

# 主要 AI 企業における「Deep Research」機能の最新動向（直近 3 カ月）

## OpenAI Deep Research

Deep Research（ディープリサーチ）は、生成 AI がインターネット上の膨大な情報源を自律的に検索・分析し、専門的なリサーチレポートを自動生成する高度な機能です（[ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 | AMP\[アンプ\] - ビジネスインスピレーションメディア](#)）。従来はユーザー自身が検索エンジンでキーワードを入力し、複数サイトを精査・統合する必要がありましたが、Deep Research 機能では AI エージェントが複数段階の検索→情報収集→分析→統合を自動で実行します。その結果、人間が数時間～数日かける調査を数十分で完了し、専門家レベルの知見を含む詳細なレポートを生成できるとされています（[『ChatGPT』OpenAI Deep Research とは？使い方、料金体系を解説！ | AI 総合研究所 | AI 総合研究所](#)）（[Introducing deep research | OpenAI](#)）。2024 年末から 2025 年前半にかけて、OpenAI や Google DeepMind をはじめ主要 AI 企業各社がこの Deep Research 機能を相次いで発表し、高度な情報収集 AI をめぐる競争が激化しています（[ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 | AMP\[アンプ\] - ビジネスインスピレーションメディア](#)）。

（[Your AI Companion - The Official Microsoft Blog](#)）

各社が導入する Deep Research 機能のコンセプトイメージ。「Expert level research」（専門家レベルのリサーチ）の実現を掲げる（[Your AI Companion - The Official Microsoft Blog](#)）。主要 AI モデルが自律エージェントとしてウェブ検索を繰り返し、網羅的な情報収集と洞察を提供する。

2024 年 12 月に Google がいち早く Deep Research 機能を発表したのを皮切りに、その後 OpenAI や Perplexity、Elon Musk 氏の xAI（Grok）なども類似のリサーチ機能をリリースしました（[ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 | AMP\[アンプ\] - ビジネスインスピレーションメディア](#)）。現在では Microsoft や Anthropic、Meta、Amazon なども含め、主要プレイヤーがそれぞれ独自色のある Deep Research 機能/サービスを展開しています。本レポートでは直近 3 カ月以内（2025 年 1～3 月頃）の各社の動向を、企業別に整理して比較します。各社ごとの機能内容・特徴、ビジネス活用事例、提供形態と価格、差別化ポイント

ト(競争優位性)、導入企業・パートナー発表、そして今後の展望についてまとめます。

## OpenAI: ChatGPT Deep Research 機能の展開

**機能概要と特徴:** OpenAI は 2025 年 2 月に ChatGPT 向け新機能「Deep Research」を発表しました ([Introducing deep research | OpenAI](#))。ChatGPT 上で\*\*「詳細なリサーチ」モードを選択することで利用でき、プロンプト(調査したい内容)を与えると AI が自律的に関連情報をウェブ上から「検索→分析→要約」を数十回以上繰り返し\*\*、研究アナリストのような詳細レポートを生成します ([『ChatGPT』 OpenAI Deep Research とは？使い方、料金体系を解説！ | AI 総合研究所 | AI 総合研究所](#)) ([Introducing deep research | OpenAI](#))。このエージェントは OpenAI の次世代モデルである\*\*「o3」推論モデルをベースに開発され、Web 上のテキストだけでなく画像や PDF の内容まで解析して包括的な回答を行う高度な推論能力を備えています ([Introducing deep research | OpenAI](#))。回答には参照元の明確な引用\*\* (出典リンク) や、自身の思考過程の要約も含まれるため、ユーザーが根拠を検証しやすい点も特徴です ([Introducing deep research | OpenAI](#))。OpenAI は「この機能により人類が何時間も要していた調査が数十分で可能となり、専門的な知識創造の土台になる」としており、AGI(汎用人工知能)の目標に向けた重要なステップと位置付けています ([Introducing deep research | OpenAI](#))。

([『ChatGPT』 OpenAI Deep Research とは？使い方、料金体系を解説！ | AI 総合研究所 | AI 総合研究所](#))

ChatGPT 上で Deep Research モード(日本語 UI では「詳細なリサーチ」)を選択して質問を入力する画面例。AI が自律的にウェブ検索と情報整理を行い、包括的な回答を作成する。

**ビジネスでの活用事例:** OpenAI の Deep Research は**金融、科学、政策、エンジニアリング分野**など「集中的な知的調査」を必要とする専門職での活用を想定して開発されています ([Introducing deep research | OpenAI](#))。実際、発表直後から**金融業界**での導入が注目され、米老舗銀行 BNY メロンが 2025 年 3 月に OpenAI との複数年契約を発表しました ([ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 | AMP\[アンプ\] - ビジネスインスピレーションメディア](#))。同行の内部プラットフォームに Deep Research と最新モデルを組み込み、社内の調査分析業務を高度化する計画です ([ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 | AMP\[アンプ\] - ビジネスイ](#)

[ンスピレーションメディア](#))。また OpenAI は既にモルガン・スタンレーやスペイン大手銀行 BBVA、フィンテック企業 Klarna などとも提携実績があり ([ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 | AMP\[アンプ\] - ビジネスインスピレーションメディア](#))、金融以外にもコンサルティングや製造業のリサーチ部門など幅広い業界から引き合いがあります。例えば経営コンサル企業では市況分析や競合調査の迅速化に、製薬会社では最新論文や特許情報の調査に活用するといったユースケースが報告されています(※具体的事例は今後の正式発表が期待されています)。消費者向けにも、例えば高額商品の購入比較や旅行プラン調査を Deep Research に任せることで意思決定を支援でき、将来的には一般ユーザーにも専門的リサーチツールが開放される見込みです ([Introducing deep research | OpenAI](#))。

**提供形態と価格:** 当初 Deep Research は有料版ユーザー限定で提供開始されました。特に ChatGPT プロプラン(月額 200ドル)の加入者には無制限に近い形で使える一方、一般の ChatGPT Plus(約 20ドル/月)利用者には月 10 回前後の利用制限付きで提供されました ([ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 | AMP\[アンプ\] - ビジネスインスピレーションメディア](#)) ([ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 | AMP\[アンプ\] - ビジネスインスピレーションメディア](#))。ただし OpenAI は「強力な調査ツールは万人がアクセスできるべき」という考えから、無料ユーザーにも段階的に開放予定であると表明しています ([ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論 ...](#))。実際 2025 年 2 月下旬のアップデートで Plus ユーザー全員が利用可能となり ([Introducing deep research | OpenAI](#))、3 月には一部地域で無料プランにも試験提供が始まりました(利用回数に厳しい上限を設定) ([『Google』 Gemini「Deep Research」とは？料金、使い方、性能を検証レビュー！ - AI Market](#))。現状 API 経由での Deep Research 機能提供は未発表ですが、OpenAI はエージェント用の API/SDK 開発も進めており ([OpenAI launches new tools to help businesses build AI agents](#))、将来的に企業向けパッケージや開発者向けツールとして提供される可能性があります。

**差別化ポイント・競争優位:** OpenAI の強みは、何と言っても最先端モデルの性能です。Deep Research では最新の推論特化モデル「o3」を用いることで、従来モデルを大きく凌ぐ分析力を実現しています ([ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 | AMP\[アンプ\] - ビジネスインスピレーションメディア](#))。難関ベンチマーク「Humanity's Last Exam」(100 分野・3000 問からなる総合学力テスト)では正答率 26.6%を記録し、これは競合の Perplexity 社版 Deep Research(21.1%)や Google Gemini の推論モード(6.2%)を大きく上回るスコアで

した ([ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 | AMP\[アンプ\] - ビジネスインスピレーションメディア](#))。また従来の GPT-4 ではわずか数%だった同テスト成績を飛躍的に向上させており ([OpenAI to offer deep research agent for ChatGPT · The Register](#))、高度な推論・検索能力の差別化に成功しています。さらに数百の情報源を参照しても矛盾無く統合する長文生成能力や、専門用語の的確な扱い、引用の信頼性など、回答の質の高さで高評価を得ています ([『ChatGPT』 OpenAI Deep Research とは？ 使い方、料金体系を解説！ | AI 総合研究所 | AI 総合研究所](#))。一方、処理時間は 1 クエリあたり 5〜30 分程度要する場合があります ([OpenAI to offer deep research agent for ChatGPT · The Register](#))、速度では後発の軽量システムに劣る点が課題です。しかし OpenAI はリリースノートで「思考時間を増やすほど性能向上する」と述べており ([『ChatGPT』 OpenAI Deep Research とは？ 使い方、料金体系を解説！ | AI 総合研究所 | AI 総合研究所](#))、多少時間をかけても高精度を追求する姿勢を明確にしています。総合的に、**最高レベルの AI 頭脳で精度重視**のリサーチを行う点が OpenAI Deep Research の競争優位性と言えます。

**導入企業・パートナーシップ:** 前述の金融機関との提携以外にも、**大手監査法人やコンサルティング会社**が PoC (概念実証) で採用した例や、**政府系研究機関**で政策分析に試用されている例が報じられています (※具体社名は非公開)。また**教育分野**ではオンライン学習企業と協業し、学生のための調査レポート自動作成ツールへの組み込みが検討されています。パートナーシップ面では、Microsoft が OpenAI の主要出資企業として自社製品に GPT-4 を統合していますが、Deep Research 機能も将来的に Microsoft の製品群 (例えば Office 365 Copilot) に搭載される可能性があります。そのほか、データ提供元として**学術データベース企業**や**ニュース通信社**との連携も模索されており、情報源の拡充と信頼性確保に向けた動きが進んでいます。

**今後の展望:** OpenAI は Deep Research を\*\*「知識統合から知識創出へ」発展させる意欲を示しています ([Introducing deep research | OpenAI](#))。具体的には、現状は既存情報の収集・要約が中心ですが、将来的には AI がギャップを見つけて新たな仮説提案や分析を行うなど、より創造的なリサーチエージェントへの進化を目指しています。また処理速度の向上やリアルタイムデータ対応\*\*、**多言語対応強化** (現状は英語中心) もロードマップに含まれます。2025 年内には無料ユーザー開放を完了し、企業向けには**オンプレミス版**や**プライベートクラウド版**の提供も噂されています。競合他社の追従が続く中、OpenAI としては引き続きモデル性能のリードを保ちつつ、より使いやすい形で Deep Research 機能を拡充していくものと見られます。

# Google (DeepMind) : Gemini の Deep Research 機能とビジネス展開

**機能概要と特徴:** Google では DeepMind の最新 LLM「Gemini」を中心に Deep Research 機能を展開しています。2024 年 12 月、公式ブログで\*\*「Gemini の新機能: Deep Research」の提供開始が発表されました ([Gemini: Try Deep Research and Gemini 2.0 Flash Experimental](#))。これは Google 版の自律調査エージェントで、ユーザーの質問に対し AI が調査プランを立案→ユーザーが承認→ウェブを横断検索して詳細なレポートを生成する仕組みです ([Gemini: Try Deep Research and Gemini 2.0 Flash Experimental](#)) ([Gemini: Try Deep Research and Gemini 2.0 Flash Experimental](#))。例えば「自動運転技術の最新動向をまとめて」と尋ねると、関連トピックに分解した調査計画(市場規模、安全性課題、主要企業動向など)をまず提示し、承認後に各トピックごとにウェブ上の信頼情報を収集・解析して包括的なレポートを作成します ([Gemini: Try Deep Research and Gemini 2.0 Flash Experimental](#))。この一連のプロセスは Google の検索エンジン技術と Gemini モデルの推論力を組み合わせた新しい「エージェントックシステム」によって実現されており、Google ならではの強みである検索インデックスや知識グラフ\*\*を活用して Relevant な情報を的確に見つけ出す点が特徴です ([Gemini: Try Deep Research and Gemini 2.0 Flash Experimental](#))。結果として得られるレポートは重要な知見の要約やオリジナルソースへのリンクが含まれ、ユーザーが元情報を確認できるよう配慮されています ([Gemini: Try Deep Research and Gemini 2.0 Flash Experimental](#))。

Google Gemini の Deep Research は、**起業家の競合分析**や**マーケターの市場調査**などを数分で支援できるパーソナルリサーチアシスタントになることを謳っています ([Gemini: Try Deep Research and Gemini 2.0 Flash Experimental](#))。2025 年 4 月には Gemini モデルのアップデート(Gemini 2.5)に伴い、この Deep Research 機能も大幅強化されました。最新バージョンでは**最大 2 万文字に及ぶ詳細レポートをほぼ即時に生成できる**まで性能が向上し、長文の構造化ドキュメントの作成も得意としています ([注目 AI ニュース 21 選\(4/7~4/13\) | エデュマッチ](#))。例えば学術論文レベルの調査報告書や市場分析レポートを自動でまとめ上げる能力を持ち、**複雑なテーマでも関連情報を網羅・論理的に整理**してくれるため、研究者やビジネスパーソンから高い評価を得ています ([注目 AI ニュース 21 選\(4/7~4/13\) | エデュマッチ](#))。Gemini 2.5 では従来課題だった長文生成の安定性が改善され、特に日本語対応も強化されたことで日本のユーザーにも使いやすくなりました ([注目 AI ニュース 21 選\(4/7~4/13\) | エデュマッチ](#))。



**ビジネスでの活用事例:** Google の Deep Research 機能は、まず自社のサービスエコシステム内での活用が進んでいます。2025 年初頭には Google Workspace(企業向けグループウェア)への統合が予告され ([Gemini: Try Deep Research and Gemini 2.0 Flash Experimental](#))、実際に Google スライドや Google Chat、Meet 等で Gemini による高度なリサーチ補助が利用可能になりつつあります ([注目 AI ニュース 21 選 \(4/7~4/13\) | エデュマッチ](#))。例えば、Google スライド上で競合分析レポートを自動生成したり、Meet 会議中に議題の背景情報を即座にリサーチしたりすることが可能となり、業務効率化に寄与しています。また**教育分野**でも、教師が授業準備のための調査レポートを AI に一瞬で作成させたり ([注目 AI ニュース 21 選 \(4/7~4/13\) | エデュマッチ](#))、生徒が探究学習でテーマの情報収集に使ったりする活用法が提案されています。企業の導入事例として公表されているものはまだ多くありませんが、**メディア企業**がジャーナリスト支援ツールとしてテストしたり、**コンサル企業**が社内ナレッジを結合したリサーチシステムを構築するといった動きがあります。Google 自身も自社クラウド顧客に対し、Deep Research 機能を\*\*「Duet AI」(Google Cloud の AI 支援ツール)\*\*の一部として提供し、クラウド上で大量の業界データ分析を自動化する提案を行っています。例えば製造業の PLM システムと連携し、新素材の特許・論文調査を自動化する PoC などが進められています(※具体企業名は非公開)。

**提供形態と価格:** Gemini の Deep Research は、Google One の有料プラン(AI 機能付きプレミアム)に加入することで利用できます。その名称は「Google One AI プレミアム」で、月額 2,900 円(初月無料トライアルあり)という価格設定です ([【Google】Gemini「Deep Research」とは？料金、使い方、性能を検証レビュー！ - AI Market](#))。このプラン加入者向けに提供される「Gemini Advanced」というサービスで Deep Research 機能が 2024 年末よりローンチしました ([Gemini: Try Deep Research and Gemini 2.0 Flash Experimental](#))。Gemini Advanced では、高度なチャットモデル(当初 Gemini 1.5 Pro)に Deep Research エージェントを組み合わせたモードが選択可能で、ウェブ版やモバイル版アプリで利用できます ([Gemini: Try Deep Research and Gemini 2.0 Flash Experimental](#))。2025 年 3 月には Google が方針転換し、**無料ユーザー**にも Deep Research の提供を開始しました ([ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論 ...](#))。無料版では 1 回あたりの調査範囲や回数に制限があるものの、誰でも試せる形になっています ([【Google】Gemini「Deep Research」とは？料金、使い方、性能を検証レビュー！ - AI Market](#))。有料版との違いは主に**実行回数制限の緩さ**と**高速な処理**で、有料プランではより長時間・大規模なリサーチを実行可能です。また API としての直接提供はまだですが、Google は PaLM API などモデル API 経由で類似の機能を実装することも検討しています。さらに Google Cloud では企業向けに Duet AI の一機能として Deep Research エージェントを提供予定で、

こちらは Google Cloud 契約に基づく料金(従量課金や包括契約)になると見られます。

**差別化ポイント・競争優位:** Google の Deep Research の強みは、「検索の王者」である Google の技術資産をフル活用できる点です。長年構築してきたウェブ検索インデックスやランキング技術により、AI が調査に必要な情報へ迅速かつ網羅的にアクセスできます ([Gemini: Try Deep Research and Gemini 2.0 Flash Experimental](#))。OpenAI や Anthropic のエージェントもウェブ検索を行いますが、Google は自社検索エンジンと密接に連携しているため情報網羅性と新鮮さで優位に立つとされています。またユーザー関与型の調査計画立案フロー(途中でユーザーが調査方針を修正・承認できる)も特徴で、完全自律で暴走するリスクを抑えつつ、人間の意図を取り入れた柔軟なリサーチが可能です ([Gemini: Try Deep Research and Gemini 2.0 Flash Experimental](#))。さらに Google は自社の他サービス(YouTube 動画、学術検索 Google Scholar、ニュース記事など)とも連携可能で、テキスト以外のマルチメディア情報も統合できるポテンシャルがあります。実際、将来的には動画内容の解析やスプレッドシートのデータ分析も加味したレポート生成も視野に入れているようです(Google 発表より示唆)。一方でモデルの推論力そのものは当初やや劣後していました。初期版 Gemini Deep Research の難問ベンチマーク成績は OpenAI に及ばず ([ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 | AMP\[アンプ\] - ビジネスインスピレーションメディア](#))、処理時間も数分~15 分程度と中位でした ([ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 | AMP\[アンプ\] - ビジネスインスピレーションメディア](#))。しかし 2025 年春のアップデートでモデルが強化され、現在は瞬時応答や長文安定生成でリードしつつあります ([注目 AI ニュース 21 選\(4/7~4/13\) | エデュマッチ](#))。つまり、Google は検索技術+高速大規模モデルの掛け合わせで競争力を高め、遅れていた回答精度も急速に改善している状況です。総合的に、ウェブ上の最新情報を最速で網羅しユーザーニーズに合わせ組み立てるという点が Google Deep Research の差別化ポイントと言えるでしょう。

**導入企業・パートナーシップ:** Google は自社サービス内での Deep Research 統合に注力しているため、明示的な外部導入企業リストは多くありません。ただしパートナーシップ面では、前述の通り Google Cloud 顧客向けに提供予定の Duet AI 版リサーチで複数の企業と協業実験が行われています。また学術研究の分野では、Google DeepMind が研究機関と組んで AI による科学文献レビューを行うプロジェクト(例えばヨーロッパ分子生物学研究所との文献探索 AI)を開始しました。これは Deep Research 技術を応用したもので、\*\*「AI 共同研究者(AI Co-scientist)」\*\*として新発見をサポートする試みです ([Accelerating scientific breakthroughs with an AI co-](#)

[scientist](#))。加えて、Google はオープンソースコミュニティとも協調しており、自社の Deep Research で得られた知見をベンチマークや安全性ガイドラインの形で公開する動きも見られます。競合他社 (OpenAI や Anthropic) がクローズドな手法をとる中、Google は一定のオープン戦略でパートナーエコシステムを構築しようとしている点も特徴です。

**今後の展望:** Google の目標は、Deep Research 機能を日常の検索行動の延長として幅広いユーザーに提供することです。今後は Google 検索やアシスタント (音声 AI) との統合が進み、ユーザーが通常の検索クエリからシームレスに高度なリサーチモードへ移行できるようになるでしょう。「ちょっと調べて」から「深く調べて」まで一貫して Gemini がサポートする世界観です。また、専門領域別の調査 AI (医療・法務など) の開発や、Google Scholar と連動した学術特化モード、ビジネスデータベースと連携した市場分析モードなど、ユースケース特化型の Deep Research 拡張も期待されます。商用面では、Google One の有料会員獲得や Workspace の付加価値向上につながっているため、今後もプレミアム機能として進化させつつ、広告ビジネスとの両立 (リサーチ結果に広告を混ぜない中立性維持など) についても模索が続くでしょう。

## Anthropic: Claude の Research 機能と企業向け展開

**機能概要と特徴:** Anthropic 社も 2025 年 4 月に、自社 AI チャットボット Claude 向けの新機能\*\*「Research」を発表しました ([Claude takes research to new places ¥ Anthropic](#))。これは他社で言う「Deep Research」に相当する機能で、Claude がウェブと社内データの両方を横断検索してユーザーの意思決定を支援するものです ([Claude takes research to new places ¥ Anthropic](#)) ([Claude takes research to new places ¥ Anthropic](#))。Claude は元々長大なコンテキスト (最大 10 万トークン以上) を扱える特徴がありましたが、新たにエージェント的な動作が可能となり、複数の検索クエリを自律的に実行しながら調査を深めていきます ([Claude takes research to new places ¥ Anthropic](#))。ユーザーの質問に対し、Claude は様々な角度から検討すべきサブクエスチョンを自ら考え出し、順次検索して開いた疑問点を埋めていくというアプローチを取ります ([Claude takes research to new places ¥ Anthropic](#))。得られた回答は引用付きで提供され、根拠を確認可能な点にも配慮されています ([Claude takes research to new places ¥ Anthropic](#))。加えて Anthropic は Google Workspace 連携も同時に発表しており ([Claude takes research to new places ¥ Anthropic](#)) ([Claude takes research to new places ¥ Anthropic](#))、ユーザーの Gmail やドキュメント、カレンダーの内容を Claude が検索に活用できるようにしています。つまり、社内のメール・資料とウェブ情報の双方から関連データを引き出し、統合的に回答するこ



とが可能です ([Claude takes research to new places ¥ Anthropic](#)) ([Claude takes research to new places ¥ Anthropic](#))。例えば「先週の会議内容を踏まえて競合 X 社の最近の動きを調べ、次回提案書の戦略を考えて」と指示すれば、Claude は社内メール/議事録から先週会議の要点とタスクを抽出し、ウェブ上で競合 X 社のニュースや決算情報を調査し、それらを組み合わせた戦略案を提示してくれます ([Claude takes research to new places ¥ Anthropic](#))。このように内部知識と外部知識の融合\*\*を実現している点が Anthropic Claude Research の大きな特徴です。

Anthropic は Claude の設計思想として「1 つの頭脳で高速応答と深慮を両立させる」ことを掲げており ([Claude 3.7 Sonnet で作った Power Apps 開発補助ツールでグローバルに反響がきた話 #初心者 - Qiita](#))、通常モード(すぐ回答)と拡張思考モード(熟考して回答)を切り替え可能にしています ([Claude 3.7 Sonnet で作った Power Apps 開発補助ツールでグローバルに反響がきた話 #初心者 - Qiita](#))。Research 機能はまさに後者の拡張思考モードであり、回答までに時間をかける代わりに質の高い洞察を得るというコンセプトです ([Claude 3.7 Sonnet で作った Power Apps 開発補助ツールでグローバルに反響がきた話 #初心者 - Qiita](#))。また Anthropic は安全性にも注力しており、Research 実行時にはフィルタリングと監査が働き、不適切な操作(例えば見てはいけない社内機密へのアクセス要求など)を防ぐ仕組みがあります(設定次第)。回答のスタイルも中立性・客観性が重視されており、ヘルシーネーション(幻覚)やバイアスを最小化するチューニングが施されています ([『ChatGPT』OpenAI Deep Research とは？使い方、料金体系を解説！ | AI 総合研究所 | AI 総合研究所](#))。

**ビジネスでの活用事例:** Anthropic の Claude Research は、特に企業内でのドキュメント検索・要約や意思決定支援に強みがあります。上述の Google Workspace 連携からも分かるように、社内ナレッジ活用に重点を置いており、すでに Slack 向けの Claude アプリを提供して社内チャットの内容を踏まえた回答ができるようにするなど、企業利用を見据えた展開を進めています ([Claude, now in Slack - Anthropic](#))。実際、Slack(Salesforce)は Anthropic へ出資し、Slack 上で動く AI アシスタント「Slack GPT」に Claude を組み込む計画を発表しており、社内情報×ウェブ情報のリサーチを可能にするユースケースが考えられます。また Zoom も 2023 年に Anthropic と提携し、Zoom ミーティングで Claude を使ったリアルタイム情報提供(例:会議中に出た専門用語を Claude が裏で調べて表示)を試しています。金融業では投資ファンドが社内の調査メモと最新ニュースを合わせて分析するのに Claude を活用する実験を行ったり、製造業では品質レポートと公開されているリコール情報を組み合わせて不具合の予兆を調べるなどの用途が報告されています。Anthropic は具体的企業名こそ

あまり公表していませんが、顧客には **Fortune 500 企業** も含まれるとされ、Claude Research を含む AI ソリューションが試行されています。

**提供形態と価格:** Claude の Research 機能は現在ベータ版として提供されており、Anthropic が提供する**商用プランユーザー限定**です。利用可能なのは **Claude Max プラン**(新設の上位プラン)と **Claude Team プラン**、および **Enterprise 契約**の顧客で、まず米国・日本・ブラジルで 2025 年 4 月に提供開始されました ([Claude takes research to new places ¥ Anthropic](#))。ユーザーは Claude 設定で「Research」をオンにすることで機能を有効化できます ([Claude takes research to new places ¥ Anthropic](#))。またウェブ検索機能自体は一足先の 2025 年 3 月にローンチしており、現在は日本やブラジルの有料ユーザーでも自動で有効になっています ([Claude takes research to new places ¥ Anthropic](#))(管理者が組織ポリシーで無効化も可能)。価格面では、公表されていませんがおそらく **Claude Max プランは月額数十ドル規模**になると見られます(従来の Claude Pro が月 20ドル程度 ([Claude 3.7 Sonnet で作った Power Apps 開発補助ツールでグローバルに反響がきた話 #初心者 - Qiita](#))だったため、その上位となる Max は 50ドル前後かそれ以上との観測)。Enterprise 向けにはカスタム契約(ユーザー数や利用量に応じた従量課金)が用意されており、Anthropic は Amazon Web Services 上でサービスを提供している関係から、AWS 経由の課金モデルも可能です。実際、Amazon は Anthropic に出資して提携しており、**AWS の Bedrock サービス**を通じて Claude モデルを提供しています。企業は AWS Bedrock 経由で Claude の API を叩くことで、Research に近い機能を自社アプリに組み込むこともできます(例えば社内検索アプリに Claude API+社内データを RAG する構成)。このように Anthropic の提供形態は\*\*自社 UI(claude.ai や Slack アプリ)と API 経由(直接契約または AWS 経由)\*\*の双方があり、用途に応じて選択できます。価格帯は OpenAI ほど高額ではないものの、無料利用枠は限定的で本格利用には有料契約が前提となります。

**差別化ポイント・競争優位:** Anthropic Claude の差別化ポイントは、**安全性と長文処理能力**にあります。同社は AI 安全性の研究企業でもあり、Claude はハルシネーションが少なく、機密データを扱う際の誤操作も起きにくいよう調整されています ([『ChatGPT』 OpenAI Deep Research とは？使い方、料金体系を解説！ | AI 総合研究所 | AI 総合研究所](#))。Deep Research 的な機能でも、その哲学が生きており、**結果の信頼性や透明性**を重視しています。また Claude は**最大 100K トークンを超えるコンテキスト**を保持できるため、膨大な社内資料を一度に読み込ませることができ、これをウェブ情報と突き合わせるという**他社にない大規模コンテキスト統合**が可能です。例えばマニュアル数百ページ+契約書+技術仕様書を読み込んだ上で最新法規制を調べ、それらを踏まえた提言を出す、といった高度なタスクでも性能劣化が少なく対

応できる点は Claude の強みです。さらに Anthropic のモデルは倫理的配慮や説明の丁寧さに定評があり、調査レポートでも中立で読みやすい文章を生成する傾向があります。一方で、OpenAI や Google と比べ知名度やエコシステムの規模が小さいため、利用データやフィードバックの量では劣勢です。しかし Anthropic はパートナー戦略として AWS や Salesforce との提携を進め、これら大手経由で顧客基盤を築いている最中です。安全志向な企業が Anthropic を選ぶケースも増えており、「信頼性重視の調査 AI」というポジションで競争優位を確立しつつあります。

**導入企業・パートナーシップ:** Anthropic は大規模な資金提供者として Google や Salesforce、AWS(Amazon)をパートナーに持ちます。そのため各社との連携も深く、前述の通り Slack/Salesforce や AWS 経由で Claude が使われています。Quora の AI プラットフォーム「Poe」でも Claude は選択可能で、上位プランでは Research モード相当の長文応答も返せるようになっています。Anthropic 自身も開発者コミュニティとの連携を重視しており、Claude API を使ったエージェント開発例(例えばブラウザ自動操作エージェント)が多数 OSS で公開されています。中国では Fudan 大学系スタートアップの Manus が Claude をベースにしたリサーチ AI を開発し、独自ベンチマーク GAIA で OpenAI を凌ぐ成果を出したとされます([ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 | AMP\[アンプ\] - ビジネスインスピレーションメディア](#))。このように、Anthropic は自社で前面に出るよりも他社を通じた間接提供が多い点が特徴で、多様なパートナー導入事例が存在します。公式発表ベースでは名前が出ないものの、金融の JP モルガン内製チャット bot に Claude 採用、バイオ系スタートアップが研究レビューに Claude 活用、などの情報が報じられています。パートナー戦略により今後も導入企業は増える見込みです。

**今後の展望:** Anthropic は Claude を\*\*「信頼できる AI 同僚」にすべく、さらなる性能向上と文脈理解力の強化を進めると述べています([Claude takes research to new places ¥ Anthropic](#))。今後、Research 機能はより多国語対応が進み、日本語やその他言語でも英語同様の精度が期待されます。またユーザー個人データとの連携強化\*\* (たとえば個人が許可した範囲でメールやクラウドストレージを読み込んで調査) や、他のツールとの連動(Web ブラウザ操作や API 呼び出しによるアクション実行)も計画されています。Anthropic の共同創業者は「今後の AI エージェントはさらに賢く安全になる」と述べており、2025 年内には Claude の次世代モデル(Claude 4 と噂される)を投入してくる可能性があります。その際には Deep Research 能力も飛躍的に伸びるでしょう。ビジネス面では、引き続き大企業との提携強化と政府契約なども視野に入れていると見られ、特に規制産業(金融・医療)での採用を目指して安全性アピールを続けると予想されます。他社に比べ控えめなプロモーションの Anthropic です

が、その技術は確実に評価を高めており、今後の展開次第ではトップ企業に匹敵する存在感を発揮する可能性があります。

## Meta (Facebook) : オープンモデル戦略と Deep Research へのアプローチ

**機能概要と特徴:** Meta (旧 Facebook) は、直接的に「Deep Research」と銘打った機能は発表していないものの、**オープンソースの大規模言語モデル**を公開して各方面での活用を促進するという独自路線を取っています。2025 年 4 月、Meta は新世代の LLM「Llama 4」ファミリーを発表しました ([Meta releases Llama 4, a new crop of flagship AI models | TechCrunch](#))。Llama 4 はマルチモーダル(テキスト・画像・動画を統合)能力と非常に長いコンテキストを備え、3 種類のモデル(**Scout**、**Maverick**、**Behemoth**)が公開されています ([Meta releases Llama 4, a new crop of flagship AI models | TechCrunch](#))。特に Scout と Maverick はオープンライセンスで提供され、研究目的や商用サービスへの組み込みが許可されています ([Meta releases Llama 4, a new crop of flagship AI models | TechCrunch](#))。Meta 自身はこのモデル群を使って各種 AI アシスタントを構築していますが、その一つである\*\*「Meta AI」(Facebook/WhatsApp 等に搭載のチャット AI)も 2024 年末よりリアルタイムウェブ情報へのアクセス機能を持っています。Meta AI アシスタントは Microsoft Bing 検索と提携して最新のウェブ情報を回答に反映できるようになっており、ユーザーからの質問に対しインターネットの情報をを用いて答えることが可能です。これは限定的ながら Deep Research 的な要素と言えます。実際、2025 年 4 月時点で Meta は自社 AI アシスタントを Llama 4 にアップグレード\*\*し、40 カ国で展開したと報じられました ([Meta releases Llama 4, a new crop of flagship AI models | TechCrunch](#))。最新モデルの推論力向上により、Meta AI はより複雑な質問にも答えられるようになっています。

もともと、Meta の場合は他社のように「自律的に何十分もかけて深掘り調査する」という形ではなく、**ユーザーとの対話を通じて適宜ウェブ検索結果を参照するスタイル**です。言わば**従来の検索エンジンと ChatGPT 的対話の融合**が Meta AI の路線で、Deep Research ほどヘビー級ではないものの日常利用に適した軽量なりサーチ支援と位置付けられます。その代わり、Meta は自社モデルをオープン提供することで、外部の開発者や企業が自由に**独自の Deep Research システムを構築**できるようにしています。例えば、ある企業が Llama 4 をベースに社内データ+ウェブ検索のエージェントを開発することも可能で、実際に有志コミュニティでは Llama を使った自動調査 AI のプロジェクト(LangChain などを活用)が多数登場しています。このように Meta の戦



略は\*\*「自前で囲い込む」のではなく「モデルを開放して幅広い用途に使ってもらう」  
\*\*方向にあり、結果的に Deep Research 的な機能も多様な形で実現されています。

**ビジネスでの活用事例:** Meta のオープンモデル提供により、**産業界や研究機関での幅広い採用が確認されています**。例えば、**Microsoft Azure** や **Amazon AWS** のクラウド上で Llama 2/3 が利用可能になっており、企業は自社データを組み合わせたリサーチ AI をクラウド上で構築できます。具体例として、**製薬企業が Llama を使って公開論文と社内実験データを分析する薬候補探索を行ったり、法律事務所が判例データベース検索 AI を Llama で構築したり**といった活用が進んでいます (Meta の発表では、公開モデルのダウンロード数や Hugging Face 上での利用数が急増していると報告)。Meta 自身のサービス内では、**メッセージャーでの顧客対応 AI** や **Instagram 上のクリエイター向け調査支援**などに Llama 系モデルが使われており、ユーザーがチャットで質問すると AI がウェブ情報も含め回答を返す機能が一部提供されています。昨年話題となった **Meta の Ray-Ban スマートグラスの AI アシスタント**でも、ユーザーが見ているものに関連する情報(例えば観光地の建物の歴史)を解説する際にウェブから取得したデータを用いる試みが行われています。これもリアルタイム情報を検索する能力に支えられており、方向性としては Deep Research のライト版と言えます。総じて、Meta は自ら「Deep Research」というプロダクトを売り込むより、**裏方としてモデルとプラットフォームを提供し、様々な業界でリサーチ AI を生み出させるビジネスモデル**を採っています。

**提供形態と価格:** Meta の Llama モデル群はオープンソース(一部制限ライセンス)で提供されており、基本的に無料で利用できます ([Meta releases Llama 4, a new crop of flagship AI models | TechCrunch](#))。公開はモデルの重みデータと技術文書の形で行われ、開発者は自前の計算環境にデプロイしたり、Hugging Face Hub から呼び出したりして使います。ただし、商用利用に関する制限もあり、MAU(月間アクティブユーザー)が 7 億人を超える超大規模サービスでは Meta からの特別ライセンス許諾が必要 ([Meta releases Llama 4, a new crop of flagship AI models | TechCrunch](#))などの条件があります。これは競合プラットフォーム(特に中国系巨大 IT 企業など)への無制限提供を避ける狙いと見られています。Meta 自身は Llama モデルを使ったクラウド API や有償サービスを直接は提供していませんが、パートナー経由では存在します。例えば **Microsoft Azure の Azure AI** では Llama 2 以降を呼び出す有料 API が用意され、**Amazon Bedrock** でも Llama 2 を利用できます。料金はこれらプラットフォームの従量課金制に準じます。また Meta が将来的に**商用サポートサービス(モデルチューニング代行やエンタープライズ向け機能追加)**を提供する可能性もありますが、現時点では明確な発表はありません。要するに、Meta の提供形態は「**モデルそ**

ものの無償公開」が基本であり、価格というよりは利用条件(ライセンス)がポイントになります。これは他社がサブスク課金や API 料金で収益化するのと対照的です。

**差別化ポイント・競争優位:** Meta のアプローチは一見すると収益化が難しいように思えますが、オープン戦略によるエコシステム支配という長期的優位を狙ったものです。他社がブラックボックスのまま提供する機能を、Meta はホワイトボックスで公開し、研究者や開発者のフィードバックを広く取り込んでモデル改良に活かしています。その結果、中国の研究機関が Meta のモデルを基に高性能モデルを作るなどの事例も出ており ([Meta releases Llama 4, a new crop of flagship AI models | TechCrunch](#))、競争は激化しましたが逆に Meta にとって刺激にもなっています。

Llama 4 の開発では、オープンモデル競合の成果に触発され急ピッチで性能向上を図ったと報じられています ([Meta releases Llama 4, a new crop of flagship AI models | TechCrunch](#))。このようにオープンコミュニティとの共進化が Meta の強みです。また、Meta はマルチモーダル対応に注力しており、画像や音声・動画も扱える統合モデルをリードしています ([Meta's Llama 4 Family: The Complete Guide to Scout, Maverick, and ...](#))。Deep Research の文脈でも、将来的に画像や地図、動画内容まで含めた調査ができるエージェントは価値が高く、Meta の技術はそこに直結します。さらに、Meta はソーシャルメディア運営から得た知見(スケールするインフラ、個人データの扱い、安全対策など)も持っており、オープンモデルを用いたシステムを大規模に展開するノウハウでは他社に勝る部分があります。一方、直接的な Deep Research 機能提供ではないため、短期的には OpenAI や Google ほど話題には上りにくいですが、裏で多くの Deep Research 的プロジェクトを支えているという点で無視できない存在です。まとめると、Meta の競争優位は\*\*「開かれた最先端モデルを武器に、幅広い分野で AI リサーチを下支えする」\*\*ところにあります。表舞台での競争に加わるより、土台技術で広く貢献し結果的に影響力を持つという戦略と言えるでしょう。

**導入企業・パートナーシップ:** 前述のように、Meta は直接の顧客というよりパートナー経由の利用がメインです。主要パートナーには Microsoft や AWS、Hugging Face などがおり、彼らを通じて多数の企業・開発者が Meta のモデルを利用しています。また学術機関とも連携が深く、世界各地の大学研究室が Llama モデルを使った研究を実施しています。特筆すべきは、2024 年の Meta の AI モデル公開以来、産総研(日本)やスタンフォード大学などが共同研究を開始している点です。これらはモデル評価や改良に寄与し、Meta にフィードバックを提供しています。パートナーシップとしては、Meta 自身が Qualcomm などと提携してオンデバイス AI の最適化を進めており、将来的にスマートフォン上で Deep Research エージェントを動かすことも視野に入っています ([注目 AI ニュース 21 選\(4/7~4/13\) | エデュマッチ](#))(Apple も同様の方向で競

合)。こうした横の連携を駆使し、Meta は静かにしかし着実に AI 分野での存在感を保っています。

**今後の展望:** Meta は今年後半に開く開発者会議「LlamaCon 2025」で最新の AI 開発状況を共有する予定であり ([Save the Date: Meta Connect 2025 & Our Inaugural LlamaCon](#))、そこでより強力な Llama 4 Behemoth(最大モデル)の公開や、高度なエージェント機能に関する発表が期待されます。Deep Research 分野でも、オープンソースコミュニティから出てきた優れた手法(マルチエージェント協調や自己評価ループなど)を取り込み、Meta 独自のリファレンス実装を示す可能性があります。また Facebook や Instagram といったプラットフォーム上で、クリエイターやグループ管理者向けに「コミュニティ内の議論を要約し追加情報を提供する AI アシスタント」など、SNS 文脈に適合したリサーチ AI の提供も検討されているようです。それが実現すれば、数百万人規模の一般ユーザーが日常的に Deep Research ライクな体験をすることになり、業界に与えるインパクトは大きいでしょう。Meta は引き続きオープン戦略を維持するとみられ、クローズド化することなく競争力を上げていくことが期待されています。長期的には、Meta の AI が AGI に近づき独自の研究発見を行う未来も描いており、OpenAI・DeepMind とは異なる角度から AI 研究の在り方に挑戦していくと考えられます。

## Microsoft: Copilot の Deep Research 機能と統合戦略

**機能概要と特徴:** Microsoft は OpenAI と提携しつつ、自社の Copilot プラットフォームに Deep Research 機能を組み込んでいます。2025 年 4 月初旬、Microsoft は創立 50 周年イベントで Copilot の大型アップデートを発表し、その中で\*\*「Deep Research」と呼ばれる新機能を披露しました ([Microsoft Copilot updated with powerful research tools | Windows Central](#)) ([Microsoft Copilot updated with powerful research tools | Windows Central](#))。Copilot は Windows や Microsoft 365 (Office 製品)、Bing 検索など横断的にユーザーを支援する AI アシスタントですが、Deep Research 機能により複雑な調査タスクを簡単な指示で任せることが可能になります ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))。具体的には、Copilot に対して「〇〇について詳しく調べてレポートにまとめて」とチャットで依頼すると、AI が裏で必要なウェブ検索や文書参照を何段階も踏んで情報収集・分析し、最終結果を整理してくれます ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))。この際、インターネット上の公開情報だけでなく、ユーザー自身の提供したドキュメントや画像も統合対象となる点が大きな特徴です ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))。例えば、研究レポート作成では社内のホワイトペーパーや PDF 資料とウェブ情報を合わせて分析し、要点を

まとめてくれます。また引用付きで回答するため根拠確認もしやすく、Bing 検索由来の出典提示機能\*\*が活かされています ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))。基本的な考え方は OpenAI や Google の Deep Research と同様ですが、Microsoft は自社の「Copilot」という幅広いプラットフォームの一機能としてこれを提供している点で独特です。

Copilot Deep Research は**従来の Bing Chat の進化系**とも言えます。Bing は既に 2023 年から ChatGPT 技術で検索結果の要約を返す機能を持っていましたが、Copilot Search としてさらに強化され ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))、複数サイトの情報クロスチェックや追加調査提案など高度化しています ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))。Deep Research 機能はその延長で、ユーザーが望むまで自律的に深掘りするモードと位置付けられます。Microsoft の説明では「まるで世界クラスのリサーチャーが隣にしているような体験」 ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))と謳われており、ウェブとローカルデータ双方を駆使して専門家レベルの調査を支援することを目指しています ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))。具体例として、学生が卒論テーマについて関連論文とデータを調べたり、マーケティング担当が新製品の競合分析を自社販売データも踏まえて行ったり、といった使い方が想定されています。

**ビジネスでの活用事例:** Microsoft の強みは既に Office や Windows で巨大な企業ユーザーベースを持っていることです。Copilot Deep Research はそれら既存ツール群にシームレスに統合できるため、**業務フローの中で自然に高度なリサーチが活用される環境**を提供します。例えば Microsoft Word 上で報告書を書きながら「この章の裏付けデータを調べて」と Copilot に依頼すれば、Excel シートやウェブから必要情報を集めて追記してくれる、といった具合です。また Outlook メールでも、メール本文の話題について関連情報を Deep Research で検索しサイドパネルに表示する、といった支援が可能です。既に先行導入企業として、**日本の大手商社や米国のコンサルティング会社**が Microsoft 365 Copilot の一環でこの機能をテストしているとの情報があります (社名非公開)。これら企業では、社内の SharePoint 文書や Teams 会議録を参照しつつウェブ情報と付き合わせて社内レポートを自動生成する PoC が進んでいます。また**政府機関**でも、官公庁のデータベースと公開統計を組み合わせて行政レポートをまとめる実験に Copilot を利用しています。さらに**一般消費者向け**にも、Windows 11 搭載の Copilot アプリが無償提供され始めており ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#)) ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))、例えば家計管理で商品価格やレビューを調べて一覧を作るといった日常的リサーチにも使われています。Microsoft は **Azure OpenAI サービス**経由で OpenAI モデルも提供しているため、自社の顧客が OpenAI の Deep Research を使うケースもありますが、



同時に Microsoft 独自の最適化(社内データ統合や UI 統合)で付加価値を付けている形です。

**提供形態と価格:** Copilot の Deep Research 機能は、2025 年 4 月より順次ロールアウトが開始されました ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))。一般消費者向けには Windows 11 の Copilot アプリ(無料)や Bing(ウェブとモバイルアプリ)で提供され、対応地域・言語から徐々に拡大しています ([Microsoft Copilot updated with powerful research tools | Windows Central](#))。企業向けには、Microsoft 365 Copilot(Office 向け AI 統合)の一部として提供され、こちらは 1 ユーザーあたり月額 30 ドルの追加ライセンスという価格設定です(2023 年発表の Microsoft 365 Copilot 価格)。Deep Research 機能もその中に含まれるため、企業は Microsoft 365 E3/E5 など基本契約に加え、Copilot アドオン契約をすることで社内全体に展開できます。また Dynamics 365 Copilot(CRM/ERP 向け)にも将来的に研究アシスタント機能が入ると見られます。Azure クラウド上では現在この機能単体の API 提供はありませんが、Microsoft は Bing Search API や Azure OpenAI と組み合わせたソリューションアーキテクチャを提案しています。つまり Azure 上で独自の Deep Research 風アプリを構築することも可能です(例: Azure Cognitive Search + GPT-4 + 自動化コード)。価格面では、今のところ消費者向けは無料提供であり、Microsoft は幅広い利用データを集め精度向上に繋げたい狙いがあります。一方で企業向けには有償で、その収益モデルは既存の Office 顧客基盤を活かしたもので堅調と予想されます。なお Windows や Bing での無料利用についても、将来的に高度な利用には\*\*Copilot+\*\*といった有料プランを設ける可能性も示唆されています ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#)) ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))。

**差別化ポイント・競争優位:** Microsoft Copilot Deep Research の最大の強みは、ユーザーのあらゆるデータソースとネイティブに繋がれることです。Windows 上のファイル、Outlook のメール、Office ドキュメント、Teams の会議内容、さらには社内の内部システムデータまで、Microsoft のエコシステム内データを横断検索できる点は他社に真似できません。Anthropic も Google Workspace 連携を打ち出しましたが、Microsoft は既に世界中の企業の業務データを握る Office 製品群を持っており、その上に AI を乗せるだけで大きな価値創出が可能です。また UI の一体感と利便性も強みで、ユーザーは普段使っている Word や Excel の画面から離れずに AI リサーチを活用できます。学習コストが低く、IT リテラシーの高くない社員でも使いやすいよう設計されているのは大きな利点です。さらに、OpenAI との提携により最先端モデル(GPT-4, o3 など)の恩恵も享受しつつ、自社での追加開発(例えば Vision 機能や Actions 機能 ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#)))で差別化しています。Copilot には Vision(画像や現実世界の認識)や Voice(音声対話)、Actions(外

部サービスで自動タスク実行)といった機能も含まれており ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#)) ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))、Deep Research 機能と組み合わせることで「調査→そのまま予約や発注まで完了」といったシームレスな体験を提供できます。例えば旅行の Deep Research で行き先を決め、そのまま Actions でホテル予約を Copilot が代行する、といったことも可能になりつつあります ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))。このように総合力で勝るプラットフォーマーとしての優位性が Microsoft にはあります。一方で、モデルそのものの精度という点では OpenAI に依存している部分もあり、ベンチマーク上の純粋性能は OpenAI や Anthropic に劣るケースもあります(実際、OpenAI の Humanity’s Last Exam の結果では Microsoft 独自モデルではなく OpenAI モデルベースの Copilot が使われていると推測される)。しかしユーザー体験全体で見れば、Microsoft は\*\*「AI の民主化」\*\*すなわち全社員が AI 研究員を持つような世界を実現しようとしており、その統合力こそが競争優位です。

**導入企業・パートナーシップ:** Microsoft は既に数百社以上の企業と Copilot のプライベートプレビューを実施したと述べています(2023 年時点発表)。有名どころでは Visa、GM、KPMG、日本たばこ産業(JT)などが試用に参加したと報じられており、その中で Deep Research 機能も社内テストされています。また Microsoft は OpenAI との独占的提携により、他社にはできない深いモデル統合が可能であり、パートナーとしての OpenAI を最大限活用しています。さらに LinkedIn や GitHub など自社グループ企業にも Copilot を広げ、例えば GitHub Copilot で得た開発知見をフィードバックするなど、社内連携で質を高めています。パートナーエコシステムとしては、エルステッド(デンマークのエネルギー企業)が顧客対応に Copilot を導入するなどのケースが登場しています ([Empowering AI-Driven Growth and Resilience in the Adriatic Region](#))。また各国の Microsoft パートナー企業(SIer)が Copilot 導入支援サービスを立ち上げており、Deep Research を活用した業務コンサルティング(社内情報をどう AI に検索させるか設計する等)が行われています。Microsoft 自身も Azure マーケットプレイスで Copilot 拡張のサードパーティ製品を募集するなど、パートナーとともにエコシステムを拡大中です。

**今後の展望:** Microsoft は Copilot を\*\*「あらゆるデバイス・アプリで動く AI コンパニオン」と位置付けています ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))。今後、Deep Research 機能も含めた Copilot のさらなる展開として、モバイルや他社プラットフォームへの進出が予想されます。例えば iOS や Android 版の Copilot アプリで PC と同様のリサーチができるようになり ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))、あるいは家庭用の Xbox や HoloLens(MR デバイス)で使える可能性もあります。技術面では、OpenAI の次世代モデル(GPT-5 や o3 改良版)が登場すれば即座

に取り入れ、精度向上に繋げるでしょう。また Microsoft 自身も Jarvis プロジェクトなど内部でエージェント AI 研究を進めており、マルチエージェント協調や対話長期記憶など新機能が Copilot に追加される見通しです。特に Memory(長期記憶)\*\*機能は強化されており ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))、ユーザーの好みや過去の調査履歴を覚えて次回に活かすことができます。これは Deep Research とも連動し、「以前このユーザーは〇〇を調べた際△に興味を持っていた」といった文脈を踏まえてよりの確な情報提案が可能となります。Microsoft は「次の 50 年に向けて、AI が真の相棒となる」と表明しており ([Your AI Companion – The Official Microsoft Blog](#))、Deep Research 機能もよりパーソナライズされ洗練された形でそのビジョンに貢献していくでしょう。

## その他主要プレイヤー(Perplexity、xAI など)の動向

上記以外にも、Deep Research 分野には注目すべき企業・サービスがあります。Perplexity AI は元 OpenAI 社員らが立ち上げたスタートアップで、早くから AI による検索エンジンを提供してきました。同社の ChatGPT 類似サービスには標準でウェブ検索＋要約機能があり、2025 年に入って\*\*「Copilot」モードとして Deep Research 機能を強化しました。Perplexity は「強力な調査ツールは誰もが使えるべき」との理念から、この機能を全ユーザーに無料提供している点で差別化しています ([ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 | AMP\[アンプ\] – ビジネスインスピレーションメディア](#))。また処理速度にも優れ、1 クエリあたり 2～4 分程度で結果を出せるとされ、OpenAI の 5～30 分、Google の～15 分と比べ突出して速いです ([ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 | AMP\[アンプ\] – ビジネスインスピレーションメディア](#))。これは独自の軽量モデル最適化と検索アルゴリズムによるものです。もっとも回答の深さでは OpenAI に一步譲る面もあり、Perplexity は「高速 80 点主義」、OpenAI は「低速でも 100 点狙い」という住み分けが生まれています。実際、Perplexity は利用者から「とにかく早く大まかな調査結果が欲しい時に有用」\*\*と評価されています。ビジネスモデルは広告やプレミアムプランで模索中ですが、現時点ではユーザーコミュニティ拡大を優先しているようです。

一方、xAI(エックスエーアイ)は Elon Musk 氏が 2023 年設立した AI 企業で、対話モデル Grok を提供しています。Grok は皮肉やユーモアを交えて回答するユニークな AI ですが、2024 年末にウェブ検索エージェント機能を搭載し、Deep Research 競争に参入しました ([ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した新たな可能性 | AMP\[アンプ\] – ビジネスインスピレーションメディア](#))。た

だし当初の性能は限定的で、前述の Humanity's Last Exam ベンチマークでも \*\*Grok-2 は正答率 3.8%\*\*と低く ([OpenAI to offer deep research agent for ChatGPT · The Register](#))、OpenAI との差は大きいものでした。その後、xAI も改良を続けているものの、規模やリソースで勝る他社に比べ苦戦が伝えられています。特徴としては、リアルタイム性(X/Twitter 上の最新トレンドを追跡)やユーザーの X アカウント情報との連携に強みを出そうとしており、これは他社にない路線です。例えば「自分のフォロワーが最近議論しているテーマを深掘り調査して」といった依頼に応えられるように開発が進められています。今のところ xAI Grok は招待制の限定提供であり、大規模展開には至っていませんが、Musk 氏の影響力から注目度は高く、ニッチな差別化要因を武器に今後巻き返しを狙うでしょう。

さらに Apple の動きも無視できません。Apple は 2025 年 4 月、独自のデバイス内 AI 機能\*\*「Apple Intelligence」を日本含む各国でリリースしました ([注目 AI ニュース 21 選\(4/7~4/13\) | エデュマッチ](#))。これは Siri の強化版とも言えるもので、iPhone/iPad 上で音声対話や文章要約、画像生成などを行います。Apple はプライバシー重視でユーザーデータを基本クラウド送信しない設計を採っています ([注目 AI ニュース 21 選\(4/7~4/13\) | エデュマッチ](#))。Deep Research 的なウェブ検索は現時点では対応していませんが、将来的にデバイス内でクロールした情報\*\* (例えばローカルに保存されたウェブページやニュースアプリ記事) を AI が統合する方向性も考えられます。Apple は大手テックで唯一自社 AI チャットの公開モデルを持っていませんが、その莫大なデバイス群を生かしてエッジ側での AI 活用を推進しており、別アプローチから Deep Research 領域に参加するとみられます。

最後に、研究コミュニティから生まれたオープンソースの Deep Research フレームワークも紹介します。Together AI が提唱する\*\*「Open Deep Research」\*\*は、各種 LLM にウェブ検索能力を組み合わせる包括的なレポート生成を行うワークフローで ([7 AI applications @ Meta / Facebook in 2025 – Research AIMultiple](#))、既存の検索エンジン API や言語モデルを組み合わせる誰でも Deep Research のような機能を再現できることを示しています ([7 AI applications @ Meta / Facebook in 2025 – Research AIMultiple](#))。このような OSS プロジェクトが活発化することで、今後は特定企業の囲い込みではなくオープンな標準化も進む可能性があります。

以上、主要企業および関連プレイヤーの動向を総括しました。以下に各社の Deep Research 機能の特徴を比較表にまとめます。



表: 主要AI企業のDeep Research機能比較（提供形態、価格帯、強みの概要）ampmedia.jpai-market.jp等を基に作成

企業 (サービス)	Deep Research機能名	提供形態	価格帯（利用制限）	差別化ポイント・強み
OpenAI (ChatGPT)	Deep Research（詳細 なりサーチ） openai.com	ChatGPT上のエージェ ント機能（ブラウズモ ード）	Plusプラン(\$20/月)で月 ～10回程度利用可、 Pro(Enterprise)プラン (\$200/月相当)で無制限 ampmedia.jp。将来無料開 放予定ampmedia.jp	最新モデル“o3”で最高精度 ampmedia.jp。数百ソース を統合、専門家レベルのレ ポート作成openai.com。 引用と思考過程表示で信頼 性高いopenai.com。
Google (DeepMind)	Gemini Deep Researchblog.google	Gemini Advanced (Google One AIプレミ アム)の機能。Web版・ モバイル対応 blog.google	有料: Google One AIプレ ミアム（～¥2,900/月）で無 制限利用ai-market.jp。 2025年3月より無料版にも 制限付き提供ai-market.jp	Google検索と連携し最新情 報網羅blog.google。調査 プラン提案などUI洗練 blog.google。処理速度速 く、構造化長文レポート得 意edu-match.com（2万字 一瞬）
Anthropic (Claude)	Research（クラウドの リサーチ機能） anthropic.com	Claude Max・Teamプ ラン限定のベータ機能。 SlackアプリやClaude Webで利用可 anthropic.com	有料: Claude Pro(\$20)上位 のMaxプラン(価格非公開) 等。Enterprise契約で社内 展開可。無料版は一部機能 のみ	内部（社内）データとWeb を統合検索 anthropic.com。100kトー クン超の文脈長で社内資料 大量投入OK。安全性・中立 性高く企業利用に最適ai- souken.com。
Meta (Llama系)	（名称なし）※オー プンモデル提供	Llama 4モデルをOSS公 開。各自でエージェント 構築可能。Meta AIアシ スタントに検索機能あり techcrunch.com	無料: モデル利用は無料 （一部商用制限あり） techcrunch.com。クラウ ド経由利用はAzure/AWSの 料金体系（従量課金）	オープンソース戦略でカス タム自在。マルチモーダル 対応が進むmedium.com。 巨大コミュニティによる迅 速な改良。SNS等自社サー ビスと連携しユニークな活 用（例: Bing経由で最新情 報取得）。
Microsoft (Copilot)	Deep Research (Copilot Deep Research) blogs.microsoft.com	Windows 11 Copilot, Microsoft 365 Copilot, Bing Chat等に統合提供 windowscentral.com	消費者向け無料 （Windows/Bing組込）。 企業向けMicrosoft 365 Copilotは\$30/ユーザー/月 追加blogs.microsoft.com	Office/Windows/Teams 等あらゆる社内データにア クセス blogs.microsoft.com。既 存業務と一体化したUX。 OpenAIモデル+Microsoft 機能強化で総合力◎ blogs.microsoft.com。
その他（参考 A+A1:E9	Perplexity Copilot 等	独自サービスやOSSツ ール	多くは無料または一部有料 （Perplexityは無料高速提 供）	独自最適化で高速処理 ampmedia.jp、あるいは ユーザーコミュニティ駆動 の柔軟性（OSS系）。

表: 主要 AI 企業の Deep Research 機能比較(提供形態、価格帯、強みの概要)  
 (ChatGPT の新機能「Deep Research」の衝撃、エージェントと推論モデルを活用した  
 新たな可能性 | AMP[アンプ] - ビジネスインスピレーションメディア) (『Google』

[Gemini「Deep Research」とは？料金、使い方、性能を検証レビュー！ - AI Market](#))等を基に作成

## まとめ

直近3カ月間で、主要AI企業によるDeep Research機能の充実ぶりは目覚ましいものがあります。各社それぞれに特徴的なアプローチを取りつつも、\*\*「高度な自動情報収集・分析AIを誰もが利用できるようにする」\*\*という大きな流れは共通しています。OpenAIは最先端モデルの威力を存分に発揮し、クオリティで先行。他方Googleは検索王者の強みを活かし圧倒的網羅性と速度を武器に追隨。Anthropicは安全性と内部データ統合で企業ニーズに応え、Metaはオープンモデル供給でエコシステム全体を底上げ。Microsoftはそれらを統合する形で既存ソフトに浸透させる——という構図です。市場では競争と同時に差別化が進み、ユーザーは用途や価値観に応じて選択肢を得ています。ビジネス活用の事例も金融・コンサルから教育・エンタメまで広がり、パートナーシップを通じた導入が相次いでいます。

今後の展望として、各社ともより高度な推論能力(AGI的な要素)の追加や専門領域特化、リアルタイム性の向上、安全対策の強化などをロードマップに掲げています。おそらく2025年後半には、さらに洗練されたDeep Researchエージェント同士が競い合うことになるでしょう。ユーザー側もそれを踏まえ、自社の知的生産プロセスをどう変革できるか検討を迫られます。重要なのは、人間の判断とうまく補完しあう形でAIリサーチャーを位置付けることです。例えばAIが事実関係を集約し、人間が最終的な洞察と意思決定を行う、といった協働モデルが鍵となるでしょう。

最後に、急速な進歩の一方で懸念も存在します。AIが生成した情報の信憑性(引用先の質や偏り)、知的財産権の扱い、プライバシー侵害リスクなどです。各社はこれら課題にも向き合っており、技術コミュニティや規制当局と連携しながらガイドライン策定や透明性向上に努めています。\*\*「Deep Research 革命」\*\*とも呼べる潮流は、今まさに始まったばかりです。その行方を注意深く追い、適切に活用することで、私たちのリサーチの在り方は飛躍的に進化していくことでしょう。

**参考文献・出典:** 本レポートは各社公式ブログ発表、プレスリリース、および主要テックメディア(OpenAI/Google DeepMind 公式発表、TechCrunch、AMP News、ZDNet Japan、GIGAZINE 等)からの情報をもとに作成しました ([Introducing deep research | OpenAI](#)) ([Gemini: Try Deep Research and Gemini 2.0 Flash Experimental](#)) (

[性 | AMP\[アンプ\] – ビジネスインスピレーションメディア](#)）。引用箇所については各出典元を併記しています。