

日本企業のマーケティングにおける生成 AI の活用事例

Felo AI DeepResearch

1. はじめに

1.1 生成 AI の概要とマーケティングへの影響

1.1.1 生成 AI とは

生成 AI (Generative AI) は、人工知能の一分野であり、膨大なデータを学習し、それを基に新しいデータやコンテンツを生成する技術を指します。この技術は、ディープラーニング (深層学習) を活用しており、テキスト、画像、音声、動画など、さまざまな形式のデータを生成することが可能です。生成 AI の特徴は、単なるデータ分析や予測にとどまらず、創造的なアウトプットを生み出す能力にあります。例えば、ChatGPT のような大規模言語モデルは、自然な文章を生成する能力を持ち、Midjourney や Stable Diffusion といった画像生成 AI は、テキストプロンプトを基に高品質な画像を生成します[1][2][3]。

生成 AI の仕組みは、主に生成モデルと判別モデルの 2 つのニューラルネットワークを競わせる「敵対的生成ネットワーク (GAN)」や、膨大なデータセットを基に学習する「トランスフォーマーモデル」に基づいています。これにより、生成 AI は従来の AI 技術では難しかった創造的なタスクを実現し、さまざまな分野での応用が進んでいます[4][5]。

1.1.2 マーケティング分野における生成 AI の重要性

生成 AI は、マーケティング分野においても大きな変革をもたらしています。その主な理由は、生成 AI が持つ以下の特性にあります。

1. コンテンツ生成の効率化

生成 AI は、広告文、ブログ記事、SNS 投稿、動画コンテンツなど、多様なマーケティング素材を短時間で生成することが可能です。これにより、従来は多くの時間とコストを要していたコンテンツ制作が効率化され、マーケティングチームはより戦略的な業務に集中できるようになります[6][7]。

2. パーソナライズの実現

生成 AI は、顧客データを分析し、個々の顧客に最適化されたメッセージやコンテンツを生成する能力を持ってい

ます。これにより、顧客エンゲージメントが向上し、マーケティング施策の効果が高まります[8][9]。

3. データ分析とインサイトの抽出

生成 AI は、膨大なデータを迅速かつ正確に分析し、消費者行動や市場トレンドに関する洞察を提供します。これにより、企業はより精度の高いマーケティング戦略を立案することが可能になります[10][11]。

4. クリエイティブの革新

生成 AI は、従来の手法では考えられなかった新しいアイデアやデザインを生み出すことができます。例えば、広告キャンペーンにおいて、生成 AI を活用してユニークなビジュアルやストーリーを作成する事例が増えています[12][13]。

これらの特性により、生成 AI はマーケティング分野において不可欠なツールとなりつつあります。特に、競争が激化する市場環境において、生成 AI を活用することで他社との差別化を図ることが可能です[14][15]。

1.1.3 日本企業における生成 AI の導入状況

日本企業においても、生成 AI の導入が急速に進んでいます。帝国データバンクの調査によれば、2023 年時点で約 9.1% の企業が生成 AI を業務に活用しており、さらに 52% の企業が導入を検討しているとされています[16]。以下に、日本企業における生成 AI の具体的な導入事例を挙げます。

1. セブンイレブン

セブンイレブンは、生成 AI を活用して商品企画の効率化を図っています。SNS のコメントや販売データを分析し、新商品の企画書やデザイン案を生成することで、企画期間を最大で 90% 短縮することに成功しました[17][18]。

2. キリンビール

キリンビールは、生成 AI を活用して顧客インサイトを抽出し、新商品の開発プロセスを効率化しています。AI ペルソナを構築することで、従来の市場調査にかかる時間を大幅に削減しました[19][20]。

3. パルコ

パルコは、広告制作に生成 AI を活用し、モデル撮影や編集作業を省略することで、制作コストと時間を大幅に削減しました。生成 AI による広告は、独自のビジュアル表現で注目を集めています[21][22]。

4. 三菱 UFJ 銀行

三菱 UFJ 銀行は、生成 AI を「相棒」として導入し、顧客提案資料の作成や会議議事録の自動生成を行っています。これにより、業務効率が向上し、顧客対応の質も向上しました[23][24]。

これらの事例は、日本企業が生成 AI を活用して業務効率化や新たな価値創造を実現していることを示しています。また、生成 AI の導入により、企業は市場の変化に迅速に対応し、競争力を高めることが可能となっています[25][26]。

1.2 本書の目的と構成

1.2.1 本書の目的

本書の目的は、生成 AI が日本企業のマーケティング活動にどのような影響を与えているのかを明らかにし、その活用方法や成功事例を通じて、企業が生成 AI を効果的に導入するための指針を提供することです。生成 AI は、単なる業務効率化のツールにとどまらず、新たな価値創造や市場競争力の向上を可能にする技術です。本書では、以下の点に焦点を当てます。

1. 生成 AI の基本的な仕組みと特性の理解

生成 AI の技術的な背景や仕組みを解説し、その可能性を探ります。

2. マーケティング分野における生成 AI の応用

生成 AI がマーケティング活動にどのように活用されているのか、具体的な事例を通じて紹介します。

3. 日本企業における生成 AI の導入事例と課題

日本企業が生成 AI をどのように活用しているのか、成功事例とともに課題や解決策を考察します。

4. 生成 AI の未来展望

生成 AI が今後どのように進化し、企業活動に影響を与えるのかを予測します。

1.2.2 各章の概要

本書は以下の構成で進められます。

● 第 1 章: はじめに

生成 AI の概要とマーケティング分野への影響、日本企業における導入状況を解説します。

● 第 2 章: 日本企業のマーケティングにおける生成 AI 活用事例

広告制作、商品企画、顧客対応、業務効率化など、具体的な活用事例を紹介します。

● 第 3 章: 生成 AI が日本企業のマーケティング戦略に与える影響

業務効率化、データ分析、クリエイティブ制作、顧客エンゲージメント強化などの観点から、生成 AI の影響を考察します。

● 第 4 章: 生成 AI を活用した商品開発の成功事例

小売業、製造業、金融業など、業界別の成功事例を詳述します。

● 第 5 章: 生成 AI 導入による商品開発の具体的な効果

開発期間の短縮、業務効率の向上、創造性の向上、コスト削減など、具体的な効果を分析します。

● 第 6 章: 結論

生成 AI のマーケティング活用の総括と今後の展望、課題について提言します。

本書を通じて、読者が生成 AI の可能性を理解し、自社のマーケティング活動にどのように活用できるかを考える一助となることを目指します。

2. 日本企業のマーケティングにおける生成 AI 活用事例

2.1 広告・クリエイティブ制作での活用

2.1.1 テレビ CM ・ 動画広告

2.1.1.1 伊藤園の事例

伊藤園は、生成 AI を活用してテレビ CM や商品パッケージデザインの制作を行い、注目を集めています。同社は「お〜いお茶 カテキン緑茶」のテレビ CM に生成 AI で作成したモデルを起用しました。このモデルは実在の人物と見分けがつかないほどのクオリティで、SNS 上でも大きな話題となりました。また、生成 AI を活用して商品パッケージデザインのラフ案を作成することで、デザインプロセスの効率化を実現しています。特に「未来」や「活力」といった抽象的なテーマをもとに、迅速にデザイン案を生成し、修正を繰り返すことで、より消費者の興味を引くデザインを生み出しています [1][2][44][57]。

2.1.1.2 パルコの事例

パルコは、生成 AI を駆使して広告制作の新たな可能性を切り開いています。同社の「HAPPY HOLIDAYS キャンペーン」では、モデルのビジュアルから背景、ナレーション、音楽に至るまで、すべて生成 AI で制作されました。この広告では、実際のモデル撮影を行わず、プロンプトを用いて人物や背景を生成し、独特でモード感のある映像表現を実現しました。この取り組みは、従来の広告制作プロセスを大幅に簡略化し、コスト削減と制作時間の短縮を可能にしました [2][4][57]。

2.1.1.3 サントリーの事例

サントリーは、生成 AI を活用してユニークな CM 企画を実現しました。「GREEN DA・KA・RA やさしい麦茶」の WebCM では、生成 AI からのアドバイスを活用し、キャストの選定や企画内容を決定しました。この CM では、バレエダンサーが高速回転するシーンや、ボウリングのピンが踊る中で「やさしい麦茶」を飲むシーンなど、奇想天外な内容が話題を呼びました。生成 AI の活用により、従来の枠にとらわれないクリエイティブな表現が可能となり、視聴者の注目

を集めました[2][4][41]。

2.1.1.4 KDDI の事例

KDDI は、「クリエイティブ×AI」をテーマに、生成 AI を活用した様々なプロジェクトを展開しています。特に、生成 AI を用いた新しいデザインの映像制作や、生成 AI マスコット「Ubicot」の開発が注目されています。このマスコットは、CM やデジタルコンテンツに活用され、ブランドの新しいイメージを発信する役割を果たしています。また、過去の人気 CM 素材を生成 AI でリメイクすることで、新たな視覚的体験を提供しています[5][19][44]。

2.1.1.5 au の事例

au は、人気 CM 「三太郎」シリーズを生成 AI を活用してリメイクしました。このプロジェクトでは、過去の実写映像を生成 AI でアニメーション風に加工し、視聴者に新鮮な印象を与えることに成功しました。このような取り組みにより、既存の資産を再活用しつつ、新規性を加えた広告制作が可能となりました[2][19][44]。

2.1.2 広告キャンペーン

2.1.2.1 LIFULL の事例

LIFULL は、生成 AI を活用して広告キャンペーンに新たな価値を提供しました。同社は、生成 AI で作成した 1 万通りの「ふわちゃん」の画像を広告に起用しました。この取り組みは、消費者に多様な選択肢を提供し、広告のパーソナライズを実現する一例として注目されています[2][4]。

2.1.2.2 日本コカ・コーラの事例

日本コカ・コーラは、生成 AI を活用した消費者参加型の広告キャンペーン「Create Real Magic」を展開しました。このキャンペーンでは、消費者が自ら画像を生成できる仕組みを提供し、ブランドとのエンゲージメントを強化しました。また、生成 AI を活用してアートとライブアクションを融合させた「Masterpiece」キャンペーンも実施し、視覚的に魅力的なコンテンツを作成しました[6][18][44]。

2.1.2.3 キンチョールの事例

キンチョールは、若者向け CM の企画とコンテンツ制作に生成 AI を活用しました。このプロジェクトでは、生成 AI を用いて未来的な都市景観を取り入れたポップな CM を制作し、ターゲット層に向けた新しいビジュアル表現を実現しました[2][16]。

2.2 商品企画・開発での活用

2.2.1 セブンイレブンの事例

セブンイレブンは、生成 AI を活用して商品企画プロセスを大幅に効率化しました。同社は、SNS のコメントや販売動向の分析を通じて、消費者ニーズに合った新商品の企画案を生成しています。この取り組みにより、商品企画にかかる期間を最大で 90% 短縮し、数週間かかっていたプロセスを数日で完了することが可能となりました。また、生成 AI を活用した「AI 発注システム」を全店舗に導入し、発注作業時間を約 4 割削減することにも成功しています[7][9][44][51].

2.2.2 キリンの事例

キリンビールは、生成 AI を活用して新商品開発の効率化を図っています。同社は、生成 AI を用いて「キリン氷結」ユーザーの AI ペルソナを構築し、商品コンセプトやフレーバーの質問を通じて顧客インサイトを抽出しています。このプロセスにより、従来数ヶ月かかっていた新商品の開発が数週間で完了するようになりました[34][44][56].

2.2.3 セガサミーの事例

セガサミーホールディングスは、生成 AI を活用して製品開発工数の大幅な効率化を実現しました。同社は、自社製品画像を学習した画像生成 AI とアンケート分析機能を有した生成 AI を構築し、傘下の玩具企業に展開しています。この取り組みにより、デザイン案数が 100 倍に増加し、アンケート分析においても約 80% の業務効率化を達成しました[8][49].

2.3 顧客対応・サービス向上

2.3.1 三菱 UFJ 銀行の事例

三菱 UFJ 銀行は、生成 AI を「相棒」として導入し、顧客対応の質を向上させています。生成 AI は、顧客への提案サポート、稟議書作成、会議の議事録作成、社内業務改善のアイデア出しなどに活用されています。この取り組みにより、社員の生産性が向上し、より重要な業務に集中できる環境が整いました[3][5].

2.3.2 ベネッセの事例

ベネッセは、生成 AI を活用して子供たちの自由研究を支援する「自由研究おたすけ AI」を導入しました。このサービスでは、子供たちが自由研究のテーマを決める際に質問すると、生成 AI がアドバイスを提供します。この取り組みは、利用者の 8 割から「自由研究に役立った」という評価を得ています[5][19].

2.3.3 鳥貴族の事例

鳥貴族は、対話型 AI ソリューション「LINE AiCall」を導入し、AI 電話予約対応サービスを開始しました。このサービスでは、AI スタッフが自然な抑揚で話し、予約受付業務を担当することで、人手不足の解消とサービス向上を実現しました[5][19].

2.4 マーケティング業務の効率化

2.4.1 セブンイレブンの事例

セブンイレブンは、生成 AI を活用して店舗運営の効率化を図っています。同社は、商品の在庫管理や販売予測を AI で行い、発注作業時間を約 4 割削減しました。また、生成 AI を用いて需要予測の精度を向上させ、無駄な在庫削減にも成功しています[5][7][39].

2.4.2 メルカリの事例

メルカリは、「AI 出品サポート」を導入し、ユーザーが商品をより簡単に出品できる環境を提供しています。このシステムでは、生成 AI が商品タイトルや説明文を自動で提案し、価格設定のサポート機能も提供しています。この取り組みにより、ユーザーの利便性が向上し、初心者でも手軽に取引を始められるようになりました[5][38].

2.4.3 7iD 会員向けメール配信の事例

セブンイレブンは、7iD 会員向けのメール配信業務に生成 AI を活用し、マーケティング施策を効率化しました。この取り組みでは、企画業務の 10 タスク中 3 タスク、制作業務の 23 タスク中 13 タスクに生成 AI を活用し、業務効率を大幅に向上させました[11][44].

3. 生成 AI が日本企業のマーケティング戦略に与える影響

3.1 業務効率化とコスト削減

3.1.1 単純作業の自動化

生成 AI は、単純作業やルーティンワークの自動化において大きな役割を果たしています。これにより、従業員はより戦略的で創造的な業務に集中できるようになり、企業全体の生産性が向上しています。例えば、三菱 UFJ 銀行では、生成 AI を「相棒」として導入し、稟議書の作成や会議の議事録作成といった単純作業を自動化しました。この結果、従業員はより重要な業務に集中できるようになり、顧客対応の質も向上しました[5][19]。

また、セブンイレブンでは、店舗の発注作業を効率化するために生成 AI を導入しました。AI が商品の在庫管理や販売予測を行い、発注にかかる時間を約 4 割削減することに成功しています。このような自動化により、従業員の負担が軽減され、店舗運営の効率が向上しました[5][39]。

さらに、メルカリでは「AI 出品サポート」を導入し、ユーザーが商品を出品する際の手間を大幅に削減しました。AI が商品タイトルや説明文を自動で提案することで、初心者でも簡単に出品できる環境を提供しています[5][38]。

3.1.2 工数削減の具体例

生成 AI の導入により、工数削減の具体的な成果が多く企業の報告されています。セブンイレブンでは、商品企画プロセスに生成 AI を活用し、企画期間を最大で 90%削減しました。従来は数週間かかっていたプロセスが数日で完了するようになり、迅速な市場投入が可能となりました[7][51]。

また、住友化学では、生成 AI 「ChatSCC」を導入し、文書作成や校正、プログラムソースコード生成などの業務を効率化しました。この結果、約 200 の業務パターンをテストしたところ、最大で 50%以上の効率化が確認されました[37][50]。

さらに、江崎グリコでは、生成 AI を活用して需要予測を行い、商品開発期間を短縮しました。この取り組みにより、バックオフィス部門の問い合わせ対応が約 31%削減され、業務効率が大幅に向上しました[37][50]。

3.1.3 コンテンツ制作の効率化

生成 AI は、コンテンツ制作の効率化にも大きく貢献しています。例えば、伊藤園では、生成 AI を活用して商品パッケージデザインのラフ画を作成しています。これにより、デザイン案の生成が迅速化され、修正作業も容易になりました[44][56]。

また、パルコでは、広告の動画・ナレーション・音楽をすべて生成 AI で作成しました。この取り組みにより、従来のモデル撮影や編集作業が不要となり、制作時間とコストが大幅に削減されました[2][44]。

さらに、サントリーでは、生成 AI を活用してユニークな CM を企画しました。生成 AI からのアドバイスを基に、奇想天外な内容の CM を制作し、話題を呼びました[2][44]。

3.2 データ分析と消費者理解の深化

3.2.1 消費者心理・市場分析

生成 AI は、膨大なデータを迅速かつ正確に分析する能力を持ち、消費者心理や市場動向の理解を深めるために活用されています。例えば、セブンイレブンでは、SNS のコメントや販売データを分析し、消費者のニーズやトレンドを把握しています。このデータを基に、生成 AI が新商品の企画案を自動生成することで、より消費者に寄り添った商品開発が可能となっています[7][51]。

また、キリンビールでは、生成 AI を活用して AI ペルソナを構築し、消費者の嗜好や行動パターンを分析しています。この取り組みにより、商品コンセプトの検討が効率化され、顧客インサイトの質が向上しました[37][56]。

3.2.2 リアルタイムデータ分析

生成 AI は、リアルタイムでのデータ分析にも優れています。例えば、七十七銀行では、生成 AI を活用して商品の販売状況をリアルタイムで可視化し、需要予測の精度を 35% 向上させました。このようなリアルタイム分析により、迅速な意思決定が可能となり、マーケティング戦略の効果が向上しました[35][55]。

さらに、江崎グリコでは、生成 AI を活用して需要予測を行い、マーケティング部門を強化しました。この結果、商品開発期間が短縮され、消費者ニーズに迅速に対応できるようになりました[37][50]。

3.2.3 戦略シミュレーション

生成 AI は、戦略シミュレーションにも活用されています。例えば、AI は過去のデータを基に、複数の戦略シナリオをシミュレーションし、最適な選択肢を提案します。これにより、リスクを最小限に抑えつつ、効果的なマーケティング戦略を策定することが可能です[16][24]。

3.3 クリエイティブ制作の革新

3.3.1 広告クリエイティブの自動生成

生成 AI は、広告クリエイティブの自動生成においても革新をもたらしています。例えば、伊藤園では、生成 AI で作成したモデルをテレビ CM に起用しました。この取り組みにより、実在の人物と見分けがつかないクオリティの広告が制作され、SNS 上で大きな話題となりました[2][44]。

また、パルコでは、生成 AI を活用して広告の動画・ナレーション・音楽をすべて自動生成しました。この結果、従来の制作プロセスが大幅に効率化され、独自の世界観を持つ広告が実現しました[2][44]。

3.3.2 動画広告の革新

生成 AI は、動画広告の制作プロセスにも革新をもたらしています。例えば、KDDI では、過去の人気 CM 素材を生成 AI でアニメーション風にリメイクしました。この取り組みにより、既存資産の再活用が可能となり、新規性のある広告が低コストで制作されました[19][44]。

また、アサヒビールでは、生成 AI を活用して体験型プロモーションを展開しました。画像生成 AI 「Stable Diffusion」を使用し、消費者がオリジナル画像を作成できるサービスを提供しました[44][56]。

3.3.3 インタラクティブなキャンペーン

生成 AI は、インタラクティブなキャンペーンの実現にも寄与しています。例えば、日本コカ・コーラでは、生成 AI を活用した消費者参加型の広告キャンペーンを展開しました。消費者が自ら画像を生成できる仕組みを提供し、ブランドとのエンゲージメントを強化しました[6][44]。

また、LIFULL では、生成 AI で作成した 1 万通りのふわちゃんの画像を広告に起用しました。この取り組みにより、消費者の関心を引きつけるユニークな広告が実現しました[2][44]。

3.4 顧客エンゲージメントの強化

3.4.1 パーソナライズされたコミュニケーション

生成 AI は、顧客の過去の行動や嗜好に基づいて、パーソナライズされたコミュニケーションを実現します。例えば、セブンイレブンでは、7iD 会員向けのメール配信業務に生成 AI を活用し、顧客ごとに最適化されたメッセージを提供しています[11][31]。

また、Walmart では、生成 AI を活用して顧客データを分析し、個々の顧客に最適化されたマーケティングコンテンツを作成しています。この取り組みにより、顧客満足度が向上しました[60]。

3.4.2 AI チャットボットの活用

生成 AI を活用した AI チャットボットは、顧客対応の効率化に寄与しています。例えば、三菱 UFJ 銀行では、生成 AI を活用して顧客への提案サポートを強化しました。この結果、顧客対応の質が向上し、満足度が向上しました[19][50]。

また、鳥貴族では、「AI レセプション」という対話型 AI ソリューションを導入し、AI 電話予約対応サービスを開始しました。この取り組みにより、人手不足の解消とサービス向上が実現しました[5][19]。

3.4.3 顧客サービスの向上

生成 AI は、顧客サービスの向上にも大きく貢献しています。例えば、星野リゾートでは、生成 AI 搭載オペレーター支援

ツール「KARAKURI assist」を導入し、宿泊予約に関する電子メール業務を効率化しました。この結果、業務にかかる時間が大幅に短縮され、新人の早期戦力化も実現しました[50][42]。

また、ベネッセでは、生成 AI を活用して「自由研究おたすけ AI」を提供しました。このサービスは、子供たちが自由研究のテーマを決める際にアドバイスを提供し、利用者の 8 割から「役立った」という評価を得ています[5][19]。

3.5 商品開発・企画の変革

3.5.1 商品企画の効率化

生成 AI は、商品企画プロセスの効率化に大きく寄与しています。例えば、セブンイレブンでは、生成 AI を活用して商品企画期間を最大で 10 分の 1 に短縮しました。この取り組みにより、迅速な市場投入が可能となり、競争力が向上しました[7][51]。

また、キリンビールでは、生成 AI を活用して AI ペルソナを構築し、商品コンセプトの検討を効率化しました。この結果、数ヶ月かかっていた新商品の開発が数週間で完了するようになりました[37][56]。

3.5.2 製品開発の効率化

生成 AI は、製品開発プロセスの効率化にも貢献しています。例えば、住友化学では、生成 AI を活用して研究開発の効率化を実現しました。この結果、最大で 50%以上の効率化が確認されました[37][50]。

また、セガサミーホールディングスでは、生成 AI を活用してデザイン案の自動生成を行い、デザイン案数が 100 倍に増加しました。この取り組みにより、製品開発工数全体で大幅な効率化が実現しました[49][50]。

3.5.3 需要予測の精度向上

生成 AI は、需要予測の精度向上にも寄与しています。例えば、江崎グリコでは、生成 AI を活用して需要予測を行い、マーケティング部門を強化しました。この結果、商品開発期間が短縮され、消費者ニーズに迅速に対応できるようになりました[37][50]。

また、七十七銀行では、生成 AI を活用して商品の販売状況を分析し、需要予測の精度を 35%向上させました。この取り組みにより、マーケティング戦略の効果が向上しました[35][55]。

4. 生成 AI を活用した商品開発の成功事例

4.1 小売・食品業界の成功事例

4.1.1 セブンイレブンの事例

セブンイレブンは、生成 AI を活用して商品企画の効率化を実現した代表的な事例です。2024 年春から本格的に導入された生成 AI は、SNS のコメントや販売データを分析し、新商品の企画書や画像を自動生成する仕組みを構築しました。この取り組みにより、従来数週間かかっていた商品企画のプロセスが数日に短縮され、最大で 90% の時間削減を達成しました[7][34][51]。

さらに、生成 AI は店舗運営にも活用されています。AI 発注システムを全店舗に導入し、天候や曜日特性、過去の販売実績を基に需要予測を行い、最適な在庫数を提案する仕組みを構築しました。この結果、発注作業にかかる時間を約 4 割削減し、無駄な在庫を減らすことにも成功しています[36][39]。

これらの取り組みにより、セブンイレブンは市場のトレンドや顧客ニーズに迅速に対応し、競争力を大幅に向上させています。

4.1.2 キリンビールの事例

キリンビールは、生成 AI を活用して新商品開発の効率化を図っています。特に「キリン氷結」ユーザーの AI ペルソナを構築し、顧客インサイトの抽出を行うプロセスを導入しました。この AI ペルソナは、インタビュー調査から得た情報を学習し、商品コンセプトやフレーバーに関する質問に対して具体的な回答を提供します[34][56]。

この取り組みにより、従来 50 時間以上かかっていた商品コンセプト検討の工程が大幅に短縮され、数ヶ月かかっていた新商品の開発が数週間で完了するようになりました。また、生成 AI を活用することで、顧客理解の質が向上し、より精度の高い商品開発が可能となっています[34][56][57]。

4.1.3 江崎グリコの事例

江崎グリコは、生成 AI を活用して需要予測と商品開発プロセスの効率化を実現しました。生成 AI を用いて過去の販売データや市場動向を分析し、消費者ニーズに合った商品を迅速に提案する仕組みを構築しました[37][51]。

この結果、商品開発にかかる期間が大幅に短縮され、戦略の転換も成功しました。また、AI チャットボットを導入することで、バックオフィス部門の問い合わせ対応を約 31% 削減し、業務効率を向上させています[37][50]。

4.1.4 伊藤園の事例

伊藤園は、生成 AI を活用してパッケージデザインの効率化を図っています。特に、アイデア出しの段階で生成 AI を活用

し、「未来」や「活力」といった抽象的なイメージから迅速にデザイン案を生成する仕組みを導入しました[44][56]。生成 AI によるラフ画の作成は、デザイン案の多様化と修正プロセスの効率化を可能にし、最終的なデザイン制作の時間を大幅に短縮しました。この取り組みにより、伊藤園は消費者の興味を引くデザインを継続的に提供し、商品ラインの差別化を図っています[56][57]。

4.1.5 マンダムの事例

マンダムは、生成 AI を活用してパッケージデザインの大量生成を実現しました。画像生成 AI を用いて週 40 個のデザイン案を作成し、デザインプロセスの効率化と多様化を達成しました[41][50]。

この取り組みにより、デザイナーは生成 AI が提供する多様なデザイン案を基に、より創造的な業務に集中できる環境が整いました。これにより、商品の魅力を高めるデザインが迅速に提供されるようになりました[41][50]。

4.2 製造業の成功事例

4.2.1 パナソニックの事例

パナソニックは、生成 AI を活用して製品設計と業務効率化を推進しています。特に、電気シェーバー「LAMDASH」のモーター設計に生成 AI を導入し、モーター出力を 15% 向上させる成果を上げました[54][55]。

また、社内 AI アシスタント「ConnectAI」を開発し、約 13,400 名の国内全社員に展開しました。この AI アシスタントは、日常業務の効率化を支援し、1 日 5000 回以上の利用実績を持つなど、生産性向上に大きく貢献しています[47][53]。

4.2.2 住友化学の事例

住友化学は、生成 AI を活用して研究開発プロセスの効率化を実現しました。生成 AI 「ChatSCC」を自社の事業に合わせて改良し、文書作成やプログラムソースコード生成、技術アイデアの創出などに活用しています[37][50]。

この取り組みにより、約 200 の業務パターンをテストした結果、最大で 50% 以上の効率化を確認しました。また、生成 AI の導入により、従業員がより創造的な業務に集中できる環境が整いました[37][50]。

4.2.3 オムロンの事例

オムロンは、生成 AI を活用して製造現場での作業効率化を図っています。特に、言語指示で動くロボットの開発に生成 AI を導入し、柔軟な対応能力を持つロボットの実現を目指しています[45][55]。

この取り組みにより、製造現場での作業効率が向上し、より高度な生産プロセスが可能となりました。また、生成 AI を活用した新しい技術の導入により、競争力の強化が期待されています[45][55]。

4.2.4 旭鉄鋼の事例

旭鉄鋼は、生成 AI を活用して製造現場の改善活動を効率化しました。生成 AI を用いて現場の知識やノウハウを共有し、改善提案の質を向上させる仕組みを構築しました[41][45]。

この取り組みにより、製造現場での業務効率が大幅に向上し、持続可能な生産体制の構築に成功しました。また、生成 AI を活用した改善活動は、他の製造業にも応用可能なモデルケースとなっています[41][45]。

4.3 金融・サービス業の成功事例

4.3.1 SMBC グループの事例

SMBC グループは、独自の対話 AI 「SMBC-GPT」を開発し、業務効率化と生産性向上を実現しました。この AI は、文書作成や要約、コード生成の支援を行い、社員の業務負担を軽減しています[51][59]。

また、専用環境で動作するため、機密情報の取り扱いに関しても万全のセキュリティを確保しています。この取り組みにより、複雑な作業の短時間処理が可能となり、プロジェクト全体の効率が向上しました[51][59]。

4.3.2 七十七銀行の事例

七十七銀行は、生成 AI を活用して商品の販売状況の分析と需要予測の精度向上を実現しました。この取り組みにより、需要予測の精度が 35%向上し、ターゲット層別のマーケティング成功率が 22%改善されました[35][55]。

また、生成 AI を活用したデータ分析により、顧客ニーズに迅速に対応できる体制が整いました。この結果、顧客満足度の向上と業務効率の改善が達成されました[35][55]。

4.3.3 星野リゾートの事例

星野リゾートは、生成 AI 搭載オペレーター支援ツール「KARAKURI assist」を導入し、宿泊予約に関する電子メール業務の効率化を実現しました。このツールは、メール対応の自動化と品質向上を支援し、新人の早期戦力化にも寄与しています[34][50]。

この取り組みにより、業務にかかる時間が大幅に短縮され、属人化の解消にも成功しました。また、生成 AI を活用したプロセス改善は、他のサービス業にも応用可能なモデルケースとなっています[34][50]。

4.4 広告・マーケティング分野の成功事例

4.4.1 パルコの事例

パルコは、生成 AI を活用して広告制作の効率化を実現しました。特に、広告の動画・ナレーション・音楽を全て生成 AI で作成し、従来の撮影プロセスを大幅に簡略化しました[44][57]。

この取り組みにより、制作時間の短縮とコスト削減が可能となり、視聴者の注目を集める効果的な広告が制作されました。また、生成 AI を活用した広告制作は、他のマーケティング分野にも応用可能なモデルケースとなっています[44][57]。

4.4.2 サントリーの事例

サントリーは、生成 AI を活用してユニークな CM を企画しました。生成 AI からのアドバイスを基に、奇想天外な内容の CM を制作し、視聴者の関心を引きつけることに成功しました[41][51]。

この取り組みにより、広告制作プロセスの効率化とクリエイティブな表現の拡大が実現しました。また、生成 AI を活用した CM 制作は、他の広告分野にも応用可能なモデルケースとなっています[41][51]。

4.4.3 日本コカ・コーラの事例

日本コカ・コーラは、生成 AI を活用して消費者参加型のプロモーションを展開しました。特に、AI 画像生成ツール「Create Real Magic」を使用し、消費者が自分だけのクリスマスカードを作成できるサービスを提供しました[44][48]。この取り組みにより、消費者との関係性が強化され、ブランドの信頼と信用が向上しました。また、生成 AI を活用したプロモーションは、他のマーケティング分野にも応用可能なモデルケースとなっています[44][48]。

4.4.4 アサヒビールの事例

アサヒビールは、生成 AI を活用して体験型プロモーションを展開しました。画像生成 AI 「Stable Diffusion」を使用し、消費者がオリジナル画像を作成できるサービス「Create Your DRY CRYSTAL ART」を提供しました[44][56]。この取り組みにより、消費者の興味を引きつける新しい体験型プロモーションが実現しました。また、生成 AI を活用したプロモーションは、他の広告分野にも応用可能なモデルケースとなっています[44][56]。

6. 結論

6.1 生成 AI のマーケティング活用の総括

生成 AI は、マーケティング分野において多岐にわたる可能性を示しており、日本企業にとってもその活用は大きな変革をもたらしています。生成 AI の導入により、業務効率化、コスト削減、クリエイティブ制作の革新、顧客エンゲージメントの強化、そして商品開発の変革が実現されました。これらの成果は、企業の競争力を高めるだけでなく、消費者との関係性をより深めることにも寄与しています。

例えば、セブンイレブンでは生成 AI を活用して商品企画の期間を最大 90%短縮し、迅速な市場投入を可能にしました[7][51]。また、パルコは広告制作に生成 AI を全面的に活用し、モデル撮影を行わずに高品質な広告を制作することで、制作コストと時間を大幅に削減しました[2][44]。さらに、麒麟ビールは AI ペルソナを活用して顧客インサイトを抽出し、商品開発のスピードと精度を向上させています[34][56]。

生成 AI の活用は、単なる業務効率化にとどまらず、企業のマーケティング戦略そのものを再定義する可能性を秘めています。特に、消費者データの分析やパーソナライズされたコンテンツの提供において、生成 AI は従来の手法では到達できなかったレベルの精度とスピードを実現しています[13][24]。これにより、企業は消費者のニーズに迅速かつ的確に応えることが可能となり、顧客満足度の向上やブランドロイヤルティの強化につながっています[6][19]。

一方で、生成 AI の活用には課題も存在します。データのセキュリティやプライバシーの保護、生成されたコンテンツの品質管理、そして AI の倫理的な利用に関する懸念が挙げられます[3][56]。これらの課題に対処するためには、技術的な対策だけでなく、企業全体での意識改革と適切なガバナンスが求められます。

6.2 今後の展望と課題

6.2.1 生成 AI 活用の可能性

生成 AI の進化は、今後さらに多くの分野での活用を可能にするでしょう。特に、以下のような領域での展開が期待されています。

1. パーソナライズの深化

生成 AI は、消費者の行動データや嗜好を分析し、個々のニーズに合わせたパーソナライズされたコンテンツやサービスを提供する能力を持っています。例えば、Walmart では生成 AI を活用して顧客ごとにカスタマイズされたマーケティングコンテンツを生成し、顧客満足度を向上させています[60]。

2. クリエイティブ制作のさらなる革新

広告やコンテンツ制作において、生成 AI は新しい表現方法を提供し続けています。例えば、サントリーは生成 AI を活用してユニークな CM を制作し、視聴者の注目を集めることに成功しました[2][41]。今後は、インタラクティブな広告やリアルタイムで生成されるコンテンツが普及する可能性があります[16][19]。

3. 商品開発の効率化と精度向上

商品企画や開発プロセスにおいて、生成 AI はデータ分析とアイデア生成を効率化するツールとしての役割を果た

しています。セブンイレブンやキリンビールの事例はその好例であり、今後はさらに多くの企業がこの分野で生成 AI を活用することが予想されます[7][34]。

4. 新たな市場創出

生成 AI は、従来の市場では考えられなかった新しい製品やサービスの創出を可能にします。例えば、アサヒビールは生成 AI を活用した体験型プロモーションを展開し、消費者に新しい価値を提供しています[36][44]。

6.2.2 課題と解決策

生成 AI の活用が進む一方で、以下のような課題が依然として存在します。

1. データセキュリティとプライバシー

生成 AI の活用には大量のデータが必要ですが、そのデータの管理とセキュリティは重要な課題です。特に、個人情報取り扱いにおいては、法規制の遵守と透明性の確保が求められます[3][56]。解決策としては、データの匿名化や暗号化、そして専用環境での AI 運用が挙げられます[51][59]。

2. 生成コンテンツの品質管理

生成 AI が作成するコンテンツの品質や信頼性を確保することは、企業のブランドイメージに直結します。例えば、生成されたコンテンツが誤情報を含む場合、消費者の信頼を損なうリスクがあります[19][56]。これを防ぐためには、人間による最終チェックや、AI の学習データの品質向上が必要です[57][59]。

3. 倫理的な利用

生成 AI の活用には倫理的な問題も伴います。例えば、AI が生成したコンテンツが偏見や差別を助長する可能性があります[3][56]。これに対処するためには、AI の開発段階から倫理的な基準を設定し、定期的な監査を行うことが重要です[59][60]。

4. デジタル人材の育成

生成 AI を効果的に活用するためには、AI に関する知識とスキルを持つ人材が必要です。しかし、日本ではデジタル人材の不足が課題となっています[3][56]。これを解決するためには、企業内での教育プログラムの実施や、外部専門家との連携が求められます[59][60]。

6.3 日本企業への提言

日本企業が生成 AI を効果的に活用し、競争力を高めるためには、以下の提言が重要です。

1. 戦略的な導入計画の策定

生成 AI の導入は、単なる技術的な取り組みではなく、企業全体の戦略として位置付ける必要があります。具体的には、生成 AI を活用する目的や目標を明確にし、それに基づいた導入計画を策定することが求められます

[13][56]。

2. データの有効活用と管理

生成 AI の効果を最大化するためには、質の高いデータの収集と管理が不可欠です。企業は、自社のデータインフラを整備し、データの透明性とセキュリティを確保する必要があります[3][56]。

3. 人間と AI の協働体制の構築

生成 AI は人間の代替ではなく、補完的なツールとして活用することが重要です。例えば、AI が生成したコンテンツを人間が最終的に確認・修正するプロセスを組み込むことで、品質と信頼性を確保できます[57][59]。

4. デジタル人材の育成と組織文化の変革

生成 AI を効果的に活用するためには、デジタル人材の育成とともに、組織全体でのデジタル文化の醸成が必要です。これには、社員教育プログラムの実施や、AI 活用に対する意識改革が含まれます[59][60]。

5. 倫理的なガイドラインの策定

生成 AI の活用においては、倫理的な問題に対処するためのガイドラインを策定し、全社員がそれを遵守する体制を構築することが重要です[56][59]。

これらの提言を実行することで、日本企業は生成 AI を活用した新たな価値創造を実現し、国際競争力を高めることができるでしょう。

1. [【事例あり】生成 AI をマーケティングに活用するメリットと ...](#)
2. [【事例 7 選】生成 AI をマーケティングに活用する 3 つの方法](#)
3. [Japanese businesses can unleash gen AI by addressing top ...](#)
4. [【2025 年最新版】マーケティングでの生成 AI 活用事例 – note](#)
5. [日本企業の生成 AI 活用事例まとめ | 業務を大幅に改善 ... – WEEL](#)
6. [21 Examples of AI in Marketing and Advertising – LinkedIn](#)
7. [7-Eleven Japan optimises product planning with generative AI](#)
8. [【業界別】企業の生成 AI 活用事例 18 選 | 導入ステップも紹介](#)
9. [7-Eleven Japan to use generative AI to speed production ...](#)
10. [生成 AI の企業活用事例 15 選 | できることや代表的なツール](#)
11. [【生成 AI】日本企業の活用事例 18 選！大手・スタートアップの ...](#)
12. [商品企画・開発やコンテンツ制作に生成 AI を活用している企業 ...](#)
13. [【事例あり】生成 AI をマーケティングに活用するメリットと ...](#)
14. [AI を活用した競合調査サービスの提供を開始 – 株式会社 atarayo](#)
15. [生成 AI の活用事例 20 選 | 国内企業の成功例・使い方ポイントも ...](#)
16. [生成 AI で切り開く！マーケティング新時代 – 効率化と戦略進化 ...](#)
17. [生成 AI 比較&導入事例 | 日本企業の成功事例 10 選と活用ポイント](#)

18. [生成 AI で CVR が爆上がりするマーケティング活用方法を解説 ...](#)
19. [【2025 年最新版】 マーケティングでの生成 AI 活用事例 – note](#)
20. [生成 AI 導入成功企業事例まとめ 10 選【業務時間短縮編】](#)
21. [国内大手企業での生成 AI 活用事例とツール 12 選！！](#)
22. [11+ Use – Cases of Generative AI in Marketing – Delve AI](#)
23. [生成 AI でマーケティング業務を効率化！作業工数を短縮する ...](#)
24. [Redefining marketing operations through generative AI](#)
25. [AI を活用したマーケティングツールおすすめ比較 14 選！活用 ...](#)
26. [How AI is Reshaping Marketing Operations: Key Changes ...](#)
27. [生成 AI で業務効率化する方法・活用アイデア 8 選とツール 10 選](#)
28. [How organizations can leverage generative AI for efficiency ...](#)
29. [業務効率化ができる生成 AI 10 選！ビジネスを加速させる最新 ...](#)
30. [The Top 10 AI Tools for Marketers \(Updated 2024\) – Pecan AI](#)
31. [生成 AI をマーケティングに活用した事例 5 選！メリットやリスク](#)
32. [What is the automation of marketing operations through ...](#)
33. [Four generative AI use cases for marketing operations – Beyond](#)
34. [生成 AI 導入成功企業事例まとめ 10 選【業務時間短縮編】](#)
35. [国内の生成 AI 活用事例、成功企業 18 社の共通点とは？](#)
36. [AI 活用法は？製品開発の新戦略 – Hakky Handbook](#)
37. [商品企画・開発やコンテンツ制作に生成 AI を活用している企業 ...](#)
38. [日本企業による生成 AI の最新導入事例と成功要因](#)
39. [生成 AI を導入した企業の活用事例 10 選！活用シーンも紹介](#)
40. [生成 AI の活用事例 20 選 | 国内企業の成功例・使い方ポイントも ...](#)
41. [日本企業による生成 AI 活用の成功事例 10 選 | 狙いや成果も紹介](#)
42. [生成 AI 導入成功企業事例まとめ 10 選【業務時間短縮編】](#)
43. [日本企業による生成 AI の最新導入事例と成功要因](#)
44. [【7 業界 25 事例】 企業の生成 AI 活用事例一覧 | 活用方法も紹介](#)
45. [大手日本企業の生成 AI の活用事例 30 選 | 9 つの活用方法も紹介](#)
46. [商品企画・開発やコンテンツ制作に生成 AI を活用している企業 ...](#)
47. [国内大手企業での生成 AI 活用事例とツール 12 選！！](#)
48. [生成 AI の企業活用事例 15 選 | できることや代表的なツール](#)
49. [生成 AI の活用事例 20 選 | 国内企業の成功例・使い方ポイントも ...](#)

50. [生成 AI 導入成功企業事例まとめ 10 選【業務時間短縮編】](#)
51. [生成 AI の企業活用事例 15 選 | できることや代表的なツール](#)
52. [【2024 年】日本&海外における生成 AI の面白い活用事例 64 選 ...](#)
53. [Generative AI in the Wild – 5 Innovative Case Studies – Data Axle](#)
54. [When Generative AI Meets Product Development](#)
55. [商品企画・開発やコンテンツ制作に生成 AI を活用している企業 ...](#)
56. [Japanese businesses can unleash gen AI by addressing top ...](#)
57. [生成 AI を使った商品開発とは? | お知らせ – FOOD TOWN](#)
58. [From Ideas to Innovation: The Impact of Generative AI on ...](#)
59. [日本企業による生成 AI の最新導入事例と成功要因](#)
60. [20 Generative AI Case Studies【2025】 – DigitalDefynd](#)