

2026年4月21日  
株式会社博報堂DYホールディングス  
株式会社博報堂

博報堂、企業のオウンド AI エージェント構築・運用を一気通貫で支援する  
「Branded AI Agent™ 成熟度レイヤーモデル」に基づく  
コンサルティングサービスの提供を開始  
—ブランド CX 起点で AI エージェントの目標像を定義し、構築・運用・進化まで伴走—

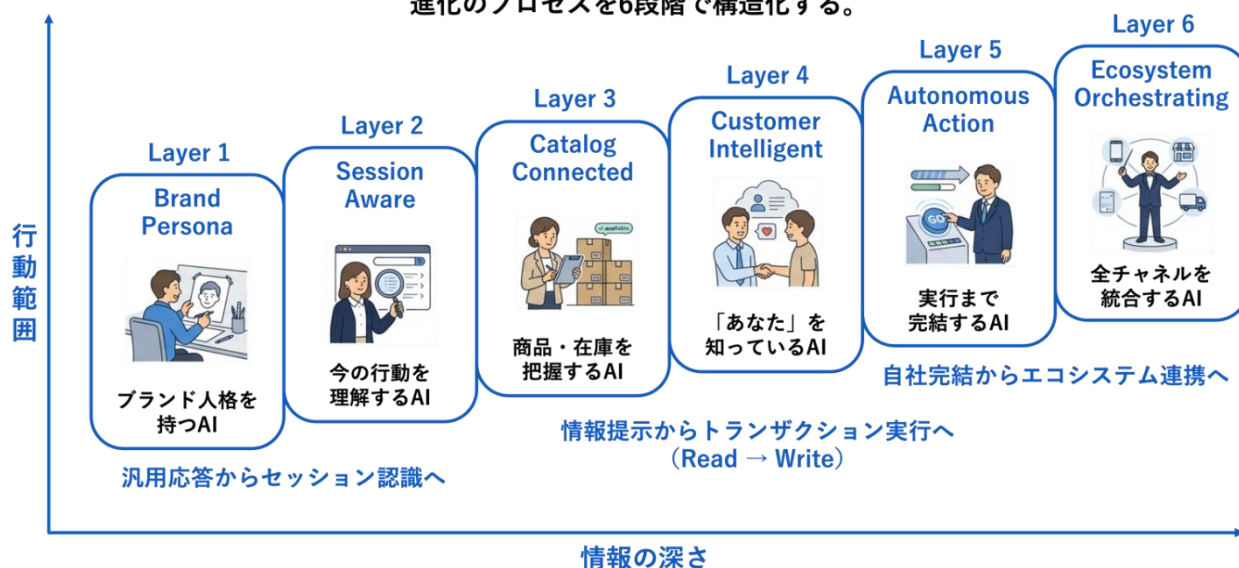
博報堂DYグループの株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：名倉健司、以下 博報堂）は、当社が開発した AI エージェントを活用した新しいブランディングの方法論およびソリューションである「Branded AI Agent™」をもとに、AI エージェントの導入から構築・運用を一気通貫で支援するコンサルティングサービスの提供を開始します。本サービスでは、企業のオウンド AI エージェントを「ブランド AI の人格設計」から「全チャネル統合」まで6段階で体系化した独自フレームワーク「Branded AI Agent™ 成熟度レイヤーモデル」を開発し、同モデルに基づいたコンサルティングを行います。

#### ■オウンド AI エージェント導入において企業が直面する課題

生成 AI の急速な普及と AI エージェント技術の進展により、自社のオウンドメディアに AI エージェントを導入する企業が増えています。一方で、多くの企業が「チャットボットと AI エージェントの違いがわからない」「自社にどのレベルの AI が実現できるのか判断できない」「投資対効果をどう試算すればいいか」という問いを前に、導入の意思決定に踏み切れない状況が続いています。

また、AI の活用が進む中で、ブランドの没個性化という新たなリスクも顕在化しています。生活者が AI と日々対話するようになった今日、企業が独自のブランド DNA を AI によって体現し、差別化された顧客体験を実現することが競争優位の要となっています。

単なるチャットボットから、エコシステムを統合するエージェントへ。  
進化のプロセスを6段階で構造化する。



## ■「Branded AI Agent™ 成熟度レイヤーモデル」について

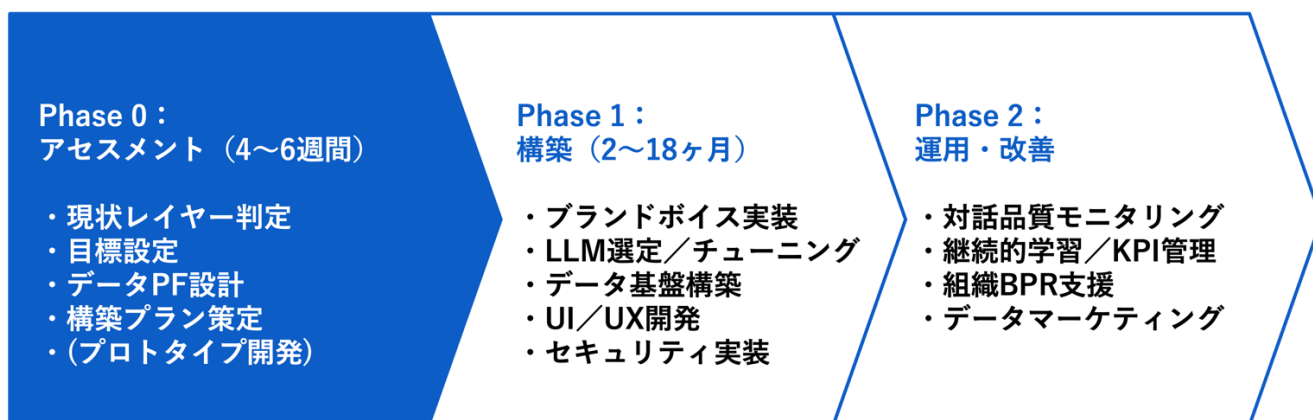
このたび博報堂が開発した「Branded AI Agent™ 成熟度レイヤーモデル」は、オウンド AI エージェントの実現レベルを「AI が持つ情報の深さ」と「AI が取れる行動の範囲」という 2 軸で整理し、Layer1 から Layer 6 までの 6 段階で体系化したフレームワークです。

このモデルを起点に、企業が「今どのレイヤーにいるか」「次にどこを目指すか」を明確にした上で、目標レイヤーへの到達に向けた構築・運用を段階的に支援します。ブランドの人格設計（Layer 1）から始め、在庫・顧客データとの連携（Layer 3~4）、購買の自律実行（Layer 5）、全チャネル統合（Layer 6）へと、企業の実況に応じたペースで進化させていきます。

## ■サービスの特長と全体像

本サービスは、まず 4~6 週間のアセスメントフェーズ（Phase 0）でブランド CX 起点での AI エージェントの目標像を定義し、実現に向けた段階的な構築プランと費用対効果を策定します。その後、同プランに基づき、AI エージェントの設計・開発から、品質モニタリング・継続学習・KPI 管理・対話データを活用した顧客インサイトの発掘まで、プロジェクト全体を一貫して伴走します。

### アセスメントで、AI実装の不確実性を排除し、最短距離での導入を実現する



主な特長は以下の 3 点です。

### ① ブランド CX 起点の診断設計：

技術的な AI 導入の検討に留まらず、「どんなブランド体験を実現するか」という問いから診断を設計します。博報堂が長年培ってきた生活者発想とブランディング知見を活かし、AI エージェントの「人格設計」から着手します。

### ② 「5つの軸」での多角的アセスメント：

戦略・業務プロセス・技術基盤・人材組織・ガバナンスの 5 つの軸で現状を診断し、目標レイヤーとのギャップを可視化します。あわせて、ブランド毀損や不適切な応答を防ぐための「ガードレール設計」も含め、AI エージェントの安全・安心な運用基盤を構築します。

### ③ 段階的ロードマップと費用対効果の可視化：

「まず何からは始めるか」「どのステップで ROI を回収できるか」を、各レイヤーの ROI 試算ロジックに基づいて具体的に提示します。

## ■生活者発想とブランディング知見を活かした、博報堂ならではの支援

AI エージェント導入の支援は多様なプレイヤーが行っていますが、本サービスは「ブランド CX の観点から

AI エージェントを設計し、構築・運用まで一気通貫で担う」支援を提供する博報堂ならではのサービスです。

AI エージェントを導入しても、それが「そのブランドらしい体験」を生み出せなければ、生活者との関係性を深めることにはつながりません。博報堂は長年培ってきた生活者発想とブランディング知見を掛け合わせ、AI エージェントにブランド DNA を宿す「人格設計」から着手します。カスタマージャーニー設計・CX デザインのノウハウを活かして、AI エージェントが介入すべき最適な顧客接点を特定し、データ基盤の構築から購買体験全体のブランド化まで、一貫した設計を実現します。

博報堂はこれからも、博報堂 D Y グループの横断的な AI 専門家集団 HCAI Professionals の活動の一環として、生活者発想とブランディング知見に AI 技術を掛け合わせ、企業が「ブランドらしさ」を体現する AI エージェントを構築・進化させ、生活者との新しい関係性をデザインしてまいります。

**【本件に関するお問い合わせ】**

株式会社博報堂 D Y ホールディングス    グループ広報・IR 室    [koho.mail@hakuodo.co.jp](mailto:koho.mail@hakuodo.co.jp)