

人間中心のAI (Human-Centered AI)



Human-Centered AI Institute代表
博報堂DYホールディングス執行役員
Chief AI Officer (CAIO)

森 正弥

「人間中心のAI」を掲げ、ソリューション開発やAI人材開発が進展

今日は、AI技術の発展により、社会やビジネスのあらゆる領域でAIの応用が進展しており、広告・マーケティング領域においてもその重要性がいっそう高まっています。当社グループでも、「人間中心のAI」という理念を掲げ、グループ全体でAI活用を推進しています。

特に、運用型広告やデジタルマーケティングの領域では、最先端のAI実装を進めています。例えば、(株)松尾研究所との

協働による広告特化型LLMやAIエージェントの共同開発を行うとともに、Hakuhodo DY ONEがAIエージェントでマーケティングプロセス全体を高度化するサービス「ONE-AIGENT」を開始し、自動化や効率化の促進を図っています。

一方で、AIの導入は自動化や効率化にとどまらず、競争優位の創出につなげることが重要な課題です。生活者もまた、AIに利便性以上の価値を求めていることが明らかになっています。Human-Centered AI Instituteが実施した「AIと暮らす未来の生活調査2024」によると、生活者はAIを単なる道具としてではなく、感情に寄り添う存在として捉え、AIとのつながりを重視していることが示されています。

こうした洞察を踏まえ、当社グループでは生活者と企業・ブランドをつなぐ「共創エージェント」の開発を進めています。生活者データを基盤とする共創エージェントは、生活者と企業・ブランドとの相互理解を深める役割を果たします。その上で、得られたインサイトに当社グループ社員の創造性を掛け合わせ、顧客企業の支援を高度化します。具体例としては、生活者理解を深める「バーチャル生活者」や、TBWA\HAKUHODO 細田CCO (Chief Creative Officer) のノウハウを組み込んだ「STRATEGY BLOOM CONCEPT (ストラテジー・ブルーム・コンセプト)」など、多様なソリューションを開発しています。今後もこれらの取り組みを拡充し、支援の質を高めていく予定です。

また、AI人材の育成にも注力しています。2025年3月期には延べ8,500人以上の社員にAIプロフェッショナル研修を行い、また、AIエージェント開発者を450人以上育成しまし

た。2026年3月期は2万人規模のAI人材育成を目標としています。同時に、現場に加えて経営層がAI活用の先導的役割を担うことが不可欠であると考え、「AIメンタリング」制度を導入し、経営層のAI知識やスキル向上も進めています。

当社グループは、AIによる価値創出を行うと同時に、社員の専門知識を高め、創造性を発揮することで、市場の新たな広がり支援していきます。「人間中心のAI」という理念のもと、AI領域においても生活者、顧客企業、社会に貢献する存在であり続けるために、今後も様々な取り組みを進めてまいります。

生活者と企業・ブランドをつなぐ「共創エージェント」

