

生成 AI による AI エージェントのマーケティング活用：全体像と展望



Genspark

Jul 23, 2025

はじめに

2024 年から 2025 年にかけて、マーケティング分野では生成 AI を基盤とした自律的 AI エージェントが新たな変革の波を起こしています。Salesforce や KIZUKEY AI などの先進的なソリューションが示すように、従来のマーケティング手法を根本的に変える可能性を秘めた技術として注目を集めています。

AI エージェントは、従来のチャットボットを超えた自律的な判断能力を持ち、マーケティングプロセス全体を包括的に最適化する能力を備えています。Salesforce¹によると、AI エージェントは機械学習と自然言語処理を活用し、継続的な学習と自己改善を通じて、より高度で複雑なマーケティングタスクを処理できるとされています。

市場動向と規模

急成長する AI エージェント市場

世界の AI エージェント市場は驚異的な成長を遂げており、調査会社の予測 ²によると、2024 年の約 51 億米ドルから 2030 年には約 471 億米ドルまで拡大し、年平均成長率(CAGR)は 44.8%と予測されています。特に日本市場では、2024 年の 2.5 億米ドルから 2030 年には 24.3 億米ドルへと約 10 倍の成長が見込まれています。

日本における AI 市場の動向

IDC Japan の調査 ³によると、2024 年の国内 AI システム市場は前年比 56.5%増の 1 兆 3,412 億円となり、2024 年から 2029 年にかけて年平均成長率 25.6%で成長し、2029 年には 4 兆 1,873 億円に達すると予測されています。この中でも生成 AI 分野は特に注目されており、2024 年に 1,016 億円の市場規模を記録し、2028 年には 8,028 億円に達する ⁴と予測されています。

主要プレイヤーの事例分析

Salesforce Agentforce：包括的 AI エージェントプラットフォーム

Salesforce は 2025 年 3 月 25 日、日本市場向けに「Agentforce for Marketing」の提供を開始しました。同社のソリューション [5](#) は、以下の 4 つの主要機能を提供します：

Campaign Creation（キャンペーン作成）

- マーケティング目標に基づいたキャンペーンブリーフの自動生成
- ターゲットオーディエンスの自動セグメンテーション
- Salesforce Flow を活用したカスタマージャーニーの構築

Personalization Decisioning（パーソナライゼーション判定）

- 個別顧客データに基づくコンテンツのパーソナライズ
- リアルタイムでの最適なメッセージ配信

Paid Media Optimization（有料メディア最適化）

- 広告キャンペーンの自動最適化
- ROI を最大化するための予算配分調整

Loyalty Program Management（ロイヤルティプログラム管理）

- 顧客ロイヤルティの分析と施策提案
- 継続的な顧客関係の構築支援

KIZUKEY AI：オールインワン自動化プラットフォーム

KIZUKEY AI [6](#) は「マーケティングをまるっと AI にお任せ」というコンセプトのもと、マーケティング業務の完全自動化を目指したプラットフォームです。同社のソリューションは以下の 5 つの領域をカバーしています：

Research & Analysis（市場調査・分析）

- SNS、EC、学術論文など多様なデータソースからの自動収集
- 競合分析と市場トレンドの把握
- 顧客インサイトの構造化された抽出

Strategy Planning（戦略設計）

- 中長期マーケティング戦略の自動設計
- ブランドポジショニングの明確化
- 市場参入戦略の包括的立案

Target Design（ターゲット設計）

- 詳細なペルソナの自動生成
- カスタマージャーニーの可視化
- 効果的なコミュニケーション戦略の設計

Campaign & Planning（キャンペーン・企画）

- トrendと顧客洞察を組み合わせた戦略的キャンペーン設計

- 新製品ローンチ戦略の包括的立案
- PowerPoint 形式での提案資料自動生成

Creative Production（クリエイティブ制作）

- LP 構造とコピーの自動生成（HTML 形式）
- 多種プラットフォーム対応の広告クリエイティブ
- SNS 投稿コンテンツの自動生成

技術的特徴と機能

自律性と学習能力

株式会社スクーターの分析 [7](#) によると、現代の AI エージェントは従来のチャットボットを大きく超越した特徴を持っています。大規模言語モデル（LLM）を基盤とし、使用するたびに精度が向上する自己学習機能を備えています。これにより、企業固有の課題や顧客特性に対してより適切な判断を下すことができます。

マルチチャネル統合

現代の AI エージェントは、単一のコミュニケーションチャンネルに留まらず、電子メール、音声アシスタント、各種ソフトウェアアプリケーションなど、複数のチャンネルでシームレスに連携する能力を持っています。これにより、顧客との接点すべてにおいて一貫性のある体験を提供することができます。

データ統合と分析能力

AI エージェントは、複数のデータソースから情報を統合し、リアルタイムで分析する能力を持っています。顧客行動データ、市場トレンド、競合情報などを包括的に分析し、最適な戦略を自動的に提案することができます。

活用分野と効果

業界別の活用事例

マーケティング分野での AI エージェント活用は、多様な業界で顕著な成果を上げています。業界別の活用状況 [7](#) を見ると、以下のような効果が報告されています：

金融サービス業界

- 個別顧客データ分析による財務アドバイスの提供
- 運用コストの大幅削減
- 内部報告書の自動生成による効率化

製造業界

- 故障検出とメンテナンス予測によるダウンタイム削減
- 生産ラインの稼働率向上
- 営業パイプライン管理の自動化

消費財業界

- 在庫管理の精度向上
- 欠品対策と過剰在庫の解消
- プロモーションコンテンツの自動生成

ヘルスケア業界

- 患者問い合わせ対応の自動化
- 医師予約支援と治療計画提案
- 臨床試験候補者選定の効率化

具体的な効果指標

マーケティング分野での具体的な効果として、以下のような数値が報告されています：

- **コンテンツ作成における効果**：大手消費財会社では、AI エージェントを活用したブログ投稿の自動生成により、従来の作業コストを 95%削減し、コンテンツ作成速度を 50 倍に向上させました。
- **顧客サービスの向上**：金融機関では、仮想エージェントの導入により顧客対応コストを 10 分の 1 に削減し、24 時間対応による顧客満足度を大幅に向上させました。
- **研究開発の効率化**：リードジェネレーションにおいて、サイクルタイムを 25%短縮し、臨床試験レポート作成時間を 35%改善しました。

課題とリスク

主要な技術的課題

マーケティング AI 導入における課題 [8](#) として、以下の 3 つの主要リスクが挙げられています：

情報漏洩リスク

- 機密情報や顧客の個人情報を扱う際のセキュリティ懸念
- 対策：非公開ツールの選択、学習モードオフ設定、厳格なガイドライン策定

精度とハルシネーション問題

- 不正確な情報生成による業務効率の低下
- 対策：人による最終確認、品質管理システムの導入

著作権侵害リスク

- 生成コンテンツの著作権問題
- 対策：出力内容の権利関係確認、独自性チェック

組織的課題

AI エージェント導入には、技術的な課題だけでなく、組織的な課題も存在します：

データ品質の確保

- 高品質で偏りのない学習データの継続的な確保
- データクリーニングと正規化の徹底

人と AI の協働

- それぞれの得意分野を活かした協働体制の構築
- 従業員のスキル向上と適応支援

責任の所在

- AI による判断や行動の責任の明確化
- ガバナンス体制の整備

将来展望

2025 年に向けた発展

B2B マーケティング領域での展望 [9](#) によると、2025 年に向けて以下の発展が期待されています：

リアルタイム分析の高度化

- データ分析と予測モデルの精度向上
- 即座の市場変化への対応能力

完全自動化への進化

- 業務プロセスの端から端までの自動化
- 人間の介入を最小限に抑えた運用

新たな価値創造

- 従来のマーケティング手法では実現できない価値の創造
- ビジネスモデルの根本的変革

技術の進化方向

将来の AI エージェントは、以下の方向で進化すると予想されています：

ヒューマンインターフェースとの連携強化

- より直感的で自然な操作性の実現
- 音声、視覚、テキストなど多様なインターフェースの統合

自然言語によるシステム構築

- プログラミング知識なしでの AI システム構築
- 業務要件を自然言語で表現するだけでの設定

完全自動化パイプラインの構築

- 戦略立案から実行、評価までの完全自動化
- 人間は戦略的判断のみに集中

まとめ

生成 AI による AI エージェントのマーケティング分野での活用は、単なる業務効率化を超えた根本的な変革をもたらしています。市場規模の急成長 [2](#) と技術の進歩 [7](#) により、今後数年間でさらなる発展が期待されています。

Salesforce や KIZUKEY AI などの先進的なソリューションが示すように、AI エージェントは市場調査から戦略立案、実行、評価まで、マーケティングプロセス全体を包括的に自動化する能力を持っています。しかし、情報セキュリティ、データ品質、人と AI の協働といった課題も存在し、これらに対する適切な対応が成功の鍵となります。

2025 年に向けて、AI エージェントはさらなる自律性と判断能力を獲得し、リアルタイムでの分析と予測、完全自動化されたマーケティングプロセス、そして新たな価値創造を実現することが期待されています。企業がこの変革の波に乗り遅れないためには、戦略的な準備と段階的な導入が不可欠となるでしょう。

Appendix: Supplementary Video Resources



【2025 年超予測：生成 AI と経営】AI エージェントと AI ...

Jan 7, 2025



AI エージェントで何が変わる？自律型 AI が企業オペレーション ...

1 month ago



【2025 年は AI エージェント元年！？】AI が仕事を自動化する ...

Jan 12, 2025

もっと詳しく

[1](#)

www.salesforce.com

[2](#)

book.st-hakky.com

[3](#)

my.idc.com

4
aka-link.net

5
www.salesforce.com

6
kizukey.ai

7
blog.scuti.jp

8
mirai-works.co.jp

9
assignment.co.jp