

# AI 深層調査（Deep Research）機能：競合分析とビジネスへの影響（2025 年第 1 四半期）

Gemini Deep Research

## 1. エグゼクティブサマリー

### 1.1 概要

2025 年第 1 四半期において、主要な AI 企業（OpenAI、Google、Microsoft、Anthropic）は、高度な「深層調査（Deep Research）」または類似の機能を相次いで発表・展開しました。これは、ナレッジワークを支援する、より自律的でエージェント的な AI への移行を示す重要な動きです。これらの機能は、単なる質疑応答を超え、複雑な問いに対して自律的に情報を収集、分析、統合し、構造化されたレポートを生成することを目指しています。

### 1.2 主要な調査結果

各社の技術的アプローチには、推論モデル（OpenAI o3、Gemini 1.5/2.5 Pro など）、検索拡張生成（RAG）、広大なコンテキストウィンドウの活用が見られます<sup>1</sup>。主要な差別化要因としては、エンタープライズシステムとの統合度（Microsoft 365 Graph、Google Workspace）、特定の役割に特化したエージェント（Microsoft Researcher/Analyst）、処理速度と調査深度のトレードオフ、ユーザーコントロールの度合いなどが挙げられます。主なビジネス応用分野は、市場分析、研究開発、競合インテリジェンス、コンプライアンス調査など多岐にわたります<sup>3</sup>。これらの高度な機能は、主に有料サブスクリプションを通じて提供され、プレミアム価格戦略が採用されています<sup>4</sup>。

### 1.3 主要トレンド

AI エージェントが複数ステップのタスクを自律的に実行する傾向が強まっています<sup>3</sup>。特にエンタープライズ環境においては、社内データとの連携（RAG 技術などを活用）が極めて重要視されています<sup>21</sup>。また、中国の DeepSeek などの新興プレイヤーからのプレッシャーを含む、激しい競争環境がイノベーションを加速させている状況がうかがえます<sup>13</sup>。

### 1.4 戦略的インプリケーション

これらのツールの登場は、ナレッジワークのあり方を大きく変える可能性を秘めています。一方で、精度やバイアスといった課題に対処する責任ある AI 導入の重要性が増し

ています。企業は、これらのツールを導入するか、あるいは競合として対抗していくかという戦略的な選択に直面しています。主要プレイヤーがほぼ同時期に類似の高度な調査機能を発表した事実は、これが次世代 AI の価値提案、特にエンタープライズ市場において不可欠な要素であるという戦略的な共通認識が形成されたことを示唆しています。複数企業が短期間に、複数ステップの調査、ウェブ・データ分析、統合、引用といった共通のコアコンセプトを持つ機能を発表し、その主なターゲットが専門家や企業ユーザーであることから、これは単なる偶然の一致ではなく、AI が基本的なチャット機能を超えて、複雑な調査の自動化を主要な競争優位性と価値ドライバーと見なす段階に入ったことを示しています。

## 2. はじめに : AI 駆動型深層調査の登場

### 2.1 背景

本レポートで扱う「深層調査 (Deep Research)」機能は、従来のチャットボットや検索エンジンとは一線を画します。これらは、複雑な問いに対して自律的に調査計画を立て、情報を収集・実行し、分析・統合を行い、構造化されたレポートを提供する能力を持つ AI システムへの進化を表しています。人間が行うリサーチアナリストの作業プロセスの一部を模倣する動きと言えます<sup>1</sup>。

### 2.2 課題提起

従来型の調査手法は、時間とリソースを大量に消費する傾向にあります。AI による深層調査ツールは、このプロセスを劇的に効率化し、数週間から数ヶ月かかっていた作業を数分から数時間に短縮する可能性を提示しています<sup>1</sup>。さらに、膨大なデータ量进行处理することで、より深い洞察を得られる期待もあります。

### 2.3 市場の推進要因

より迅速なインサイトへの需要、激化する市場競争、LLM (大規模言語モデル) の推論能力とエージェント機能の向上、そして増え続けるデジタル情報量が、これらのツールの開発を後押しする主要な要因となっています<sup>11</sup>。

### 2.4 本レポートの範囲

本レポートは、2025 年 1 月中旬から 4 月中旬にかけて、OpenAI、Google、Microsoft、Anthropic によって発表または大幅に更新された「深層調査」または類似の機能に焦点を当てます。提供されたリサーチ資料に基づき、各社の技術、ビジネス応用、競合との位置づけを分析します。注目すべき点として、「Deep Research」という用語自体が、OpenAI、Google、Microsoft、さらには Perplexity といった複数の主要

プレイヤーによって採用され、業界標準となりつつあることが挙げられます<sup>1</sup>。  
Anthropic は「Research」という名称を使用していますが、同様のカテゴリで競合しています<sup>14</sup>。この用語の共有は、市場が単純な Q&A を超えた高度な AI 機能セットとしてこの概念を認識し、顧客が理解し比較できる共通基盤が形成されつつあることを示唆しています。

### 3. 深層調査機能のローンチ（2025 年 1 月～4 月）：主要プレイヤー分析

#### 3.1 OpenAI: ChatGPT Deep Research (o3 搭載)

- **発表と展開:** 2025 年 2 月 2 日に発表され、当初は月額\$200 の Pro ユーザー向けに提供されました。その後、2 月 25 日までに Plus（月額\$20）、Team（月額\$25-30/ユーザー）、Edu、Enterprise の各層に拡大されました<sup>1</sup>。英国、スイス、欧州経済領域（EEA）でも利用可能になりました<sup>1</sup>。
- **コア機能:** 複雑なタスクを 5 分から 30 分で実行する自律的なマルチステップ調査エージェントです。推論を活用してウェブ上のテキスト、画像、PDF を検索、解釈、分析します。発見した情報に基づいて戦略を転換することも可能です。明確な引用と推論の要約を含む構造化されたレポートを生成します<sup>1</sup>。ユーザーがアップロードした文書も処理できます<sup>9</sup>。
- **技術基盤:** 近日公開予定の OpenAI 「o3」モデルのバージョンを搭載しており、ウェブブラウジングとデータ分析に最適化されています。推論モデルである o1 と同様の強化学習手法を用いて訓練されました<sup>1</sup>。新規の研究を生み出す能力を持つ AGI（汎用人工知能）への重要な一歩として位置づけられています<sup>1</sup>。Humanity's Last Exam ベンチマークで 26.6%のスコアを達成し、GPT-4o の 3.3%を大幅に上回りました<sup>8</sup>。
- **提供形態:** ChatGPT インターフェース（Plus、Pro、Team、Enterprise）内に専用ボタンまたはモードとして統合されています<sup>1</sup>。
- **考察:** OpenAI のローンチは、一部には競争激化（特に中国の DeepSeek など）に動機づけられており<sup>13</sup>、調査プロセスの「自律性」と「深さ」を強調しています。人間レベルのアナリストの代替となり得る能力をアピールすることで、当初の高価格帯での提供とクエリ制限（後に緩和）を正当化する戦略をとっています<sup>9</sup>。人間が数時間かかるタスクを数分で完了できる点を強調し<sup>1</sup>、「自律型リサーチエージェント」<sup>26</sup>や「パーソナルリサーチアナリスト」<sup>8</sup>と表現しています。基盤となる o3 モデルを AGI へのステップと位置づけ<sup>1</sup>、当初のアクセスを最高額の Pro プラン（月額\$200）に限定し、クエリ制限を設けたことは<sup>9</sup>、計算コストの高さと高価値なユースケースへの集中を示唆しており、プレミアムで高性能な自律ツールとし

での位置づけを強化する戦略がうかがえます。

### 3.2 Google: Gemini Deep Research (Gemini 1.5/2.5 Pro 活用)

- **発表と展開:** Gemini Advanced (Google One AI Premium 経由で月額\$19.99) に Deep Research を統合し、Gemini 2.5 Pro Experimental へのアクセスを提供するアップデートが 2025 年 4 月頃に発表されました<sup>16</sup>。この機能自体は 2024 年末に初めて言及されていました<sup>2</sup>。当初はウェブ版 (英語) で利用可能となり、モバイルアプリや Workspace アカウントへの展開は 2025 年初頭に計画されています<sup>2</sup>。
- **コア機能:** マルチステップの調査計画を作成し、ユーザーはこれを修正・承認できます。ウェブ情報を反復的に分析し (「人間がブラウジングするように」)、発見に基づいて検索を洗練させます。引用元リンク付きの包括的で整理されたレポートを生成し、Google ドキュメントにエクスポート可能です<sup>2</sup>。レポートや文書に基づいてポッドキャスト風の要約を生成する「Audio Overviews」機能も含まれます<sup>46</sup>。
- **技術基盤:** Google の検索に関する専門知識、Gemini モデルの高度な推論能力 (当初は 100 万トークンのコンテキストウィンドウを持つ 1.5 Pro、後に業界ベンチマークで最高性能とされる 2.5 Pro Experimental によって強化) を活用しています<sup>2</sup>。エージェントシステムがブラウジングと調査を指示します<sup>2</sup>。
- **提供形態:** Gemini Advanced 内でモデル選択ドロップダウン (「Gemini 1.5 Pro with Deep Research」または「Gemini 2.5 Pro Experimental」) と「Deep Research」のタップを通じて統合されています<sup>2</sup>。Workspace (ドキュメントエクスポート、将来のアクセス) および NotebookLM (共通技術、教育向けコアサービス指定) との強力な統合が特徴です<sup>2</sup>。
- **考察:** Google は、ユーザーコントロール (計画承認) とエコシステム統合 (Workspace、NotebookLM、Audio Overviews) を重視しています。自社の検索における優位性と既存の生産性スイートを活用し、Google 環境内でシームレスな調査ワークフローを構築する戦略です<sup>2</sup>。ユーザーが調査計画を修正・承認できる点を明確に打ち出し<sup>2</sup>、Google ドキュメント (エクスポート)、Workspace (将来のアクセス)、NotebookLM (共通技術、コアサービス指定) との強い連携を強調しています<sup>2</sup>。Audio Overviews 機能は NotebookLM の技術を活用し、Deep Research レポートにも適用されます<sup>46</sup>。このユーザー入力の重視と既存ツールとの緊密な統合は、研究者の自律的な代替にのみ焦点を当てるのではなく、確立されたエコシステム内での生産性向上を中心とした戦略を示唆しています。

### 3.3 Microsoft: Copilot 機能強化 (Deep Research 機能、Researcher & Analyst エー

ジェント)

- **発表と展開:** 一般消費者向け Copilot の「Deep Research」機能は、2025 年 4 月 4 日の創立 50 周年記念イベントで発表されました<sup>20</sup>。Microsoft 365 Copilot 向けの「Researcher」および「Analyst」エージェントは 2025 年 3 月 25 日に発表され、M365 Copilot ライセンス保有者向けの早期アクセスプログラム「Frontier」を通じて 2025 年 4 月から展開が開始されました<sup>3</sup>。
- **コア機能:**
  - **Copilot Deep Research:** 一般消費者またはプロシューマー向けと思われ、オンラインおよびオフラインのソースを使用して複雑なマルチステップタスクを完了します<sup>20</sup>。エンタープライズ向けエージェントほど詳細は明確ではありません。
  - **Researcher エージェント (M365):** 複雑な「業務」調査に取り組みます。M365 データ（メール、会議、ファイル、チャットなど、Graph 経由）およびウェブへの安全なアクセスを通じて膨大な情報を分析します<sup>3</sup>。構造化された多段階プロセス（計画、反復、統合）を使用します。コネクタを介してサードパーティデータ（Salesforce、ServiceNow など）と統合したり、他のエージェント（例：Sales Agent）と連携したりできます<sup>12</sup>。引用付きレポートを提供します<sup>24</sup>。
  - **Analyst エージェント (M365):** 業務における高度な「データ分析」に最適化されています。思考連鎖（Chain-of-Thought）推論と Python コード実行を使用します。生データ（Excel、CSV など）を洞察、視覚化、予測に変換します<sup>4</sup>。ユーザーは実行されたコードを表示・検証できます<sup>49</sup>。
- **技術基盤:** Researcher は、OpenAI の「深層調査モデル」（おそらく o3）と M365 Copilot のオーケストレーションおよびディープサーチ/Graph 機能を組み合わせています<sup>3</sup>。Analyst は、OpenAI の「o3-mini」推論モデルを使用し、分析タスク用に事後学習され、強化学習を採用しています<sup>4</sup>。両者ともエージェントフレームワークと推論を活用しています<sup>3</sup>。
- **提供形態:** Deep Research は一般消費者向け Copilot/Bing に統合されています<sup>20</sup>。Researcher および Analyst は、ライセンスを持つユーザー向けに M365 Copilot Chat に統合されています<sup>3</sup>。M365 Copilot ライセンス（月額\$30/ユーザー）が必要です<sup>4</sup>。
- **考察:** Microsoft の戦略は二元的です。広範な Copilot ユーザー向けの一般的な「Deep Research」機能と、M365 に緊密に統合され、企業のデータにアクセス可能な高度に専門化された「Researcher」および「Analyst」エージェントを提供しています。これにより、自社のエコシステム内で特定の高価値なビジネスロールとワークフローの自動化を目指しています<sup>3</sup>。これは、同社のエンタープライズ市場

における支配力を活用した戦略です。Microsoft は消費者向けの「Deep Research」機能<sup>20</sup>と、M365 Copilot 向けの企業中心の「Researcher」および「Analyst」エージェント<sup>3</sup>を別々に発表しました。後者のエージェントは、M365 内の企業データ（メール、ファイル、チャットなど Graph 経由）にアクセスし推論するよう明示的に設計されており、サードパーティシステムとも統合可能です<sup>3</sup>。これらのエージェントは特定の専門職（研究者、データアナリスト）をターゲットにしています<sup>3</sup>。アクセスには M365 Copilot ライセンスが必要であり、既存の企業向けサブスクリプションモデルに組み込まれています<sup>4</sup>。この二重のアプローチは、異なる市場セグメントに対応しつつ、中核となる企業プラットフォーム（M365）内での深い統合と役割特化型の自動化を優先する戦略を示しています。

### 3.4 Anthropic: Claude Research & Google Workspace 統合

- **発表と展開:** 「Research」ツールと Google Workspace 統合は 2025 年 4 月 15 日に発表されました<sup>14</sup>。Research は、Max（月額\$100-200）、Team（月額\$25-30/ユーザー）、Enterprise プランのユーザー向けに、米国、日本、ブラジルでベータ版として展開開始されました<sup>14</sup>。Workspace 統合は、Max、Team、Enterprise、Pro（月額\$20）の加入者向けにベータ版として提供されます<sup>54</sup>。また、2025 年 2 月には「Compass」という研究ツールが開発中であると言及されていました<sup>55</sup>。
- **コア機能:** 「Research」ツールは、エージェント的に複数の検索（内部データ+公開ウェブ）を実行し、発見に基づいて調査を進め、自動的に角度を変えて探求します。引用付きの回答を組み立てます<sup>14</sup>。Google Workspace 統合により、Claude は Gmail、カレンダー、ドキュメントからの情報にアクセスし、組み込むことができます<sup>14</sup>。Enterprise プランの「Cataloging」機能は、Workspace ファイルをインデックス化し、より効果的な情報検索を可能にします<sup>14</sup>。開発中の「Compass」は、多様なソースからの情報を横断・統合するツールとして説明されています<sup>55</sup>。
- **技術基盤:** 「Research」に使用される特定のモデル名は明らかにされていませんが、Claude の既存のウェブ検索機能を活用しています<sup>54</sup>。エージェント的な動作が強調されています<sup>14</sup>。「Compass」の詳細は不明です<sup>55</sup>。速度と網羅性の「最適なトレードオフ」に焦点を当てており、通常 1 分未満で実行されます<sup>54</sup>。
- **提供形態:** 対象プランのユーザー向けに Claude インターフェースに統合されています<sup>14</sup>。Google Workspace 統合には、ユーザーの許可または管理者の有効化が必要です<sup>14</sup>。
- **考察:** Anthropic は、「Research」のような企業向け機能と、重要な統合（まずは Google Workspace から）を迅速に追加することで、職場生産性分野における

Claude の競争力を高めようとしています。ユーザーの既存データエコシステムに接続することで、OpenAI や Google に直接対抗しています<sup>14</sup>。当初は、深く時間のかかる分析だけに焦点を当てるのではなく、実用的な統合と速度を重視しているように見えます<sup>54</sup>。Anthropic は「Research」と Google Workspace 統合を同時に発表しました<sup>14</sup>。この統合により、Claude はユーザーのメール、カレンダー、ドキュメントといった主要な企業データソースにアクセスできるようになります<sup>14</sup>。これは、Google Gemini (ネイティブな Workspace アクセス) や Microsoft Copilot (M365 アクセス) と比較した場合の主要な機能ギャップに対処するものです。「Research」機能は、OpenAI/Google の深層調査に対抗するものとして位置づけられています。より迅速な応答時間 (1 分未満) を強調しています<sup>14</sup>。これは、データ統合を通じて既存の企業ワークフロー内での Claude の有用性を高め、初期の提供として、より迅速で、おそらくはそれほど網羅的ではない調査機能を提供することに焦点を当てた戦略を示唆しています。

## 4. 比較分析：技術、機能、提供形態

### 4.1 基盤となる AI モデルとアーキテクチャ

- **推論モデル:** これらの高度な機能の基盤として、「推論」モデル (OpenAI o3、o1-pro; Google Gemini 1.5/2.5 Pro; Anthropic Claude 3.x/3.7; Microsoft は OpenAI の o3/o3-mini を活用) が重視されています<sup>1</sup>。思考連鎖 (Chain-of-Thought, CoT) のような技術が、複数ステップの問題解決を可能にしています<sup>5</sup>。
- **エージェントフレームワーク:** 自律的に計画を立て、ツール (ブラウジング、コード実行) を使用し、反復処理を行う AI エージェントの概念が重要です<sup>1</sup>。Microsoft は「Researcher」および「Analyst」エージェントを明確に打ち出しています<sup>3</sup>。
- **検索拡張生成 (RAG):** 特にエンタープライズ用途において、応答を特定の最新の内部または外部データソースに基づいて生成し、精度と関連性を向上させ、ハルシネーション (幻覚) を軽減するための RAG の重要性が高まっています<sup>10</sup>。これは、エンタープライズデータ統合機能 (M365 Graph、Google Workspace コネクタ) と密接に関連しています。
- **コンテキストウィンドウ:** コンテキストウィンドウのサイズ (例: Gemini 1.5/2.5 Pro の 100 万~200 万トークン、OpenAI o3 の 20 万トークン) を比較し、大規模な文書や長い調査スレッドの処理能力への影響を考察します<sup>2</sup>。
- **考察:** 各社とも「深層調査」ツールを構築していますが、技術的な重点は異なります。OpenAI はコアとなる推論モデル (o3) の能力を強調しています。Google は巨大なコンテキストウィンドウと検索統合をアピールしています。Microsoft はエ

エージェントフレームワークとエンタープライズグラフ統合を重視しています。Anthropic は速度と統合に焦点を当てています。OpenAI の資料は o3 モデルの能力とその人間レベルの研究パフォーマンス達成における役割に重点を置いています<sup>1</sup>。Google は Gemini 1.5 Pro の 100 万トークンコンテキストウィンドウと検索の専門知識を Deep Research の主要な実現要因として繰り返し言及しています<sup>2</sup>。Microsoft は自社の機能を「Researcher Agent」「Analyst Agent」と明示的に命名し、M365 データとの Graph 経由での統合を詳述しています<sup>3</sup>。Anthropic は自社の「Research」機能を速度と網羅性の「最適なトレードオフ」を提供すると位置づけ、Workspace 統合と同時に発表しました<sup>4</sup>。これらの異なる強調点は、競争上の差別化を図るために活用されている異なる戦略的優先順位と技術的強みを明らかにしています。

## 4.2 コア機能比較

- **調査プロセス:** 自律性のレベルとユーザーコントロールの度合い（例：Google の計画承認 vs OpenAI のより自律的なアプローチ）を比較します<sup>2</sup>。反復的な洗練能力について議論します<sup>1</sup>。
- **データソース:** ウェブデータ、ユーザーアップロードファイル（PDF、画像、文書）、統合されたエンタープライズデータ（M365、Workspace）へのアクセス能力を比較対照します<sup>1</sup>。
- **統合と出力:** 生成されるレポートの構造と品質（例：Google のフォーマルな構造 vs ChatGPT の太字の洞察）、引用の包含、エクスポートオプション（Google ドキュメント）を比較します<sup>1</sup>。Google 独自の Audio Overviews についても言及します<sup>46</sup>。
- **速度 vs 深さ:** OpenAI がより深い調査のために時間がかかる可能性（5～30 分）がある一方、Anthropic はより速い結果（1分未満）を目指しているというトレードオフを認識します<sup>1</sup>。
- **精度と信頼性:** 標準モデルと比較して精度が向上し、ハルシネーションが減少したという主張について議論しますが、同時に認識されている限界と引用による検証の重要性も指摘します<sup>1</sup>。相反する情報源を強調する Google のアプローチにも注目します<sup>60</sup>。
- **考察:** 設計上の選択は異なる哲学を反映しています。OpenAI は強力で自律的なアナリスト代替を目指しています。Google は統合されたユーザー主導のワークフロー強化に焦点を当てています。Microsoft は自社のエンタープライズスイート向けに特化した役割ベースのエージェントを構築しています。Anthropic は迅速な統合と実用的な速度を優先しています。OpenAI のプロセスは高度に自律的であると説明されています<sup>1</sup>。Google は調査計画にユーザーレビューのステップを明示的に

含んでいます<sup>2</sup>。Microsoft は M365 データ/役割に結びついた「Research」と「Analysis」のための個別のエージェントを作成しています<sup>3</sup>。Anthropic は速度（1分未満）を強調し、Workspace 統合とともに発表しました<sup>14</sup>。ユーザーインタラクション、統合、専門化、速度/深さのトレードオフに対するこれらの異なるアプローチは、より広範な深層調査市場における異なるユーザーニーズや好みを捉えることを目的とした、明確に異なる製品哲学を示しています。

### 4.3 統合戦略

- **エコシステム戦略:** Google（Workspace、NotebookLM、検索）と Microsoft（M365、Graph、Azure AI、Copilot Studio）が、深い統合とデータアクセスのために既存のプラットフォームをどのように活用しているかを分析します<sup>2</sup>。
- **プラットフォーム統合:** OpenAI が ChatGPT の各層内に、Anthropic が Claude の各層内に Deep Research を統合し、ユーザーがそれぞれのプラットフォーム上にいる必要があることを議論します<sup>1</sup>。
- **サードパーティ統合:** Microsoft と Anthropic が外部システム（Salesforce、ServiceNow、Google Workspace）に接続する動きに注目します<sup>12</sup>。
- **API アクセス:** これらの機能を支えるコアモデル（例：o3、Gemini Pro）はしばしば API 経由で利用可能であり、開発者がカスタムリサーチソリューションを構築できることを言及します。ただし、特定の「Deep Research」エージェントロジックが直接公開されているとは限りません<sup>5</sup>。Microsoft Copilot Studio ではカスタムエージェントの構築が可能です<sup>3</sup>。
- **考察:** 統合戦略は主要な競争領域です。Google と Microsoft は、確立されたエンタープライズエコシステムにより大きな利点を持っています。一方、OpenAI と Anthropic は、パートナーシップ（Anthropic/Google Workspace など）を追求するか、スタンドアロンプラットフォーム/API の強みに依存する必要があります。Google と Microsoft は、既存の生産性スイート（Workspace、M365）との統合を強力に推進しています<sup>2</sup>。これにより、文脈に応じた調査に不可欠な膨大な量のユーザー/企業データへの即時アクセスが可能になります<sup>22</sup>。OpenAI と Anthropic には、このような深く組み込まれたエンタープライズスイートがないため、Anthropic の Google Workspace との統合のような連携は、企業環境で効果的に競争するために戦略的に重要です<sup>14</sup>。これは、職場での高度な AI 調査ツールの展開競争において、既存のエコシステムの優位性がもたらす競争上の利点を浮き彫りにしています。

表 1：深層調査ツールの機能比較

機能項目	OpenAI ChatGPT Deep Research (o3)	Google Gemini Deep Research (1.5/2.5 Pro)	Microsoft Copilot (Researcher/Analyst Agents)	Anthropic Claude Research
発表/展開時期	2025 年 2 月 <sup>1</sup>	2025 年 4 月頃 (機能自体は 2024 年末言及) <sup>2</sup>	Deep Research: 2025 年 4 月, Agents: 2025 年 3 月発表/4 月展開 <sup>3</sup>	2025 年 4 月 <sup>14</sup>
基盤モデル	o3 (推論特化) <sup>1</sup>	Gemini 1.5 Pro → 2.5 Pro (大規模コンテキスト, 推論) <sup>2</sup>	Researcher: OpenAI Deep Research Model + M365, Analyst: o3-mini (分析特化) <sup>3</sup>	Claude 3.x (モデル名非特定), ウェブ検索活用 <sup>54</sup>
コア機能	自律的マルチステップ調査、ウェブ/PDF/画像分析、引用付きレポート <sup>1</sup>	ユーザー承認型計画、反復的ウェブ分析、Google Docs エクスポート、Audio Overviews <sup>2</sup>	Researcher: M365 データ+ウェブ調査, Analyst: M365 データ分析+コード実行 <sup>3</sup>	エージェント的マルチ検索 (内部+ウェブ)、引用付き回答、Workspace 統合 <sup>14</sup>
データソース	ウェブ、ユーザーアップロード (PDF, 画像等) <sup>1</sup>	ウェブ、(将来的に) Workspace <sup>2</sup>	M365 データ (Graph 経由)、ウェブ、サードパーティコネクタ <sup>3</sup>	ウェブ、(統合により) Google Workspace データ <sup>14</sup>
ユーザーコントロール	低 (自律性重視) <sup>26</sup>	中 (計画の修正・承認) <sup>2</sup>	中～高 (エージェント選択、プロンプト)	中 (プロンプト)
速度 vs 深さ	深さ重視 (5-30)	バランス型 (数)	タスクによる	速度重視 (<1 分)

	分) <sup>1</sup>	分) <sup>2</sup>	(調査 vs 分析)	54
提供形態	ChatGPT 有料プラン統合 <sup>1</sup>	Gemini Advanced (Google One AI Premium) <sup>2</sup>	Consumer Copilot / M365 Copilot ライセンス <sup>4</sup>	Claude 有料プラン統合 <sup>14</sup>
主な差別化要因	モデル性能、自律性、研究深度 <sup>1</sup>	検索連携、コンテキスト長、Workspace 統合、Audio Overviews <sup>2</sup>	M365 データ統合、専門エージェント、セキュリティ <sup>3</sup>	速度、Workspace 統合、柔軟なプラン <sup>14</sup>

## 5. ビジネス応用とエンタープライズ導入

### 5.1 業界別ユースケースのマッピング

深層調査ツールは、特定の業界に限定されず、知識集約型の業務が存在するほぼ全ての分野で応用可能性を持っています。

- **金融:** 市場トレンド分析、投資リサーチ、リスク評価、財務分析、コンプライアンス状況の追跡などに活用できます<sup>5</sup>。
- **マーケティング・営業:** 競合分析、市場調査、トレンド発見、キャンペーン企画、顧客インサイト抽出、コンテンツ作成支援、リードの質評価（Microsoft Sales Agent 連携など）に利用可能です<sup>2</sup>。
- **研究開発・科学・工学:** 文献レビューの自動化、研究論文の分析、仮説生成支援、データ解析、パターン発見、技術的な問題解決のサポートが期待されます<sup>1</sup>。
- **法務・政策:** 規制変更の追跡、法的リサーチ、判例要約、政策分析などに役立ちます<sup>1</sup>。
- **コンサルティング・戦略:** 業界分析、市場参入戦略の策定、競合ベンチマーキング、SWOT 分析などを効率化します<sup>3</sup>。
- **一般ビジネス・ナレッジワーク:** 社内ナレッジ検索（企業データ横断検索）、デューデリジェンス（PE による企業買収など）、レポート作成、議事録要約、プロジェクト管理支援といった幅広い用途があります<sup>10</sup>。
- **教育:** 学生や教育者の研究支援、教材作成（Google Classroom での単語リストやクイズ生成など）に貢献します<sup>1</sup>。
- **消費者:** 複雑な購入（自動車、家電など）に関するパーソナライズされた推奨、旅行計画、製品比較などに活用できます<sup>1</sup>。

これらの多様なユースケースは、深層調査ツールが単なるニッチな技術ではなく、知識集約型業務全般にわたる生産性向上と意思決定支援を目指す水平的な技術として位置づけられていることを示しています。その中核となる能力、すなわち調査と分析の自動化は、多くの専門職にとって基本的な要素であり、提供各社が様々な専門家（アナリスト、マーケター、研究者、学生、消費者）をターゲットとした多様な例を提示していることから<sup>1</sup>、これらのツールを経済全体にわたる基本的な生産性向上ツールとして位置づける戦略が見て取れます。

## 5.2 導入事例と実装例

2025 年第 1 四半期に発表された最新の深層調査機能に関する具体的な導入事例はまだ限定的ですが、関連する AI 調査・分析ツールの先行事例からは、その潜在的な効果をうかがい知ることができます。

- **コンサルティング:** Bain & Company は、OpenAI の Deep Research を活用し、業界分析にかかる時間を数日から数時間に短縮したと報告されています<sup>11</sup>。
- **金融:** Deutsche Bank のテストでは、OpenAI Deep Research が米国の鉄鋼関税に関する詳細レポートを 8 分で作成したとされます<sup>11</sup>。また、ある投資管理会社は、AI ツールを導入してコンプライアンス調査時間を 75%削減しました<sup>29</sup>。OpenAI や Perplexity も金融分析でのユースケースを強調しています<sup>5</sup>。
- **製造業:** あるグローバル自動車部品サプライヤーは、AI 調査ツールを導入し、レポート作成時間を 85%短縮、コストを 70%削減しました<sup>29</sup>。
- **SaaS:** ある SaaS 企業は、AI による自動競合追跡を導入し、リアルタイムの更新と調査時間の 90%削減を実現しました<sup>29</sup>。
- **消費財:** PepsiCo は、AI を活用して「完璧なチートス」の特性を発見し、市場浸透率を 15%向上させたとされます（これは広範な AI 活用例ですが、インサイト生成に関連）<sup>67</sup>。
- **E コマース:** Wayfair は、顧客の視覚化支援に生成 AI を使用し、17 万 5 千件以上の部屋デザインを生成しました（これも広範な AI 活用例）<sup>67</sup>。
- **イベント業界:** イベント代理店、フリーランスマネージャー、会場などが、Perplexity、NotebookLM、OpenAI Deep Research といったツールを提案書作成、サステナビリティ調査、社内ナレッジ検索、SWOT 分析などに活用する例が挙げられています<sup>65</sup>。
- **中小企業/プライベートエクイティ:** OpenAI Deep Research をデューデリジェンスや市場分析に活用する潜在的なユースケースが指摘されています<sup>27</sup>。
- **一般企業:** 企業の 85%がナレッジディスカバリーやコンテンツ作成のために LLM を調査・導入しているとの調査結果があります<sup>33</sup>。Fortune 500 企業の 73%が AI 調査ツールを使用しているとの報告もあります<sup>29</sup>。Salesforce が Agentforce に

Google Gemini を統合する動きも見られます<sup>68</sup>。Hyland 社はエンタープライズユーザー製品「Knowledge Discovery」を提供しています<sup>23</sup>。

これらの事例は、最新の深層調査機能に先行する AI ツールが、既に様々な分野でコスト削減、時間短縮、迅速なインサイト獲得といった具体的な ROI（投資対効果）を示していることを示唆しています<sup>11</sup>。Bain や Deutsche Bank のような著名企業が OpenAI の Deep Research をテスト・利用していること<sup>11</sup>、一般的な調査で企業における AI ナレッジタスクへの関心と導入率が高いこと<sup>29</sup>を踏まえると、これらの新しい、より高性能なツールに対する企業の関心と導入は、先行する AI リサーチソリューションの実証された価値に基づいて、急速に進む可能性が高いと考えられます。

### 5.3 ターゲットユーザー層と価値提案

- **主要ターゲット:** 金融、科学、政策、工学、法務、マーケティング、コンサルティング、学術、ジャーナリズム、事業戦略などの分野におけるナレッジワーカーが主な対象です<sup>1</sup>。大規模な調査、分析、レポート作成を伴う役割が中心となります。
- **二次的ターゲット:** 複雑な購買を行う目の肥えた消費者<sup>1</sup>、学生<sup>8</sup>、開発者（コーディング支援機能がしばしばバンドルまたは関連しているため）<sup>8</sup>なども含まれます。
- **価値提案:** 調査時間の大幅な短縮（数時間/数日から数分へ）、効率性の向上、より深い/ニッチな洞察の発見、精度の向上（ただし注意点あり）、複雑な情報の統合、引用付きの構造化された出力の提供、人間の専門知識の増強などが挙げられます<sup>1</sup>。
- **考察:** 中核となる価値提案は、一部のマーケティング表現にもかかわらず、完全な代替ではなく、人間のナレッジワークを増強し加速することにあります。専門家がより高次の分析や意思決定に集中できるよう、時間を解放することに重点が置かれています<sup>12</sup>。多くの情報源が時間節約と効率向上を強調しており<sup>1</sup>、ユースケースは現在熟練した専門家（アナリスト、研究者、マーケター）が行っているタスクに焦点を当てています<sup>1</sup>。事例研究では、AI が人間の能力を高めたり、より価値の高いタスクに集中できるようにしたりすることがしばしば言及されています<sup>12</sup>。認識されている限界（精度、文脈）は、人間の監視と検証が依然として不可欠であることを意味します<sup>23</sup>。したがって、最も現実的かつ当面の価値提案は、知識労働者の完全な自動化ではなく、人間の増強と効率化であり、専門家がより多くのことをより速く行えるようにすることです。

#### 表 2：ビジネスユースケースと導入例

業界/分野	ユースケース例	導入/テスト例 (企業名/状況)	引用例
コンサルティング	業界分析、市場参入戦略、競合ベンチマーク	Bain & Company (OpenAI Deep Research)	11
金融	市場トレンド分析、投資リサーチ、リスク評価、コンプライアンス調査	Deutsche Bank (OpenAI Deep Research テスト)、投資管理会社 (AI ツール導入)	8
製造業	市場調査、競合分析	グローバル自動車部品サプライヤー (AI ツール導入)	29
SaaS	競合機能分析、製品開発サイクル短縮	SaaS 企業 (自動競合追跡 AI 導入)	29
マーケティング/営業	競合分析、トレンド発見、キャンペーン計画、顧客インサイト	イベント代理店、フリーランスマネージャー (Perplexity, NotebookLM, OpenAI Deep Research)	2
研究開発/科学	文献レビュー、論文分析、仮説生成	-	8
法務/政策	規制変更追跡、法的リサーチ	-	8
一般企業/ナレッジワーク	社内ナレッジ検索、デューデリジェンス、レポート作成	Salesforce (Google Gemini 統合)、Hyland Knowledge Discovery、PE/SMB (OpenAI Deep	10

		Research 検討)	
教育	研究支援、教材作成	Google Classroom (Gemini 連携)	8
消費者	複雑な購買推奨、旅行計画	-	8

## 6. 商業モデルと競争ポジショニング

### 6.1 価格帯と収益戦略の分析

- **プレミアムサブスクリプションモデル:** 深層調査機能へのアクセスは、一貫して有料プラン（OpenAI Plus/Pro/Team/Enterprise、Google One AI Premium 経由の Gemini Advanced、Anthropic Pro/Max/Team/Enterprise、Microsoft 365 Copilot ライセンス）に紐付けられています<sup>1</sup>。
- **段階的価格設定:** 利用制限（例：OpenAI Pro の 120 クエリ vs Plus/Team の 10 クエリ、Anthropic Max 5x vs 20x）、最新モデルへのアクセス、コンテキストウィンドウサイズ、コラボレーション機能、管理コントロールなどに基づいて、複数の価格帯が存在します<sup>9</sup>。
- **エンタープライズ重視:** カスタム価格設定、より高い利用制限、強化されたセキュリティ（SOC2、SSO、SCIM）、管理コンソール、優先サポート/アクセスなどを備えた専用の Enterprise プランが提供されています<sup>9</sup>。Microsoft のエージェントには M365 Copilot ライセンス（基本月額\$30/ユーザー）が必要です<sup>4</sup>。Anthropic の Team プランは月額\$25-30/ユーザーです<sup>73</sup>。OpenAI Team も同様（月額\$25-30/ユーザー）<sup>69</sup>で、Enterprise はより高額（月額\$60/ユーザーとの報告あり）<sup>15</sup>と推測されます。Google Workspace 向け Gemini Enterprise は月額\$30/ユーザーです<sup>15</sup>。
- **計算集約性:** 深層調査の高い計算コストが、無料アクセスの制限や低価格帯プランでのクエリ制限の理由として認識されています<sup>9</sup>。
- **考察:** 深層調査は、主に生産性向上と洞察獲得のために継続的な料金を支払う意思のある企業や専門家をターゲットとした、プレミアムで高価値な機能として収益化されています。価格構造（チーム/プロシューマー向け月額\$20-30/ユーザー、エンタープライズ/パワーユーザー向けはそれ以上）は、競合他社間で比較的一貫性が見られ始めています<sup>15</sup>。アクセスは一貫して全主要プロバイダーで有料プランの背後にゲートされており<sup>4</sup>、価格帯はしばしば、より高いコストをこれらの特定の高度な機能へのアクセス増加や利用制限の緩和と明示的に結びつけています<sup>9</sup>。エ

エンタープライズプランは、カスタム（おそらくより高価な）価格設定で強化された機能とセキュリティを提供しています<sup>15</sup>。月額約\$30/ユーザーという価格帯は、Microsoft、Google、Anthropic、OpenAI のチーム/ビジネス層で共通しているようです<sup>15</sup>。これは、高度な調査機能をプレミアムサブスクリプション収益の核となる推進力として位置づける明確な戦略を示しており、ビジネスセグメントにおける価格の収束が見られます。

## 6.2 差別化戦略と主張される戦略的優位性

- **OpenAI:** モデルの優位性（o3 推論、ベンチマーク性能）、調査の深さ、自律性、新たな洞察の可能性に焦点を当てています<sup>1</sup>。
- **Google:** 検索の専門知識、巨大なコンテキストウィンドウ（Gemini 1.5/2.5 Pro）、緊密な Workspace 統合（Docs、NotebookLM）、ユーザーコントロール（計画承認）、独自機能（Audio Overviews）を活用しています<sup>2</sup>。
- **Microsoft:** エンタープライズデータとの深い統合（M365 Graph）、専門的なエージェントロール（Researcher、Analyst）、M365 エコシステム内のセキュリティ/コンプライアンス、自社プラットフォーム内での OpenAI モデルの活用を強調しています<sup>3</sup>。
- **Anthropic:** 安全性と信頼性（企業理念）、実用的な統合（Google Workspace コネクタ）、速度/効率のトレードオフ、柔軟な Max プランの利用階層を強調しています<sup>14</sup>。
- **その他プレイヤー (例: Perplexity):** 特定のニッチ（Perplexity の対話型検索インターフェース、引用重視）に焦点を当てるか、潜在的により深さの少ない無料/低コストの代替案を提供することが多いです<sup>10</sup>。
- **考察:** 差別化は、コアモデルの能力、統合の深さ、データアクセス（ウェブ vs エンタープライズ）、ユーザーエクスペリエンス/コントロール、速度 vs 深さ、専門機能といった複数の軸で行われています。エコシステムプレイヤー（Google、Microsoft）は統合を強調し、AI ネイティブ企業（OpenAI、Anthropic）はモデルの能力と独自機能を推進しています。各プロバイダーは、発表や製品説明で異なる強みを強調しています（例：OpenAI の o3 モデル、Google のコンテキストウィンドウ/Workspace、Microsoft の M365 エージェント、Anthropic の速度/統合）。これらの強調された機能は、各社の広範な戦略（例：Google/Microsoft の既存エコシステムの活用、OpenAI/Anthropic の AI フロンティアの推進）と一致しています。この比較は、潜在的に異なるユーザーニーズや企業環境をターゲットとした、明確に異なる価値提案を明らかにしています。この多面的な差別化は、プレイヤーが独自の資産と技術的アプローチに基づいてニッチを切り開いているダイナミックな市場を示しています。

### 6.3 市場ポジショニングと競争ダイナミクス

- **激しい競争:** 相次ぐローンチは、特に OpenAI、Google、Microsoft、Anthropic 間の熾烈な競争を示しています。中国の DeepSeek のようなプレイヤーからのプレッシャーも指摘されています<sup>8</sup>。
- **開発競争:** 優位性を得るために、ますます高性能なモデル (o3、Gemini 2.5 Pro、Claude 3.x) と機能 (Deep Research、Agents) をリリースすることに焦点が当てられています<sup>2</sup>。
- **エンタープライズ主戦場:** エンタープライズ市場が主要な焦点であり、既存のワークフロー (M365、Workspace) への統合が重要視されています<sup>3</sup>。
- **機能の追いかっけっこ:** 各社は互いの機能を迅速に模倣したり、上回ったりしているように見えます (例: Anthropic Research が OpenAI Deep Research に対応)<sup>14</sup>。
- **考察:** 深層調査機能市場は非常にダイナミックで競争が激しい状況です。リーダーシップは流動的であり、競争優位性は、モデル性能、統合戦略、イノベーションの速度、そしてセキュリティや信頼性といったエンタープライズニーズへの対応力の組み合わせに依存する可能性が高いです。複数の競合他社が短期間 (2025 年第 1 四半期) に類似の高度な機能を発表しました。競争圧力に関する明示的な言及も存在します<sup>13</sup>。エンタープライズ統合と特定のビジネスユースケースへの焦点は、職場での支配権をめぐる戦いを示しています<sup>3</sup>。迅速なモデル更新 (Gemini 1.5-> 2.5 Pro、OpenAI o シリーズ) が機能競争を煽っています<sup>1</sup>。これらの要因が組み合わさることで、プレイヤーが技術的および市場でのリーダーシップを積極的に争っている、急速に進化する競争の激しい市場セグメントの状況が描かれています。

表 3 : 価格とプラン比較 (2025 年 4 月時点、主な公開情報に基づく)

プロバイダー	プラン	価格 (月額/ユーザー)	Deep Research アクセス	主な特徴/制限	引用例
OpenAI	Plus	\$20	あり (制限あり: 10 クエリ/月)	GPT-4o (5x Free), GPT-4 (標準), 32K コンテキスト	9
	Team	\$25 (年払い)	あり (制限あり)	Plus + 共有ワ	9

		/ \$30 (月払い)	り: 10 クエリ/月)	ークスペース, 管理コンソール, 32K コンテキスト	
	Pro	\$200	あり (制限あり: 120 クエリ/月)	GPT-4o/GPT-4 (無制限*), 128K コンテキスト	9
	Enterprise	要問合せ (~\$60 との報告あり)	あり (拡張アクセス)	Team + SSO, SCIM, 高度なセキュリティ, 128K コンテキスト, API クレジット	9
<b>Google</b>	Gemini Advanced (Google One AI Premium)	\$19.99 (全体プラン)	あり (Gemini 1.5/2.5 Pro 経由)	最新モデルアクセス (2.5 Pro), 1M トークンコンテキスト, Workspace 統合 (一部), 2TB ストレージ	2
	Gemini Enterprise (Workspace Add-on)	\$30 (年契約)	Workspace 経由での高度な機能	エンタープライズ向け管理・セキュリティ	15
<b>Microsoft</b>	M365 Copilot	\$30 (要 M365 ライセンス)	あり (Researcher/Analyst Agents 経由)	M365 データ統合, Graph 連携, セキュリティ	4

	Consumer Copilot	無料 / Pro (\$20)	あり (Deep Research 機能)	Pro は優先アクセス、高速化など	20
<b>Anthropic</b>	Pro	\$20	Workspace 統合のみ (Research は対象外)	標準利用量, プロジェクト機能	17
	Max (5x)	\$100	あり (ベータ)	Pro の 5 倍利用量, 早期アクセス, 優先アクセス	14
	Max (20x)	\$200	あり (ベータ)	Pro の 20 倍利用量, 早期アクセス, 優先アクセス	14
	Team	\$25 (年払い) / \$30 (月払い)	あり (ベータ)	共有ワークスペース, 管理機能	14
	Enterprise	要問合せ	あり (ベータ)	Team + 高度なセキュリティ, カスタム利用制限	14

注: 価格や機能は変更される可能性があります。上記は提供された情報に基づく概要です。

## 7. 課題、限界、および将来展望

### 7.1 認識されている限界

これらの強力なツールにもかかわらず、いくつかの重要な限界が存在します。

- **精度とハルシネーション:** 改善は見られるものの、依然として詳細を見逃したり、最新情報に弱かったり、事実を捏造 (ハルシネーション) したり、不正確な推論を

行ったりする可能性があります。これは以前のモデルよりも低い頻度である可能性はありますが、依然として存在します<sup>28</sup>。したがって、人間による検証の必要性は残ります<sup>23</sup>。

- **文脈理解:** AI は、何が本当に重要か、あるいはニュアンスを含んだ文脈を完全に理解していない可能性があります<sup>28</sup>。
- **情報源の信頼性:** 権威ある情報源と信頼性の低い情報源を区別することが困難な場合があります<sup>28</sup>。
- **バイアス:** 訓練データに存在するバイアスを受け継ぐ可能性があります<sup>10</sup>。
- **データの鮮度:** モデルには知識のカットオフ日が存在します（例：o3 は2024年5月、Gemini 2.5 Pro は2025年1月）。ただし、ウェブブラウジング機能により、リアルタイム情報についてはこの点が緩和されます<sup>6</sup>。
- **過度の依存リスク:** ユーザーが批判的思考なしにAIの出力を鵜呑みにし、誤った情報や欠陥のある意思決定につながるリスクがあります<sup>13</sup>。

これらの限界は、現在の深層調査ツールが、専門家による人間の判断や批判的評価に取って代わる完全な代替物ではないことを示唆しています。透明性（引用の提供）と人間による監視が、リスクを軽減するための不可欠な戦略です。OpenAIのような提供者でさえ、ハルシネーションのような限界と検証の必要性を認めています<sup>1</sup>。初期のユーザーテストや分析では、文脈、最新性、事実の捏造に関する問題が指摘されています<sup>28</sup>。LLMの性質上、人間のように物事を「知っている」わけではないため、特定のエラータイプを起こしやすい傾向があります<sup>28</sup>。引用の提供は、人間による検証を可能にする直接的なメカニズムです<sup>1</sup>。したがって、進歩にもかかわらず、これらのツールは慎重な使用を必要とし、神託ではなく検証が必要なアシスタントとして見なされるべきです。

## 7.2 エンタープライズ導入における課題

企業がこれらのツールを導入する際には、いくつかの重要な課題に直面します。

- **コスト:** サブスクリプション料金（特に大規模チーム/エンタープライズ層）、APIコスト（カスタムソリューション構築の場合）、高い計算要件などが挙げられます<sup>9</sup>。ROIの慎重な計算が必要です<sup>29</sup>。
- **セキュリティとプライバシー:** AIがアクセスする機密性の高い企業データ（特にRAG/コネクタ経由）の保護、コンプライアンス（GDPR、HIPAAなど）の確保、データ漏洩の防止が不可欠です<sup>3</sup>。
- **統合:** AIを既存のワークフローやITシステムに統合する複雑さ、データサイロの管理、相互運用性の確保が課題となります<sup>10</sup>。
- **データ品質と管理:** 根拠となる内部データが正確、最新、かつ適切に管理されてい

ることを保証する必要があります<sup>64</sup>。

- **スキルギャップとトレーニング:** 知識不足が AI 導入の大きな障壁として認識されており、従業員に対する AI リテラシーと責任ある利用に関するトレーニングが必要です<sup>29</sup>。
- **変更管理と文化:** AI 導入に対する組織内の文化的な抵抗を克服する必要があります<sup>59</sup>。
- **ベンダーロックイン:** 単一の LLM プロバイダーのエコシステムにコミットすることに伴うリスクがあります<sup>21</sup>。

これらの課題は、深層調査ツールの導入が単なるサブスクリプション購入ではなく、技術、財務、セキュリティ、組織にわたる複数の側面での慎重な計画と投資を必要とする複雑な戦略的取り組みであることを示しています。複数の情報源が、コスト、セキュリティ、統合、データ品質、スキルギャップといった課題を企業における AI 導入の障壁として明示的に挙げています<sup>21</sup>。RAG や内部データへのコネクタの使用は、特定のセキュリティおよびデータガバナンスの複雑さを引き起こします<sup>21</sup>。トレーニングの必要性や文化的な抵抗への対処は、導入における人的要素を浮き彫りにします<sup>29</sup>。高い計算コストとプレミアム価格モデルは、財務的なハードルとなります<sup>9</sup>。したがって、エンタープライズ導入は単純なプラグアンドプレイプロセスではなく、複数の次元にわたる慎重な計画と投資を必要とする複雑な戦略的イニシアチブです。

### 7.3 予想される開発と将来展望

この分野は急速に進化しており、以下のような進展が予想されます。

- **推論能力と精度の向上:** LLM の推論能力が継続的に向上し、ハルシネーションが減少し、複雑な問題解決能力が向上する可能性があります<sup>5</sup>。
- **マルチモーダル機能の強化:** 画像、音声、動画分析が調査プロセスにより深く統合されるでしょう<sup>7</sup>。Google Veo 2 の動画生成機能も言及されています<sup>16</sup>。
- **エージェントの自律性とツール利用の拡大:** ウェブブラウジングを超えた、より広範なツール（データ分析ソフトウェア、予約システム、専門データベースなど）を使用できる、より洗練されたエージェントが登場するでしょう<sup>3</sup>。Microsoft Copilot Studio の Agent Flows もこの方向性を示しています<sup>3</sup>。
- **パーソナライゼーションとコンテキストの深化:** AI がユーザーの好み、プロジェクトの詳細、対話間のコンテキストを記憶する能力が向上するでしょう（Microsoft Memory 機能、Grok Memory など）<sup>18</sup>。
- **アクセシビリティの向上:** 技術が成熟し、より効率的になるにつれて、より広範な利用可能性、そして将来的にはコスト低下や限定的な無料アクセスの可能性も考えられます<sup>9</sup>。

- **専門化:** よりドメイン固有の研究エージェントやツール (Microsoft Analyst など) が登場するでしょう<sup>3</sup>。
- **ハイブリッドアプローチ:** 人間と AI の協調と検証ワークフローの利用が継続されるでしょう<sup>29</sup>。

これらの動向は、この分野が、ワークフローに深く統合された、より高性能で自律的、マルチモーダルでパーソナライズされた AI リサーチエージェントへと急速に進化していることを示しています。ただし、近い将来においては、依然として人間による監視が不可欠であり続けるでしょう。既に発表されている内容からも、モデルの改善

(Gemini 2.5 Pro)、マルチモーダル機能 (Audio Overviews、Vision)、エージェント能力 (MSFT Agents、Actions)、パーソナライゼーション (Memory) への進展が見られます<sup>46</sup>。研究トレンドは、推論、ツール利用、エージェントの自律性に関する継続的な取り組みを強調しています<sup>5</sup>。認識されている限界は、当面の間、人間と AI のハイブリッドアプローチを必要とします<sup>28</sup>。市場のダイナミクスは、これらのツールをよりアクセスしやすく、専門化するための継続的な努力を示唆しています<sup>3</sup>。現在の開発と研究の方向性を組み合わせることで、日常業務に統合された、ますます洗練された AI リサーチパートナーの未来が示唆されます。

## 8. 結論と戦略的推奨事項

### 8.1 調査結果の要約

2025 年第 1 四半期には、主要 AI プレイヤーによる強力な深層調査機能のローンチという重要な進展がありました。これは、推論能力、エージェント機能、RAG といった技術トレンドに支えられ、特にエンタープライズ統合に重点が置かれています。競争環境は激化しており、各社は独自の強みを活かして差別化を図っています。

### 8.2 現状の評価

AI 駆動型の深層調査は、実験的な段階から、ナレッジワークを増強する潜在能力を持つコア機能へと移行しました。しかし、技術はまだ成熟過程にあり、精度や文脈理解には限界が残ります。したがって、慎重な導入と人間による検証が不可欠です。

### 8.3 企業への戦略的推奨事項

- **ニーズの評価:** AI 深層調査が最も大きな ROI をもたらす可能性のある特定のビジネスプロセスや調査タスク (市場インテリジェンス、研究開発の加速、コンプライアンスなど) を評価します。<sup>29/29</sup>で示されたようなフレームワークを活用します。
- **パイロットとテスト:** 特定のニーズ (深さ vs 速度、データ統合要件、コスト) に基づいて、異なるツール (OpenAI、Google、Microsoft、Anthropic) を評価する

ために、管理された環境でパイロットプロジェクトを開始します。

- **統合の優先:** 既存のエンタープライズシステム（M365、Workspace）やデータソースとうまく統合できるソリューションを優先し、有用性と導入を最大化します。独自データに基づいた応答生成のために RAG を検討します<sup>21</sup>。
- **セキュリティとコンプライアンスへの対応:** IT 部門や法務部門と緊密に連携し、特に AI を内部データに接続する際には、データプライバシー、セキュリティ、コンプライアンス要件が満たされていることを確認します<sup>21</sup>。
- **トレーニングへの投資:** 効果的なプロンプト作成、AI 出力の批判的評価、責任ある利用について従業員をトレーニングするための AI リテラシープログラムを開発します<sup>29</sup>。
- **ハイブリッドアプローチの採用:** 検証、洗練、戦略的意思決定のために、AI の能力と人間の専門知識を組み合わせたワークフローを実装します<sup>29</sup>。
- **市場の監視:** この非常にダイナミックな分野におけるモデル、機能、価格設定の急速な進化について常に情報を入手します。実現可能な場合は、LLM に依存しないアーキテクチャを検討します<sup>21</sup>。

## 8.4 最終的な考察

AI 深層調査ツールは、ビジネスインテリジェンスと生産性に変革をもたらす可能性を秘めています。しかし、このポテンシャルを実現するには、統合、セキュリティ、トレーニング、そして人間による監視に焦点を当てた、戦略的かつ慎重なアプローチが必要です。

## 引用文献

1. Introducing deep research | OpenAI, 4 月 20, 2025 にアクセス、<https://openai.com/index/introducing-deep-research/>
2. Gemini: Try Deep Research and Gemini 2.0 Flash Experimental, 4月 20, 2025 にアクセス、<https://blog.google/products/gemini/google-gemini-deep-research/>
3. Introducing Researcher and Analyst in Microsoft 365 Copilot, 4 月 20, 2025 にアクセス、<https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/blog/2025/03/25/introducing-researcher-and-analyst-in-microsoft-365-copilot/>
4. New Copilot Reasoning Agents – OIT News, 4 月 20, 2025 にアクセス、<https://websites.uta.edu/oit/2025/03/27/copilot-reasoning-agents/>
5. OpenAI o1-Pro API: Advanced Reasoning for Complex Problem-Solving, 4 月 20, 2025 にアクセス、<https://aimlapi.com/build-with-o1-pro>
6. Simon Willison on inference-scaling, 4 月 20, 2025 にアクセス、<https://simonwillison.net/tags/inference-scaling/>
7. Gemini 2.5 Pro Exp: How to Access, Features, Applications & More- Analytics

- Vidhya, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.analyticsvidhya.com/blog/2025/03/gemini-2-5-pro-experimental/>
8. OpenAI Launches Deep Research: A New Tool That Cuts Research Time by 90%! | Fello AI, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://felloai.com/2025/02/openai-launches-deep-research-a-new-tool-that-cuts-research-time-by-90/>
  9. OpenAI Expands Deep Research to All Paying ChatGPT Users - eWEEK, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.eweek.com/news/openai-expands-deep-research/>
  10. AI-Powered Deep Search Tools 2025: Evolution, Trends & Future ..., 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://guptadeepak.com/the-evolution-and-impact-of-ai-powered-deep-search-tools-in-2025/>
  11. AI Deep Research Tools: Landscape, Future, and Comparison ..., 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://gradientflow.com/ai-deep-research-tools-landscape-future-and-comparison/>
  12. The new Researcher Agent in Microsoft 365 Copilot: AI reasoning skills for advanced research and analysis | Stellium Consulting, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://stellium.consulting/articles/insights/m365-copilot-researcher-agent/>
  13. ChatGPT Developer Unveils AI Agent 'Deep Research' Amid Rising Competition from China's DeepSeek - BUKU AI, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.aibase.tech/news/chatgpt-developer-unveils-ai-agent-deep-research-amid-rising-competition-from-chinas-deepseek/>
  14. Anthropic adds research tool, Google Workspace integration to ..., 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://siliconangle.com/2025/04/15/anthropic-adds-research-tool-google-workspace-integration-claude/>
  15. ChatGPT Enterprise Pricing, Features and Limitations - Exploding Topics, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://explodingtopics.com/blog/chatgpt-enterprise>
  16. Gemini Advanced - get access to Google's most capable AI models with Gemini 2.0, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://gemini.google/advanced/>
  17. Pricing - Anthropic, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.anthropic.com/pricing>
  18. April 11, 2025: AI updates from the past week — Google's new tools for building AI agents, agent mode in GitHub Copilot, and more - SD Times, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://sdtimes.com/ai/april-11-2025-ai-updates-from-the-past-week-googles-new-tools-for-building-ai-agents-agent-mode-in-github-copilot-and-more/>
  19. Microsoft Introduced Two New AI Agents: Researcher and Analyst | IBL News, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://iblnews.org/microsoft-introduced-two-new-ai-agents-researcher-and-analyst/>
  20. Copilot Updates Aim to Personalize AI -- THE Journal, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://thejournal.com/Articles/2025/04/04/Copilot-Updates-Aim-to-Personalize-AI.aspx>
  21. AI Enterprise Systems: A Blueprint for Accurate, Secure, and Scalable GenAI -

- Squirro, 4 月 20, 2025 にアクセス、 <https://squirro.com/squirro-blog/ai-enterprise-systems>
22. 5 proven use cases for generative AI in the enterprise - Polymer DLP, 4 月 20, 2025 にアクセス、 <https://www.polymerhq.io/blog/5-proven-use-cases-for-generative-ai-in-the-enterprise/>
  23. Hyland Knowledge Discovery, 4 月 20, 2025 にアクセス、 <https://www.hyland.com/en/solutions/products/hyland-knowledge-discovery>
  24. Researcher agent in Microsoft 365 Copilot | Microsoft Community Hub, 4 月 20, 2025 にアクセス、 <https://techcommunity.microsoft.com/blog/microsoft365copilotblog/researcher-agent-in-microsoft-365-copilot/4397186>
  25. OpenAI's Deep Research: How it works and what to use it for - Everyday AI, 4 月 20, 2025 にアクセス、 <https://read.youreverydayai.com/p/openai-s-deep-research-how-it-works-and-what-to-use-it-for>
  26. [The AI Show Episode 134]: DeepSeek Updates, OpenAI's o3-mini and Deep Research, New AI Copyright Guidelines, OpenAI In Talks to Raise \$40 Billion & Your AI Questions Answered - Marketing AI Institute, 4 月 20, 2025 にアクセス、 <https://www.marketingaiinstitute.com/blog/the-ai-show-episode-134>
  27. OpenAI's Deep Research: Unlocking Rapid ROI for SMB Owners and PE Rollups, 4 月 20, 2025 にアクセス、 <https://proactivemgmt.com/blog/2025/02/04/openai-deep-research-unlocking-rapid-roi-for-smb-owners-and-pe-rollups/>
  28. OpenAI's new 'deep research' agent is still just a fallible tool – not a human-level expert, 4 月 20, 2025 にアクセス、 <https://modernsciences.org/openai-deep-research-agent-ai-tool-limitations-february-2025/>
  29. How AI Deep Research Tools Are Reshaping Business Intelligence ..., 4 月 20, 2025 にアクセス、 <https://blog.adyog.com/2025/02/22/how-ai-deep-research-tools-are-reshaping-business-intelligence-a-practical-implementation-guide-for-2025/>
  30. How To Do Effective Deep Research With AI in 2025 - Fello AI, 4 月 20, 2025 にアクセス、 <https://felloai.com/2025/02/how-to-do-effective-deep-research-with-ai-in-2025/>
  31. Introducing Perplexity Deep Research, 4 月 20, 2025 にアクセス、 <https://www.perplexity.ai/hub/blog/introducing-perplexity-deep-research>
  32. Your AI Companion - The Official Microsoft Blog, 4 月 20, 2025 にアクセス、 <https://blogs.microsoft.com/blog/2025/04/04/your-ai-companion/>
  33. State of Play on LLM and RAG: Preparing Your Knowledge Organization for Generative AI, 4 月 20, 2025 にアクセス、 <https://www.kmworld.com/Research/13941-State-of-Play-on-LLM-and-RAG-Preparing-your-Knowledge-Organization-for-Generative-AI.htm>
  34. Microsoft AI CEO: 'It's Smarter to Be 6 Months Behind' — Here's Why - TechRepublic, 4 月 20, 2025 にアクセス、 <https://www.techrepublic.com/article/news-microsoft-ai-strategy-mustafa->

[suleyman/](#)

35. Release Notes: April 16, 2025 | Microsoft Copilot Blog, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-copilot/blog/2025/04/16/release-notes-april-16-2025/>
36. Anthropic reportedly close to voice assistant launch - Verdict, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.verdict.co.uk/anthropic-voice-assistant-launch/>
37. OpenAI Expands Access to Deep Research for ChatGPT Plus Users, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.turtlesai.com/en/pages-2390/openai-expands-access-to-deep-research-for-chatgpt>
38. Livestream - OpenAI, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://openai.com/live/>
39. Pricing - ChatGPT - OpenAI, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://openai.com/chatgpt/pricing/>
40. OpenAI - ChatGPT Deep Research - New AI Tools - Exabytes, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.exabytes.my/blog/openai-introduces-chatgpt-deep-research/>
41. Deep Research: A Comprehensive Analysis of ChatGPT's Revolutionary Research Feature, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.communeify.com/en/blog/deep-research-chatgpt-revolutionary-features>
42. Google Workspace Updates: April 2025, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<http://workspaceupdates.googleblog.com/2025/04/>
43. Google One AI Premium Plan and Features, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://one.google.com/about/ai-premium/>
44. The smarter way to research with Google Gemini Deep Research - Revolgy, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.revolgy.com/insights/blog/smarter-way-to-research-with-google-gemini-deep-research>
45. ChatGPT's Deep Research vs. Google's Gemini 1.5 Pro with Deep Research: A Detailed Comparison | White Beard Strategies, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://whitebeardstrategies.com/ai-prompt-engineering/chatgpts-deep-research-vs-googles-gemini-1-5-pro-with-deep-research-a-detailed-comparison/>
46. Gemini AI Creates Research Report and 2-Person Podcast for Free - Virtualization Review, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://virtualizationreview.com/articles/2025/04/02/gemini-ai-creates-research-report-2-person-podcast-for-free.aspx>
47. Microsoft 50th Anniversary + Copilot event - Microsoft News, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://news.microsoft.com/april-2025-copilot-news/>
48. Microsoft 50th Anniversary Copilot Event recap — all the big AI news and announcements, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.tomsguide.com/news/live/microsoft-50th-anniversary-copilot-event-live-updates>
49. Microsoft Announces Researcher and Analyst Agents for Microsoft 365 Copilot,

- 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://redmondmag.com/articles/2025/03/26/microsoft-announces-researcher-and-analyst-agents-for-microsoft-365-copilot.aspx>
50. New reasoning agents: Researcher and Analyst in Microsoft 365 Copilot, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://techcommunity.microsoft.com/blog/microsoftmechanicsblog/new-reasoning-agents-researcher-and-analyst-in-microsoft-365-copilot/4400135>
  51. Analyst agent in Microsoft 365 Copilot, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://techcommunity.microsoft.com/blog/microsoft365copilotblog/analyst-agent-in-microsoft-365-copilot/4397191>
  52. Microsoft introduces Researcher & Analyst agents in 365 Copilot | Next Level Impact - NxtLI, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://nxtli.com/en/ai-agents-microsoft-365-copilot/>
  53. Anthropic may release AI-voice mode feature for its Claude chatbot: Report | Tech News, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.business-standard.com/technology/tech-news/anthropic-may-release-ai-voice-mode-feature-for-its-claude-chatbot-report-1250416008231.html>
  54. Anthropic's Claude can now read your Gmail - Yahoo Finance, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://sg.finance.yahoo.com/news/anthropics-claude-now-read-gmail-170000838.html>
  55. Anthropic Launches Harmony and Compass: Revolutionizing AI..., 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://opentools.ai/news/anthropic-launches-harmony-and-compass-revolutionizing-ai-capabilities>
  56. Anthropic Claude Research integrates with Google Workspace | Constellation Research Inc., 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.constellationr.com/blog-news/insights/anthropic-claude-research-integrates-google-workspace>
  57. OpenAI and Anthropic try to fend off competition with new models, ideas for the U.S. AI Action Plan, and important new misalignment research, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://cset.georgetown.edu/newsletter/march-20-2025/>
  58. AI Agents for Individuals and Businesses | Microsoft Copilot, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-copilot/agents>
  59. 2025 AI Trends & Adoption Report | Open Data Science Conference, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://odsc.com/2025-ai-trends-adoption-report/>
  60. I tried the “Deep Research” features in ChatGPT and Gemini. Here's what I found. - LivePlan, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.liveplan.com/blog/planning/deep-research-chatgpt-vs-gemini>
  61. Release Notes for Microsoft 365 Copilot | Microsoft Learn, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://learn.microsoft.com/en-us/copilot/microsoft-365/release-notes>
  62. Gemini for Google Cloud Pricing, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://cloud.google.com/products/gemini/pricing>
  63. Is Claude AI Getting Expensive? New 2025 Max Plan Explained - Hostbor, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://hostbor.com/claude-ai-max-plan-explained/>

64. The Enterprise AI Revolution: Opportunities And Obstacles In 2025 - Forbes, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.forbes.com/councils/forbestechcouncil/2025/01/14/the-enterprise-ai-revolution-opportunities-and-obstacles-in-2025/>
65. Narrative | From searching to researching: 'Deep Research' is everywhere, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.partofthenarrative.com/articles/deep-research-is-everywhere>
66. OpenAI's Deep Research Tool DESTROYS Google Gemini (With Proof), 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.franksworld.com/2025/02/05/openais-deep-research-tool-destroys-google-gemini-with-proof/>
67. Deep Research on AI in Agile Product Teams—Age-of-Product.com, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://age-of-product.com/?p=67772>
68. Google Gemini pops up at Salesforce and Apple Intelligence - ITdaily., 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://itdaily.com/news/software/google-gemini-pops-up-at-salesforce/>
69. What is ChatGPT Team? - OpenAI Help Center, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://help.openai.com/en/articles/8792828-what-is-chatgpt-team>
70. ChatGPT Team - OpenAI, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://openai.com/chatgpt/team/>
71. Here's When Gemini Advanced Is Worth the Monthly Fee - Lifehacker, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://lifehacker.com/tech/is-gemini-advanced-worth-it>
72. How much does the Max plan cost? | Anthropic Help Center, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://support.anthropic.com/en/articles/11049744-how-much-does-the-max-plan-cost>
73. What is the pricing for the Team plan? | Anthropic Help Center, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://support.anthropic.com/en/articles/9267305-what-is-the-pricing-for-the-team-plan>
74. Claude's Max Plan: Expanded Access for Demanding Projects - Anthropic, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://www.anthropic.com/news/max-plan>
75. Unveiling Challenges for LLMs in Enterprise Data Engineering - arXiv, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://arxiv.org/html/2504.10950v1>
76. Microsoft Copilot Update Brings the Best Features from Other AI | Sync Up - Rocket IT, 4 月 20, 2025 にアクセス、  
<https://rocketit.com/microsoft-copilot-best-features/>