

6ヶ月のプロセスを150秒に：NTTデータが描く「商品企画特化型AIエージェント」の衝撃

従来の商品企画プロセス(6~9ヶ月)

準備フェーズ

戦略・ブランド資産の注入

企業の経営戦略、ブランドガイドライン、ターゲット情報をAIが挙動可能な形式に構造化し、AIの回響を「企業らしさ」に最適化します。

アイデア生成・評価フェーズ

大量嘉の生成と独自性による絞り込み

多数のアイデアを同時に生成し、独自性、優越性、ニーズ適合度などの評価軸に基づいてランキング化します。

コンセプト具体化フェーズ

150秒でアウトプットを完結

売上予測、ネーミング、提供価値。さらにコンセプト価値までを網羅的に生成し、具体的な検討素材を提示します。

150秒で実現する次世代の商品企画ワークフロー



マルチエージェント・アーキテクチャ：
役割分担された知的なAI群
(推論、計画、実行の機能を持ち、人間の指示を取り込みながらタスクを分担する「LLM Complier」などの高度な技術を採用)



外部シグナルの活用（トレンド連携）：
SNSや市場トレンドを企画に反映
SNSの雑音データ（トレンドエクスプローラー）や業界ニュース分析、変化の違い消費者ニーズを企画に的確に取り込みます。



鉄壁のAIガバナンス：
エンタープライズ品質の安全性
NTTデータ独自のAIガバナンス体制に基づき、著作権侵害、バイアス、機密保持などのリスクに対応した管理体制を提供

AIエージェントによる成果

導入の価値と将来の展望



業務効率の創的な向上：
調査リードタイムを1.5ヶ月から0.5日へ
花王との実証実験では、AI生活音を用いた調査により、従来比で大盛な期間短縮と精度確保の可能性が示されています。



2030年度までの市場インパクト：
当該業界向けAIビジネスで300億円増へ
商品企画に限らず、採算はレシピ設計、包材設計、量産化検討までを垂直統合で支援する戦略を描いています。



競合他社との差別化：
汎用ツールではなく「現場への埋め込み」
海外製SeaSや汎用プラットフォームと異なり、日本企画の集積プロセスと顧客ナレッジの反映、体系支援に強みを持ちます。

成功に向けたPoC（概念実証）の推奨



実践プログラム（8~10週間）

単なるデモで終わらせない検証
特定の1ブランドに絞り、「AI実の稼働率」「会議リードタイムの短縮」「売上予測の精度（バックテスト）」の6指標で成果を測定します。



準備すべきデータセット

精度を高めるための「持ち込みデータ」
過去24ヶ月の企画資料、販売実績、知財・ブランド価値のルールを整理し、AIの「教育」に活用することを推奨します。