

2026年3月10日

株式会社博報堂D Yホールディングス
株式会社 博報堂マーケティングシステムズ

人に向けられていたブランディングをAIにも。
博報堂マーケティングシステムズがAIブランドマネジメントサービスを提供開始

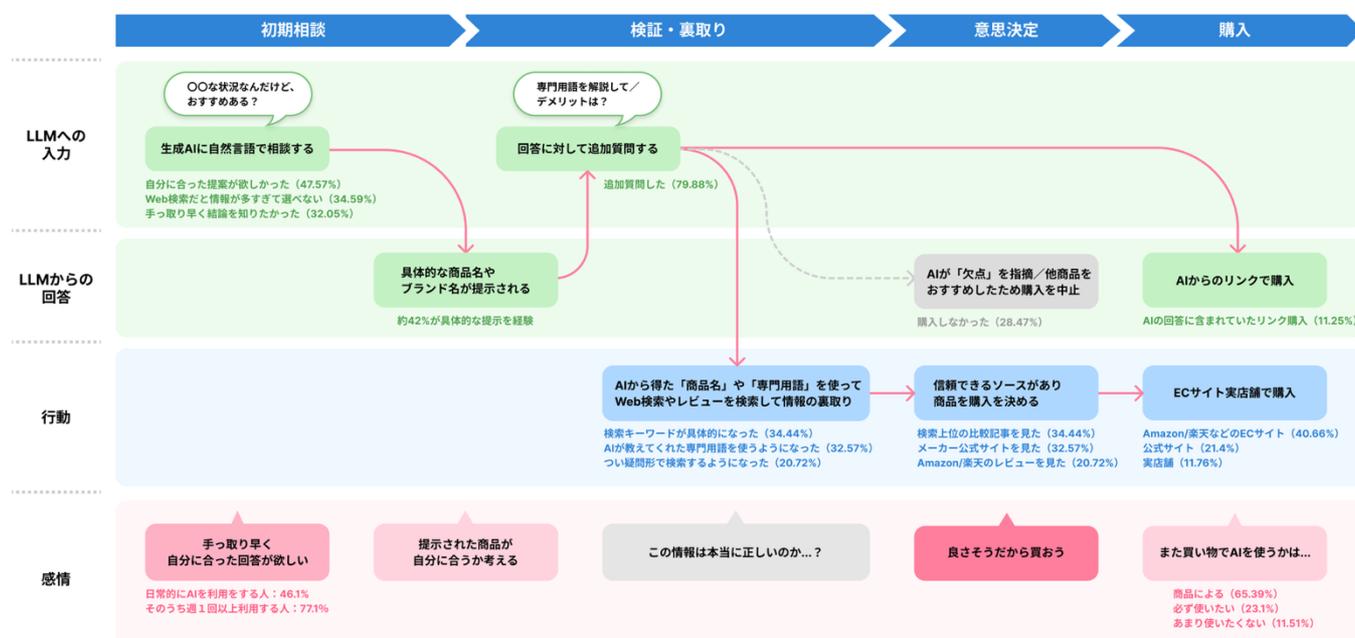
生活者発想を起点に顧客獲得からLTV最大化施策までマーケティングファネル全体を一貫して支援する、博報堂D Yグループの株式会社博報堂マーケティングシステムズ（本社：東京都港区）は、AI時代のブランドマネジメントサービス「AI Brand Management（AIブランドマネジメント）」の提供を開始いたしました。

■背景

生活者の情報収集行動は従来のキーワード検索から、AIとの自然言語による対話へと急速に移行しています。当社独自調査※では、生活者の46.1%が日常的にAIを活用し、情報収集に利用した41.6%が「具体的な商品名の提示」を経験しています。さらに、提示を受けた人の32.9%が「生成AI経由での知らない商品名の提示」を経験しており、推計で生活者のうち約16人に1人が、すでに生成AIを通じて新たなブランドと出会っていることとなります。AI利用の拡大に伴い、この数字は今後さらに急速な増加が見込まれます。

AIはすでに生活者の意思決定に影響を与える新たな顧客接点として機能し始めており、ブランドにとって、どのようにAIに言及されるか、その量と質が重要になります。言及されなければ大きな機会損失になり、どのような質問に対して、どのように言及されるかによって、ブランドの見え方が変化します。

AI時代では、AIから正しい文脈と適切なタイミングで言及されることによって、ブランドは生活者の意思決定プロセスへ自然に組み込まれていきます。



■ 「AI Brand Management」の3つのアプローチ

従来のAI検索最適化（AIO/LLMO）サービスの多くは、技術的なSEO対策の延長として「AIに引用される」ことを目的としています。「AI Brand Management」は、生活者とブランドの関係性を長年にわたり設計してきた博報堂グループの知見を活かし、「AIにどう語られるべきか」というブランド戦略の観点から、AI上でのブランド体験を包括的にマネジメントするサービスです。AIに正しく、適切なタイミングで言及されるようにすることで、生活者の意思決定プロセスにブランドが自然に組み込まれることを支援します。

● ブランド戦略設計

「AIにどう語られたいか」

AI上でのブランド言及における推奨事項を整理し、独自の「ブランドVOICE」として定義します。これをAIブランドガイドラインとして策定することで、AI上でのブランドの語られ方に一貫性と意図をもたせます。

● AI Experience 最適化

「AIにどう参照・引用させるか」

AIが参照する各タッチポイントを横断的に診断し、AI上でのブランド可視性を左右する要因を特定し、改善施策を実行します。

● 継続的なガバナンス

「AIによる言及品質をどう維持するか」

AIによる言及状況を独自のモニタリングツールで継続的にトラッキングし、PDCAを回すことで、AI上でのガバナンス体制を確立します。

■ 今後の展望

株式会社博報堂マーケティングシステムズは、「AI Brand Management」の提供を通じて、博報堂DY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、変化し続けるAIエコシステムの中でブランドがその価値を正しく発揮し、生活者とのより良いエンゲージメントを築けるよう、包括的な支援を続けてまいります。

※ 株式会社博報堂マーケティングシステムズ独自調査「AIを使った情報収集に関するアンケート」（調査期間：2025年12月5日～12月18日、調査対象：全国の10代～60代の男女6,000名、株式会社博報堂マーケティングシステムズ調べ）

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂マーケティングシステムズ 星野 produce-group@hakuodo-ms.co.jp

株式会社博報堂DYホールディングス グループ広報・IR室 koho.mail@hakuodo.co.jp