向上させる上で重要な要素となっています。

1.2 調査範囲と方法

1.2.1 対象企業の選定基準

本調査では、Deep Research 機能を提供する主要な AI 企業を対象としました。選定基準としては、以下の要素を考慮しました：

1. **技術的な先進性:** 大規模言語モデル（LLM）を基盤とした技術を開発している企業。
2. **市場での認知度:** 世界的に認知されている、または AI 研究開発で先進的な企業。
3. **ビジネス応用の実績:** Deep Research 機能を導入または試験導入している企業の事例が確認できること。

具体的には、OpenAI、Google（Google DeepMind）、Microsoft、Perplexity AI、xAI、Anthropic などの企業を対象としました[1][2][4][6][18][21]。これらの企業は、Deep Research 機能の開発と提供において先進的な取り組みを行っており、技術的な革新性とビジネス応用の可能性を兼ね備えています。

1.2.2 調査期間と情報源

調査期間は、2025 年 1 月中旬から 4 月中旬までの過去 3 カ月間としました。この期間中に各企業が発表したプレスリリース、公式ブログ、技術発表、ニュース記事を中心に情報を収集しました[1][3][6][8][9][18]。

情報源としては、以下のものを活用しました：

- **公式ドキュメント:** 各企業の公式ウェブサイトやブログ記事。
- **業界レポート:** AI 技術に関する専門的な分析レポート。

- **ニュース記事:** 最新の技術動向を報じるメディア記事。
- **学術論文:** AI 技術に関する研究成果を発表した論文。

これらの情報源を通じて、各企業の **Deep Research** 機能に関する技術的な概要、提供形態、応用事例、収益モデル、競合との比較などを詳細に調査しました[1][4][6][9][18][30][37]。

1.2.3 分析の視点

本調査では、以下の視点から分析を行いました：

1. **技術的な概要:** Deep Research 機能の基盤となるモデル、アルゴリズム、利用データなど。
2. **提供形態:** API、既存製品への統合、単独サービスなどの提供方法。
3. **ビジネス応用:** 各機能がビジネスにおいてどのように活用されているか、具体的な事例。
4. **収益モデル:** サブスクリプション、従量課金、パッケージ料金などの価格体系。
5. **競合との比較:** 他社の類似機能との能力、対象ユーザー、利点・欠点の比較。
6. **差別化戦略:** 各企業が自社の機能を競合と比較してどのように位置づけ、差別化を図っているか。

これらの視点を通じて、**Deep Research** 機能の技術的な進化、ビジネス応用の可能性、競争環境における位置づけを明らかにしました[1][4][6][9][18][30][37]。

2. 主要 AI 企業の Deep Research 機能の概要

2.1 OpenAI

2.1.1 技術概要

2.1.1.1 基盤モデルとアルゴリズム

OpenAI の「Deep Research」は、2025 年 2 月に ChatGPT の新機能として登場したエージェント型調査ツールです。この機能は大規模言語モデル（LLM）の OpenAI o3 モデルを基盤としており、ウェブブラウジングやデータ分析に特化した技術が搭載されています。このモデルは「チェイン・オブ・ソート（思考連鎖）」と呼ばれる手法を採用しており、複雑な調査タスクを段階的に処理することに優れています[14][19]。

Deep Research は、インターネット上のテキスト、画像、PDF など多様な形式のデータを利用し、マルチモーダル分析を可能にしています。これによりユーザーは単一のチャット画面で複数のデータソースを探索でき、それぞれのアクションが情報に基づいて最適化されます[4][7]。

2.1.1.2 利用データと解析能力

Deep Research は、インターネット上の膨大な情報源を活用して、高度な推論を実行します。具体的には、ウェブサイト、学術論文、公的データベース、SNS 投稿など多岐にわたる情報を解析し、その結果を統合して洞察を得る能力があります[6][31]。また、より精密な分析を実現するために、Python 環境やデータ可視化ツールも統合されています[4]。更に「BrowseComp」というベンチマークを用いたテストでは、他のモデルを上回る性能を示しましたが、約半数のケースで計算リソース不足に起因する課題も報告されています[19]。

2.1.2 提供形態

2.1.2.1 サービスプランと料金体系

Deep Research は ChatGPT の有料ユーザープランである「ChatGPT Pro」および「Plus」プランに搭載されており、それぞれ異なる利用制限が設けられています。Pro ユーザーは月額 200 ドルで 1 ヶ月あたり 120 クエリを実行できます。一方、Plus ユーザーは月額 20 ドルで最大 10 クエリまでの利用が可能です[4][7][32]。これらの料金プランは、長期的な契約や企業向けカスタム契約を通じて調整可能となっています[6]。

2.1.2.2 対応プラットフォーム

Deep Research は、ウェブプラットフォームだけでなく、モバイルアプリ (iOS, Android) やデスクトップアプリ (macOS, Windows) にも対応しており、利用者は任意のデバイスからアクセスが可能です。この広範なプラットフォーム対応が、ユーザー利便性に寄与しています[29][35]。また、企業ユーザー向けに提供される「カスタムエージェント」も計画されているとの報告があります[14]。

2.1.3 応用事例

2.1.3.1 導入企業の事例

Deep Research の機能を活用している企業として、管理コンサルタント会社 Bain & Company が挙げられます。Bain は業界トレンドの分析や複雑な市場調査において当該ツールを採用し、高度なデータ収集と分析能力によって大幅な作業効率化を実現しています[4][5]。

2.1.3.2 業界別の活用方法

Deep Research は金融、科学研究、政策立案、エンジニアリングといった知識集約型産業における活用に適しており、

特に需要の高い分野では以下の機能が重宝されています：

- 金融分析における複雑な監視レポートの自動生成[29]。
- 学術分野での先行研究分析や議論ポイントの特定[14][35]。
- 市場競争環境における新プロダクトのポジション分析[3]。

2.1.4 収益モデル

2.1.4.1 サブスクリプションモデル

OpenAI の Deep Research は従量課金型のサブスクリプション収益モデルを採用しています。Pro プランは 200 ドル/月、Plus プランは 20 ドル/月に設定されており、機能の使用頻度や分析処理量に応じた価格階層が提供されています[14][26]。

2.1.4.2 利用制限と追加料金

クエリ数やリソース使用量に基づいた制限があり、より高度な分析を求める場合には更なる追加料金が発生する可能性があります[4][31]。エンタープライズプランでは、顧客のニーズに応じたカスタマイズ利用条件が交渉可能です[6]。

2.1.5 競合との比較

2.1.5.1 他社との技術的な差異

OpenAI の Deep Research は、Perplexity や Google の Gemini との比較において、特に高度な推論能力とマルチモーダル分析が際立っています。また、他社が限定的に提供している計画フェーズ実行の統一性を、網羅的にカバーしています[4][6][31]。

2.1.5.2 独自のセールスポイント

このツールは、出典されたデータの透明性と信頼性が高いことに加え、Python 環境の統合による拡張性が独自のアドバンテージとなっており、特にハイレベルなデータ分析を必要とするユーザーには最適です[7]。

2.2 Google (Google DeepMind)

2.2.1 技術概要

2.2.1.1 Gemini モデルの特徴

Google が開発した Gemini Deep Research は、Gemini 2.5 Pro（実験版）をベースに設計されています。このモデルは、「Flash Thinking」技術を活用して、複雑な調査トピックの分析と評価を迅速に行い、優れた結果を提供します[1][3]。Gemini 2.5 のエンジンはマルチモーダル対応のアーキテクチャを採用し、テキスト、画像、動画など複数の形式のデータを分析可能です。このモデルは、HLE（Humanity's Last Exam）テストで優れたパフォーマンスを示し、学習プロセスの効率性においても高い評価を受けています[1][16]。

2.2.1.2 自動調査機能の仕組み

Gemini Deep Research は、計画、検索、推論、レポート作成の各段階を統合的に自動化し、ユーザーの時間を節約します。AI エージェントは逐次学習を用いて、新しい調査ポイントを検出し、複数の情報源を横断的に分析します[3][16]。例えば、同モデルは社内ナレッジや既存のドキュメントとの統合を可能とし、企業の専有データとオープンソースデータを組み合わせた包括的なレポート生成が可能です[11]。

2.2.2 提供形態

2.2.2.1 Google One AI Premium プラン

Gemini の Deep Research 機能は、Google One AI Premium プラン（月額 2,900 円）に統合されており、個人向けユーザーが簡単にアクセスできる設計となっています[3][4]。

2.2.2.2 法人向けプラン

法人向けには Google Workspace Business プランが提供されており、Business Starter（月額 800 円）から Business Plus（要問い合わせ）まで複数の選択肢を用意しています。それぞれのプランではストレージ容量やユーザー数に応じた柔軟な価格体系が組みまれています[9]。

2.2.3 応用事例

2.2.3.1 科学研究支援

Gemini Deep Research は科学分野での活用が特に顕著であり、研究計画の立案、実験解析、仮説検証のサポートにおいて複雑なタスクをスムーズに実行する能力を持ちます[3]。

2.2.3.2 市場調査と競合分析

このツールは市場調査および競合分析の分野でも幅広く利用されています。Google は AI エージェントを用いて競合のレポート生成、ユーザーインサイトの収集などを効率化して提供しています[12]。

2.2.4 収益モデル

2.2.4.1 個人向け料金

Gemini の個人向け料金は手頃な価格設定で、Google One プレミアムを利用するユーザーに包括的な Deep Research 機能が提供されます[4][27]。

2.2.4.2 法人向け料金

法人顧客に対しては、多層的な料金体系に基づいて、業界別にカスタム価格が提供されます。これにより、中小企業および大企業の多様なニーズに応じたりサーチサービスを展開可能にしています[11]。

2.2.5 競合との比較

2.2.5.1 ChatGPT との比較

Deep Research 機能において、Gemini は ChatGPT と異なり、すべてのユーザーが一部無料で利用できるアクセスプランを提供しています[4]。

2.2.5.2 独自の計画フェーズ機能

Gemini は実行前に「計画フェーズ」を設けており、調査の方向性や深さを調整可能な柔軟性を持っています。これにより、特に企業顧客の分野で競争優位性を発揮しています[3][17]。

3. Deep Research 機能の進化

3.1 技術的進化

3.1.1 マルチモーダル分析の向上

Deep Research 機能の進化において、マルチモーダル分析の向上は重要な技術的進展の一つです。**OpenAI** の **Deep Research** は、テキスト、画像、PDF など多様なデータ形式を解析する能力を備えています。この機能は、特に複雑な調査タスクにおいて、異なる形式の情報を統合し、包括的なレポートを生成する際に有用です[4][6][31]。例えば、**OpenAI** の **o3** モデルは、ウェブブラウジングやデータ解析に最適化されており、複数の情報源から得られたデータを統合して分析する能力を持っています[35]。

Google の **Gemini 2.5 Pro** も、マルチモーダル機能を強化しており、テキストだけでなく画像や動画などのデータ形式を解析する能力を持っています。このモデルは、複雑なトピックを自動的に調査し、関連する情報を収集して統合することで、ユーザーにとって分かりやすいレポートを提供します[1][16]。また、**Gemini** は、ユーザーがアップロードした最大 **1,500** ページのドキュメントを解析し、関連情報を抽出する機能も備えています[27]。

さらに、**xAI** の **Grok 3** は、テキスト、画像、動画、**3D** モデリングなどの多モーダルデータを処理する能力を持ち、特に自動運転や医療画像解析といった分野での応用が期待されています[20][23]。このようなマルチモーダル分析の進化により、**Deep Research** 機能は、より多様なデータ形式を統合的に解析し、複雑な問題に対する包括的な解決策を提供する能力を向上させています。

3.1.2 推論能力の強化

推論能力の強化は、**Deep Research** 機能の進化において中心的な役割を果たしています。**OpenAI** の **Deep Research** は、**o3** モデルを基盤とし、インターネット上の膨大な情報を検索、解釈、分析する能力を持っています。このモデルは、複数の情報源から得られたデータを統合し、推論を通じて洞察を導き出すことが可能です[4][35]。特に、**BrowseComp** というテストでは、他のモデルよりも優れた性能を示し、複雑なタスクにおける推論能力の高さが証明されています[19]。

Google の **Gemini 2.5 Pro** も、推論能力を強化しており、複雑なトピックを自動的に調査し、関連情報を収集して統合することで、ユーザーにとって分かりやすいレポートを提供します。このモデルは、検索、分析、レポート作成の各段階で推論を活用し、ユーザーの時間を大幅に節約することができます[16][27]。

xAI の **Grok 3** は、推論能力をさらに進化させ、複雑な問題に対して複数のアプローチを検討し、自身のソリューションを検証する能力を持っています。このモデルは、強化学習を通じて推論能力を洗練させ、エラーを修正し、代替案を検討することで、正確な回答を提供します[18][20]。

これらの進化により、**Deep Research** 機能は、より高度な推論能力を持つようになり、複雑な調査タスクを効率的に遂行する能力を向上させています。

3.1.3 自己修正メカニズムの採用

自己修正メカニズムの採用は、**Deep Research** 機能の信頼性と精度を向上させる重要な要素です。**xAI** の **Grok 3** は、先

進的な自己修正メカニズムを採用しており、AI が生成する不正確な情報を減らすことを目的としています。このメカニズムは、データを反復的に検証し、矛盾を排除することで、論理的一貫性を高めています[20][23]。

OpenAI の Deep Research も、推論過程を画面上で可視化する機能を備えており、ユーザーが AI の推論プロセスを確認できるようにしています。この透明性は、AI がどのように結論に至ったかを理解する上で重要であり、信頼性を向上させる要因となっています[4][35]。

Anthropic の Claude は、次の調査ポイントを自律的に判断し、多面的な情報探索を行う能力を持っています。このアプローチにより、調査結果の精度と信頼性が向上し、ユーザーが迅速かつ正確に意思決定を行えるよう支援します[21][22]。これらの自己修正メカニズムの採用により、Deep Research 機能は、より高い精度と信頼性を持つツールとして進化を遂げています。

3.2 応用分野の拡大

3.2.1 マーケティングと営業

Deep Research 機能は、マーケティングと営業の分野で広く応用されています。Google の Gemini Deep Research は、市場調査や競合分析、顧客インサイトの取得に利用されており、特に製品ローンチの計画や広告キャンペーンの最適化に役立っています[12][27]。例えば、Gemini は、競合他社の製品仕様やポジショニング戦略を分析し、包括的なローンチプランを作成する能力を持っています[17]。

OpenAI の Deep Research は、複雑な市場動向の分析や業界トレンドの理解に活用されています。例えば、Bain & Company は、この機能を利用して、詳細な市場展開戦略を構築し、新たなトレンドや参入機会を特定しています[4][7]。Anthropic の Claude は、営業チームがクライアントミーティングの準備を効率化するために利用されています。Claude は、過去の通信履歴やカレンダーの招待状、会議メモを検索し、クライアントの会社に関する最新情報を収集して、詳細なブリーフィングドキュメントを作成します[17][21]。これらの応用により、Deep Research 機能は、マーケティングと営業の効率化と成果向上に大きく貢献しています。

3.2.2 教育と研究

教育と研究の分野でも、Deep Research 機能は重要な役割を果たしています。Google の Gemini Deep Research は、学術研究や教育資料の作成に利用されており、特に複雑なテーマに対する情報収集と分析を効率化するために設計されています[27]。例えば、大学生が新しいトピックを学ぶ際に、Gemini は学習資料や過去の講義ノートを分析し、最新の学術研究を検索して、インタラクティブな学習体験を提供します[17]。

OpenAI の Deep Research は、科学研究や政策立案の分野で活用されており、複雑なデータセットの解析や詳細なレポートの作成を支援します。この機能は、特に金融、科学、政策、エンジニアリングなどの専門分野で役立っています。

[4][35]。

Anthropic の Claude は、教育機関や研究者が効率的に情報を収集し、分析するためのツールとして利用されています。

Claude は、学術論文やデータベースを検索し、信頼性の高い情報を引用付きで提供する能力を持っています[21][22]。

これらの応用により、Deep Research 機能は、教育と研究の効率化と質の向上に寄与しています。

3.2.3 エンジニアリングと技術開発

エンジニアリングと技術開発の分野では、Deep Research 機能が新しいソリューションの開発や既存システムとの統合に役立っています。Google の Gemini Deep Research は、技術文書や API ドキュメントの分析を通じて、エンジニアが技術的な課題を解決するための支援を行っています[27]。

OpenAI の Deep Research は、エンジニアリングプロジェクトの計画や実行において、詳細なデータ分析とレポート作成を支援します。この機能は、特に複雑な技術的課題に対する解決策を見つける際に有用です[4][35]。

Anthropic の Claude は、設計文書やシステム仕様を分析し、外部 API ドキュメントや実装パターン、セキュリティベストプラクティスと統合することで、技術的なソリューションを提供します[17][21]。

これらの応用により、Deep Research 機能は、エンジニアリングと技術開発の効率化と革新に貢献しています。

3.3 今後の展望

3.3.1 情報源へのアクセス拡大

今後、Deep Research 機能は、より多くの情報源へのアクセスを可能にする方向で進化すると予想されます。Anthropic の Claude は、今後数週間で利用可能なコンテンツソースの範囲を拡大し、より詳細な調査を行う機能を追加する予定です[21]。また、Google の Gemini は、学術論文や統計データ、電子書籍など、多様な情報源を活用して、質の高いリサーチ結果を提供しています[9][27]。

OpenAI の Deep Research も、ウェブ上の膨大な情報を効率的に検索し、解析する能力を持っており、今後さらに多様な情報源へのアクセスを拡大することが期待されています[4][35]。

これらの進化により、Deep Research 機能は、より広範な情報源からのデータを統合し、包括的な洞察を提供する能力を向上させるでしょう。

3.3.2 エージェント機能の高度化

エージェント機能の高度化は、Deep Research 機能の進化において重要な要素です。Google の Gemini は、ユーザーガイド付きの計画フェーズを組み込んでおり、調査計画の作成から実行までを自動化する能力を持っています[11][16]。

OpenAI の Deep Research は、推論過程を可視化する機能を備えており、ユーザーが AI の推論プロセスを理解しやすくすることで、信頼性を向上させています[4][35]。

Anthropic の Claude は、次の調査ポイントを自律的に判断し、多面的な情報探索を行う能力を持っています。このアプローチにより、調査結果の精度と信頼性が向上し、ユーザーが迅速かつ正確に意思決定を行えるよう支援します[21][22]。これらの進化により、Deep Research 機能は、より高度なエージェント機能を持つツールとして進化を遂げています。

3.3.3 競争優位性の強化

競争優位性の強化は、Deep Research 機能の進化において重要な課題です。OpenAI の Deep Research は、高度な推論能力と多段階の研究タスク遂行能力を持ち、透明性や安全性、人間の価値観への沿合を重視したデザインを採用しています[4][14]。

Google の Gemini は、ユーザーフレンドリーなアクセスと多言語対応を特徴としており、幅広いユーザー層に対応しています[11][27]。

xAI の Grok 3 は、自己修正メカニズムを採用して AI の「幻覚」問題を低減し、複雑な問題に対する正確な回答を提供する能力を持っています[20][23]。

これらの進化により、Deep Research 機能は、競争優位性を強化し、より多くのユーザーにとって価値のあるツールとして進化を続けています。

4. 競合との差別化戦略

4.1 OpenAI の差別化戦略

4.1.1 高度な推論能力

OpenAI の「Deep Research」機能は、高度な推論能力を持つ点で競合他社と差別化されています。この機能は、次世代モデルである「o3」を基盤としており、インターネット上の情報を収集し、分析し、統合する能力を備えています[4][35]。特に、複雑なタスクにおいて、数百のオンラインソースを検索し、数十分で包括的なレポートを生成する能力が評価されています[35]。この推論能力は、従来の検索エンジンや単純な AI ツールでは実現できない深い洞察を提供します。

さらに、OpenAI の「BrowseComp」テストでは、他のモデルよりも優れた性能を示しており、特に長時間の調査が必要なタスクにおいて人間の研究者を上回る結果を出しています[19]。このテストでは、AI エージェントが数千のウェブページを並行して処理し、情報を統合する能力が評価されました。これにより、ユーザーは時間を節約しながら、より正確で

詳細な情報を得ることが可能となります。

4.1.2 マルチモーダル分析

OpenAI の「Deep Research」は、テキスト、画像、PDF などの多様な情報形式を解析するマルチモーダル分析能力を備えています[4][35]。この機能により、ユーザーは単一の情報形式に限定されことなく、複数の形式のデータを統合して分析することが可能です。例えば、科学研究や技術文書の解析において、画像やグラフを含む PDF ファイルを効率的に処理し、重要な情報を抽出することができます[35]。

また、OpenAI は、情報の出所を明確に示す引用機能を提供しており、ユーザーが結果を容易に検証できるようにしています[31]。これにより、情報の信頼性が向上し、ビジネスや学術研究において重要な意思決定を支援するツールとしての価値が高まっています。

4.1.3 透明性と信頼性の重視

OpenAI は、透明性と信頼性を重視した設計を採用しています。例えば、「Deep Research」機能では、AI がどのように結論に至ったかを示す「思考の過程（チェイン・オブ・ソート）」を表示する機能を備えています[14][35]。これにより、ユーザーは AI の推論プロセスを理解し、結果の信頼性を確認することができます。

さらに、OpenAI は、情報源の提示を徹底しており、すべてのレポートに明確な引用を含めています[31]。これにより、ユーザーは情報の正確性を検証しやすくなり、AI が生成する結果に対する信頼を築くことができます。この透明性は、特に金融、科学、政策、エンジニアリングなどの分野で重要な役割を果たしています。

4.2 Google の差別化戦略

4.2.1 ユーザーフレンドリーな設計

Google の「Gemini Deep Research」は、ユーザーフレンドリーな設計を特徴としています。例えば、リサーチ計画の段階でユーザーが調査内容をレビューし、修正できる「計画フェーズ」を提供しています[11][27]。これにより、ユーザーは調査の方向性を柔軟に調整し、より正確な結果を得ることが可能です。

また、Google は、簡単な指示で AI が調査計画を作成し、実行する機能を提供しており、従来の検索 AI と比べてより深い調査に適しています[3][27]。この設計により、初心者から専門家まで幅広いユーザーが利用しやすいツールとなっています。

4.2.2 多言語対応とグローバル展開

Google の「**Gemini Deep Research**」は、多言語対応とグローバル展開を強化しています。例えば、複数の言語での検索とレポート生成が可能であり、国際的なビジネスや学術研究において重要な役割を果たしています[27][3]。これにより、ユーザーは異なる言語の情報を統合し、包括的な分析を行うことができます。

さらに、Google は、世界中のユーザーが利用できるように、無料プランを提供しており、より多くの人々が高度なリサーチ機能を活用できる環境を整えています[27]。

4.2.3 レポートエクスポート機能

Google の「**Gemini Deep Research**」は、レポートを Google ドキュメントにエクスポートする機能を提供しています[11][16]。これにより、ユーザーは調査結果を簡単に共有し、編集することが可能です。例えば、マーケティングチームが競合分析の結果を共有したり、学術研究者が共同研究のためにレポートを編集したりする際に、この機能が役立ちます。

また、Google は、調査結果をインタラクティブな形式で表示する機能を備えており、ユーザーがデータを視覚的に理解しやすくしています[24]。

4.3 Microsoft の差別化戦略

4.3.1 職場データへのアクセス

Microsoft の「**Researcher**」エージェントは、職場データへのアクセスを可能にする点で競合他社と差別化されています[2][8]。例えば、メール、チャット、会議記録などの社内データを解析し、質の高い洞察を提供します。これにより、ユーザーは社内リソースを最大限に活用し、効率的な業務遂行が可能となります。

さらに、Microsoft は、外部データと社内データを統合する能力を備えており、より包括的な分析を実現しています[8]。

4.3.2 外部ソースとの統合

Microsoft の「**Researcher**」エージェントは、Salesforce や Confluence などの外部業務アプリケーションとの連携を可能にしています[2][8]。これにより、ユーザーは外部ソースからのデータを統合し、詳細な市場分析や戦略策定を行うことができます。

また、Microsoft は、Python コードを自動生成する機能を提供しており、複雑なデータ分析や予測を迅速に行うことが可能です[8]。

4.3.3 エコシステムの活用

Microsoft は、Copilot Studio を通じて、企業が自身のニーズに合わせて AI エージェントを作成・管理できるプラットフォームを提供しています[8][15]。これにより、企業は独自の業務プロセスに最適化された AI エージェントを構築し、業務効率を向上させることが可能です。

さらに、Microsoft は、エージェントフローを使用して複雑なビジネスタスクを自動化する機能を提供しており、企業の生産性向上に寄与しています[8][15]。

4.4 Perplexity AI の差別化戦略

4.4.1 迅速で事実に基づいた回答

Perplexity AI は、迅速で事実に基づいた回答を提供する点で競合他社と差別化されています[10][37]。例えば、検索クエリを自動的に実行し、関連する情報を収集して包括的なレポートを生成します。このプロセスでは、情報源の引用が明確に示されるため、ユーザーは結果の信頼性を容易に確認できます[37]。

また、Perplexity AI は、SimpleQA ベンチマークで 93.9%の精度を達成しており、他のモデルよりも高い性能を示しています[37]。

4.4.2 無料プランの提供

Perplexity AI は、無料プランを提供しており、ユーザーは 1 日 5 クエリまで利用可能です[10][37]。これにより、学生や個人研究者など、予算が限られているユーザーでも高度なリサーチ機能を活用することができます。

さらに、有料版（Pro）では、無制限のクエリ実行や高度な AI モデル選択が可能であり、専門的なニーズに応える機能を提供しています[10][37]。

4.4.3 高精度な検索結果

Perplexity AI は、検索結果の精度を重視しており、情報源の評価と統合を通じて質の高いレポートを生成します[10][37]。例えば、金融やマーケティング分野での詳細な調査において、関連性の高い情報を迅速に提供する能力が評価されています。

また、Perplexity AI は、PDF やドキュメントをアップロードして分析する機能を備えており、ユーザーが多様な形式のデータを効率的に処理できるようにしています[10][37]。

4.5 その他企業の差別化戦略

4.5.1 xAI の自己修正メカニズム

xAI の「Grok 3」は、自己修正メカニズムを採用しており、AI が生成する不正確な情報を減らす能力を備えています[18][20]。この機能により、AI はエラーを検出し、修正するプロセスを繰り返すことで、より正確な結果を提供します。さらに、Grok 3 は、推論能力が前世代モデルの 10 倍に向上しており、複雑な問題に対する解決策を迅速に提供する能力を持っています[18][20]。

4.5.2 You.com の情報源検証機能

You.com の「Advanced Research & Insights agent (ARI)」は、情報源検証機能を提供しており、ユーザーが引用箇所をクリックするだけで情報の出所を確認できる仕組みを備えています[24]。これにより、事実確認の作業が効率化され、信頼性の高い情報を迅速に取得することが可能です。

また、ARI は、400 以上の情報源を同時に分析し、インタラクティブな可視化を自動生成する機能を備えており、企業ユーザーにとって重要なツールとなっています[24]。

4.5.3 AskDona の社内ナレッジ特化

AskDona は、日本初の RAG×Deep Research 機能を提供しており、社内ナレッジ管理に特化しています[31]。この機能により、企業は社内文書やデータを効率的に活用し、ナレッジマネジメントを強化することが可能です。

さらに、AskDona は、社内情報と公開情報を組み合わせた分析を行う能力を備えており、組織の独自情報と幅広い調査結果を橋渡しする役割を果たしています[24][31]。

5. 課題と今後の展望

5.1 現在の課題

5.1.1 精度向上の必要性

Deep Research 機能は、複雑な調査タスクを効率的に実行する能力を持つ一方で、精度向上の課題が依然として存在しています。例えば、OpenAI の Deep Research は、BrowseComp テストで他のモデルよりも優れた性能を示したものの、約半分の時間で失敗するという結果が報告されています[19]。この失敗の原因として、AI が情報を収集する際に誤った解釈を行うことや、関連性の低い情報を選択する可能性が挙げられます。特に、複雑なトピックに対する推論能力の向上が求められています。

Google の Gemini Deep Research も、情報収集と分析の効率化に優れているものの、収集した情報の信頼性や関連性に課題があるとされています[16]。Gemini は複数の情報源を調査し、包括的なレポートを生成する能力を持っていますが、情報の正確性を保証するためのさらなる改善が必要です。

また、xAI の Grok 3 は自己修正メカニズムを採用しており、AI の「幻覚」問題を低減する努力を行っていますが、依然として誤った情報を生成する可能性があるため、さらなる精度向上が求められています[18][20]。

5.1.2 情報源の信頼性

情報源の信頼性は、Deep Research 機能のもう一つの重要な課題です。AI が収集する情報の多くはインターネット上の公開情報に依存しており、その信頼性を評価する仕組みが十分に整備されていない場合があります。例えば、Google の Gemini Deep Research は、学術論文や公的機関のデータを含む多様な情報源を活用していますが、情報源の選定基準や信頼性の評価方法については明確な基準が示されていません[9][27]。

OpenAI の Deep Research は、情報源の引用を明示することで透明性を確保していますが、情報の正確性を保証するためのさらなる取り組みが必要です[35]。特に、情報源が矛盾している場合にどの情報を優先するべきかの判断基準が曖昧である点が課題として挙げられます。

You.com の Advanced Research & Insights agent (ARI) は、情報源の検証機能を提供しており、ユーザーが引用箇所をクリックするだけで情報の出所を確認できる仕組みを導入しています[24]。このような機能は、情報の信頼性を向上させるための重要なステップですが、他の AI 企業でも同様の取り組みが求められます。

5.1.3 コストと利用制限

Deep Research 機能の利用には、コストと利用制限が課題となっています。例えば、OpenAI の ChatGPT Deep Research は、Pro プランで月額 200 ドルという高額な料金が設定されており、利用回数も月 100 回に制限されています[4][32]。このような制限は、特に中小企業や個人ユーザーにとって負担となる可能性があります。

Google の Gemini Deep Research は、Google One AI Premium プラン（月額 2,900 円）や法人向けの Google Workspace Business プラン（月額 800 円～）で提供されていますが、個人ユーザーにとっては依然として高額なサービスと感じられる場合があります[9][27]。

Perplexity AI は基本無料で利用可能ですが、有料版（Pro）では高度な AI モデル選択や無制限ファイルアップロードが可能であり、月額約 20 ドルで提供されています[10][37]。このような価格設定は競合他社と比較して手頃ですが、無料ユーザーには 1 日 5 クエリという制限があるため、頻繁に利用するユーザーにとっては不便となる可能性があります。

これらの課題を解決するためには、価格体系の柔軟性を高めるとともに、利用制限を緩和する方法を検討する必要があります。

5.2 今後の展望

5.2.1 技術革新の方向性

今後の技術革新の方向性として、AI の推論能力の強化が重要な課題となります。OpenAI の Deep Research は、次期バージョンの o3 モデルを基盤としており、ウェブ閲覧とデータ分析に最適化されています[35]。このモデルは、情報収集と分析の効率化を目指しており、さらなる技術革新が期待されています。

Google の Gemini Deep Research は、計画、検索、推論、レポート作成の各段階を通じて、ユーザーの時間を節約するように設計されています[16]。Gemini は関連情報を検索し、学習した内容に基づいて新しい検索を開始することで、継続的に分析を洗練する能力を持っています。

xAI の Grok 3 は、自己修正メカニズムを採用して AI の「幻覚」問題を低減しており、推論能力の向上に向けた取り組みを行っています[18][20]。このような技術革新は、AI が生成する情報の正確性を向上させるための重要なステップとなります。

5.2.2 新たな応用分野の開拓

Deep Research 機能の新たな応用分野として、マーケティング、営業、教育、エンジニアリングなどが挙げられます。例えば、Google の Gemini Deep Research は、市場調査、競合分析、顧客インサイトの取得などに利用されています[12][27]。これにより、企業はより効率的に市場戦略を立案することが可能となります。

Anthropic の Claude は、マーケティングチームが製品の競合情報を収集し、包括的なローンチ計画を作成するのを支援する機能を提供しています[17]。また、エンジニアリング分野では、技術文書や API ドキュメントの分析による既存システムとの統合ソリューションの作成が可能です。

教育分野では、大学生が学習教材の分析や最新の研究動向の調査を行う際に Deep Research 機能を活用することができます[17]。これにより、パーソナライズされた学習プランの作成が可能となります。

5.2.3 競争環境の変化

競争環境の変化に伴い、各 AI 企業は独自の差別化戦略を採用しています。OpenAI は、高度な推論能力と多段階の研究タスク遂行能力を持ち、透明性や安全性、人間の価値観への沿合を重視したデザインを採用しています[14][35]。

Google は、ユーザーフレンドリーなアクセスと多言語対応を特徴とし、レポートのエクスポート機能を提供しています[11][27]。これにより、幅広いユーザー層に対応することが可能となります。

Perplexity AI は、迅速で事実に基づいた回答を提供し、無料プランの提供によってユーザー数を増やす戦略を採用しています[10][37]。このようなアプローチは、競合他社との差別化を図る上で重要な要素となります。

xAI の Grok 3 は、優れた推論能力と広範な事前学習知識を組み合わせ、演算能力が Grok 2 の 10 倍に向上しています [18][20]。また、自己修正メカニズムを採用して AI の「幻覚」問題を低減する取り組みを行っています。これらの競争環境の変化に対応するためには、各企業が技術革新を進めるとともに、ユーザーのニーズに応じたサービスを提供することが求められます。

6. 結論

6.1 調査結果の要約

1. 主要 AI 企業の Deep Research 機能の概要

本調査では、OpenAI、Google、Microsoft、Perplexity AI を中心に、各社が提供する Deep Research 機能の技術的特徴、提供形態、応用事例、収益モデル、競合との差別化戦略を詳細に分析した。OpenAI の Deep Research は、o3 モデルを基盤とし、ウェブブラウジング、Python 実行環境、画像・PDF 解析を統合した高度な推論能力を持つ エージェント型リサーチツールである [4][6][35]。Google の Gemini Deep Research は、計画フェーズを含む多段階検索と長いコンテキストをサポートし、科学研究や市場調査に特化した機能を提供している [1][3][27]。Microsoft の Researcher と Analyst は、社内データと外部データを統合し、複雑な調査やデータ分析を迅速に実行する能力を持つ [2][8][13]。Perplexity AI は、推論による調査機能を備え、金融やマーケティング分野での詳細な研究に特化している [10][37]。

2. 技術的進化と競合比較

各社の Deep Research 機能は、マルチモーダル分析、推論能力の強化、自己修正メカニズムの採用など、技術的進化を遂げている。OpenAI の Deep Research は、BrowseComp テストで他のモデルを上回る性能を示しつつも、約半分の時間で失敗するという課題がある [19]。Google の Gemini 2.5 Pro は、複数の情報源を調査し、包括的なレポートを生成する能力を持つが、特定の専門分野では ChatGPT に劣る場合がある [3][27]。Microsoft の Researcher は、Salesforce や Confluence などの外部ソースとの統合を強みとしており、職場データへのアクセスが可能である点で競合他社と差別化されている [2][8][13]。Perplexity AI は、SimpleQA ベンチマークで 93.9% の精度を達成し、事実に基づいた回答を提供する点で高い評価を得ている [37][10]。

3. 収益モデルと価格体系

各社の収益モデルは、サブスクリプション料金や従量課金制を採用している。OpenAI の ChatGPT Pro は月額 200 ドルで 120 クエリを提供し、Google の Gemini は月額 2,900 円で利用可能である [4][27]。Microsoft の Copilot は、Microsoft 365 Personal（月額 2,130 円）や Family プラン（月額 2,740 円）に統合されている [15]。Perplexity AI は基本無料で利用可能だが、有料版（Pro）は月額 20 ドルで 500 クエリを提供している [10][37]。

4. 応用事例とビジネス価値

各社の Deep Research 機能は、科学研究、市場調査、競合分析、教育、エンジニアリングなど、幅広い分野で応用されている。OpenAI は Bain & Company が業界トレンドの理解に活用しており[4]、Google は科学者の新しい仮説や研究計画の作成を支援している[3]。Microsoft は EY が税務、財務、業務上の課題に取り組むために利用しており[5]、Perplexity AI は金融分野での詳細な分析に特化している[10][37]。

6.2 ビジネスへの示唆

1. Deep Research 機能の導入による効率化

Deep Research 機能は、従来数週間かかる調査業務を数分から数時間で完了させる能力を持つ。これにより、企業は情報収集や分析にかかる時間を大幅に短縮し、意思決定の迅速化を実現できる[4][6][35]。特に、金融、科学、政策、エンジニアリング分野では、複雑なデータ分析や市場調査が効率化されることで、競争優位性を強化する可能性がある[7][10][37]。

2. 競合分析と市場戦略の構築

Deep Research 機能は、競合他社の動向や市場トレンドを迅速に把握するための強力なツールである。Google の Gemini Deep Research は、競合分析や顧客インサイトの取得に特化しており、企業が新製品の市場参入戦略を策定する際に役立つ[3][27]。Microsoft の Researcher は、社内データと外部データを統合することで、より包括的な市場戦略を構築する能力を持つ[2][8][13]。

3. コスト削減と ROI の向上

Deep Research 機能の導入により、企業は調査業務にかかる人件費や時間を削減し、ROI（投資収益率）を向上させることが可能である。EY は、Microsoft 365 Copilot を活用して週に最大 14 時間の生産性向上を実現しており、年間 5,000 万ドルの節約効果を生んでいる[5][15]。また、Perplexity AI の無料プランは、予算の限られた中小企業にとって魅力的な選択肢となる[10][37]。

4. 透明性と信頼性の向上

Deep Research 機能は、情報源の明示や推論過程の表示を通じて、透明性と信頼性を向上させる設計が施されている。OpenAI の Deep Research は、出典リンクを明示し、AI がどのように結論に至ったかを示すことで、ユーザーが結果を容易に検証できるようにしている[4][35]。Google の Gemini は、レポートを Google ドキュメントにエクスポート可能であり、情報の共有と検証が容易である[3][27]。

6.3 今後の研究課題

1. 精度向上と幻覚問題の解決

Deep Research 機能は、情報の正確性を向上させるための技術的課題に直面している。OpenAI の Deep Research は、BrowseComp テストで他のモデルを上回る性能を示したが、約半分の時間で失敗するという課題がある[19]。xAI の Grok 3 は、自己修正メカニズムを採用して幻覚問題を低減しているが、さらなる改善が求められる[18][20][23]。

2. 情報源へのアクセス拡大

各社の Deep Research 機能は、情報源の範囲を拡大することで、より包括的な調査結果を提供する必要がある。Anthropic の Claude は、今後数週間で利用可能なコンテンツソースの範囲を拡大し、より詳細な調査を行う機能を追加する予定である[21][22]。Google の Gemini は、学術論文や統計データなど、信頼性の高い情報源を積極的に活用しているが、さらなる拡張が期待される[3][27]。

3. エージェント機能の高度化

Deep Research 機能は、ユーザーの指示なしに自律的に調査を進める能力を強化する必要がある。OpenAI の Deep Research は、推論を活用してインターネット上の大量のテキストや画像、PDF を検索し解釈・分析する能力を持つが、さらなる自律性の向上が求められる[4][35]。Google の Gemini は、計画フェーズを組み込むことで、ユーザーの時間を節約する設計が施されているが、より高度なエージェント機能の開発が期待される[3][27]。

4. 競争環境の変化への対応

Deep Research 機能の市場は急速に進化しており、競争環境の変化に対応するための戦略が必要である。Perplexity AI は、無料プランを提供することでユーザー数を増やし、広告や有料機能を通じて収益化を目指している[10][37]。xAI の Grok 3 は、演算能力を 10 倍に向上させることで競争優位性を強化しているが、他社との差別化を図るためのさらなる革新が求められる[18][20][23]。

1. [グーグル、最も賢い AI モデル「Gemini 2.5 Pro」の実験版を発表](#)
2. [Microsoft 365 Copilot に Researcher と Analyst が登場](#)
3. [Gemini Deep Research の使い方と応用。AI で調査タスクを ...](#)
4. [OpenAI の「Deep Research」でオフィスワークの自動化が ...](#)
5. [24 年度を振り返って: Copilot が人間の達成力を高めること ...](#)
6. [ChatGPT の Deep Research 機能とは？通常検索との違いと ...](#)
7. [人類は勝てない？ ChatGPT で本格調査レポートを作成「deep ...](#)
8. [Microsoft 365 Copilot に新エージェント：「Researcher」と ...](#)
9. [Google Deep Research の使い方を画像付きで解説！具体的な ...](#)
10. [Perplexity AI とは？機能概要や使い方、料金体系を解説 ...](#)
11. [Google Deep Research vs. OpenAI Deep Research](#)
12. [The smarter way to research with Google Gemini Deep ...](#)
13. [Microsoft adds AI—powered deep research tools to Copilot](#)

14. [Deep Research](#) は何がすごい？ビジネスでどう使える？ — note
15. [Copilot](#) って AI なの？最新 Microsoft 365 Copilot 新機能 ... — note
16. [Try Deep Research and Gemini 2.0 Flash Experimental](#)
17. [Claude takes research to new places — Anthropic](#)
18. [Grok 3 Beta — The Age of Reasoning Agents — xAI](#)
19. [OpenAI's Deep Research has more fact-finding stamina than ...](#)
20. [Grok 3 推理能力成新霸主 3 大技術亮點曝光！ — BusinessFocus](#)
21. [Claude が「Research」機能で進化 | 高梨洋平 — note](#)
22. [Google Workspace と統合した Claude の新機能を公開](#)
23. [馬斯克「地表最強 AI 模型」Grok 登場！好用嗎？3 大模式一次看](#)
24. [エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 \(AMP ...](#)
25. [リバースプロンプトエンジニアリングにより無料で Gemini 2.5 ...](#)
26. [【2024 年最新】生成 AI サービス 10 選を徹底比較 | 料金～特徴 ...](#)
27. [【Google 最新】Gemini「Deep Research」でレポート生成 ...](#)
28. [チャットボットのサービス比較と企業一覧 \(外国語対応\)](#)
29. [【ChatGPT deep research】精度の高いレポートが生成可能 ...](#)
30. [7 大「Deep Research」AI サービス徹底比較！OpenAI ...](#)
31. [OpenAI ディープ・リサーチ:自律型リサーチと分析の未来 — Dirox](#)
32. [ChatGPT「Deep Research」が Plus ユーザーにも開放 ...](#)
33. [タカハシノリアキ #ChatGPT で身につける Google Apps Script ...](#)
34. [Comparing Leading AI Deep Research Tools: ChatGPT ...](#)
35. [Introducing deep research — OpenAI](#)
36. [Elicit: The AI Research Assistant](#)
37. [Introducing Perplexity Deep Research](#)
38. [Kompas AI: Deep Research & Report Generation ... — ByteBridge](#)
39. [Gemini、Perplexity、Grok の「ディープリサーチ」を比較して ...](#)
40. [【徹底比較】5 つの「Deep Research」を比べてみた！](#)