

MSIISM Conference 2025

AIで価値創造を再設計する時代へ

2025/10/24

株式会社NTTデータ経営研究所
ビジネスストラテジーコンサルティングユニット

NTTデータ経営研究所のご紹介：企業概要

Lighting the way
to a brighter society

よりよい社会への道筋を照らす

株式会社NTTデータ経営研究所

NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, INC.
<https://www.nttdata-strategy.com/>

- 本社： 東京都千代田区平河町2-7-9 JA共済ビル10階
- ¥ 資本金： 4億5000万円
- 代表取締役社長： 山口 重樹
- 設立： 1991年（平成3年）4月12日

NTTデータ経営研究所のご紹介：コンサルティングサービス



企業経営・事業戦略

デジタル技術を活用したビジネスモデルの変革により事業戦略をダイナミックに加速。豊富な経験と知見に基づく実践的なコンサルティングを提供します。



金融サービス変革

社会構造変化やテクノロジー進化に対応し、金融機関の経営課題解決をサポート。旧来のビジネスモデルからの脱却と日本の金融システムの維持・発展に貢献します。



環境エネルギー

地球温暖化対応や循環型社会への転換に向け、持続可能な街づくり、地域企業中心の日本版シャットベルケ、コンソーシアムによる新ビジネス創出を支援します。



デジタル・イノベーション

企業成長に不可欠なデジタル技術活用によるイノベーションとビジネスモデル再構築を支援。創業時からの専門分野として経験と洞察力を提供します。



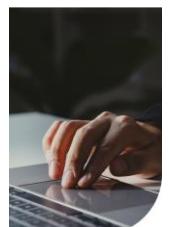
地域マネジメント

地域固有の課題に対応するため、実態の詳細な把握と分析により、地域の個性を生かした持続的発展の具体計画策定と実行をサポートします。



ヘルスケア・医療・介護

高齢化や医療高度化による医療費増加に対応し、持続可能な医療・介護モデル構築を目指し、各分野の専門家が幅広いサービスで社会課題解決に貢献します。



IT戦略・CIOサポート

IT投資対効果の最大化に向けCIOをフルサポートし、経営・現場・IT部門の融和を推進。業界横断的に蓄積されたノウハウで最適解を提案します。



社会ソリューション

グローバル化とテクノロジー伸展に伴う社会システムや組織・業務の再設計を支援。戦略的視点から、社会と組織の変革に資するサービスを提供します。



先端技術

脳科学・ロボット・ディープデータ・AIなど未来を切り拓く先端技術の成果を企業活動に取り入れ、新たな価値創出と産業応用による社会貢献を目指します。

本日お話しすること

AIで価値創造を再設計する時代へ

01 AIマクロトレンド

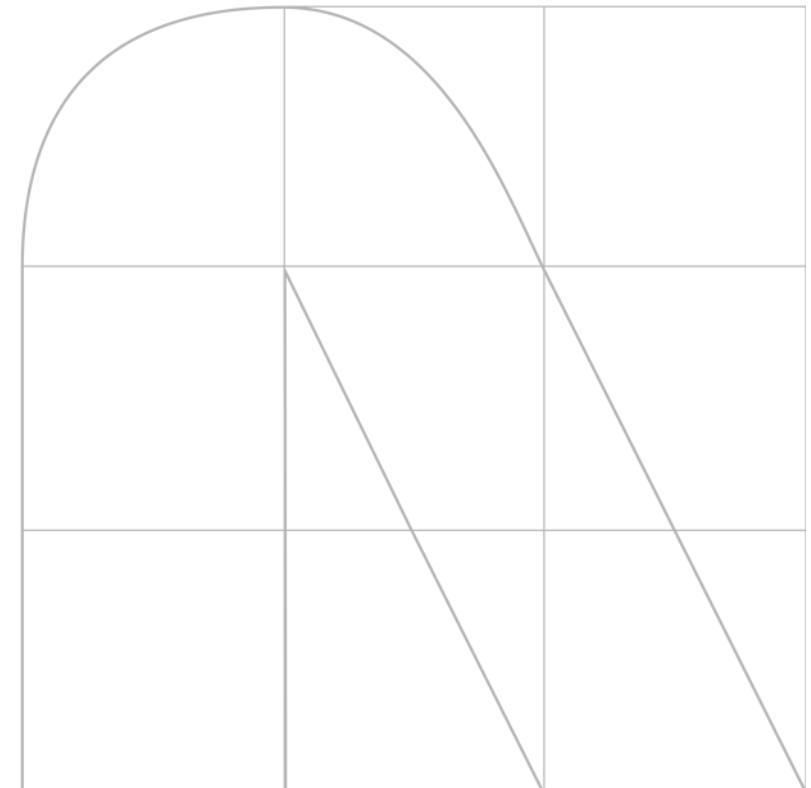
02 国内企業における生成AI導入・活用の現在地

03 コンサルティング業務での生成AI活用

04 次代の競争軸：AIで価値創造を再設計

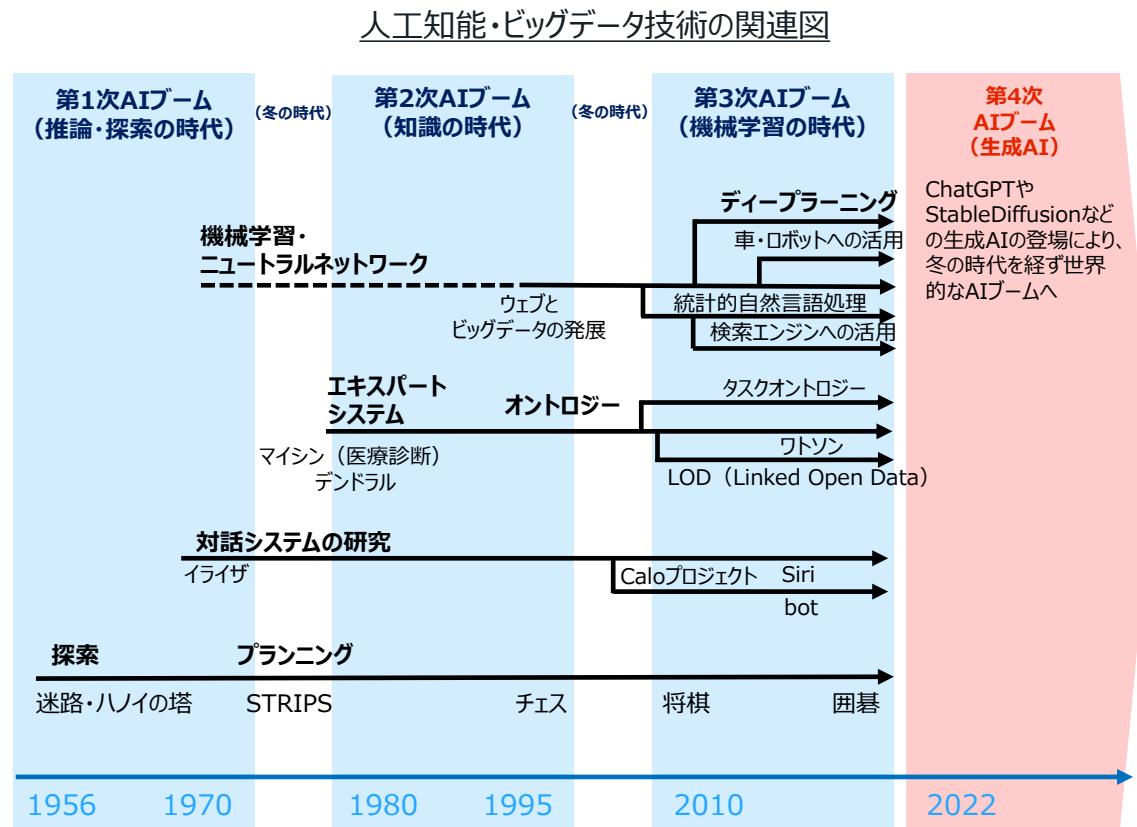
01

AIマクロトレンド



01 AIマクロトレンド

AI進化の軌跡と現在地



AIの歴史的発展

- 1950年代からAIの歴史が始まる
- 複数のブームと冬の時代（停滞期）を繰り返し経験
- 生成AIの出現により**現在は「第4次AIブーム」に突入**

技術的breakthrough

- ディープラーニングがAI性能の飛躍的向上を実現
- テキスト、画像、音声など多様なコンテンツを**自律生成できるAI技術**が登場

生成AIの普及速度

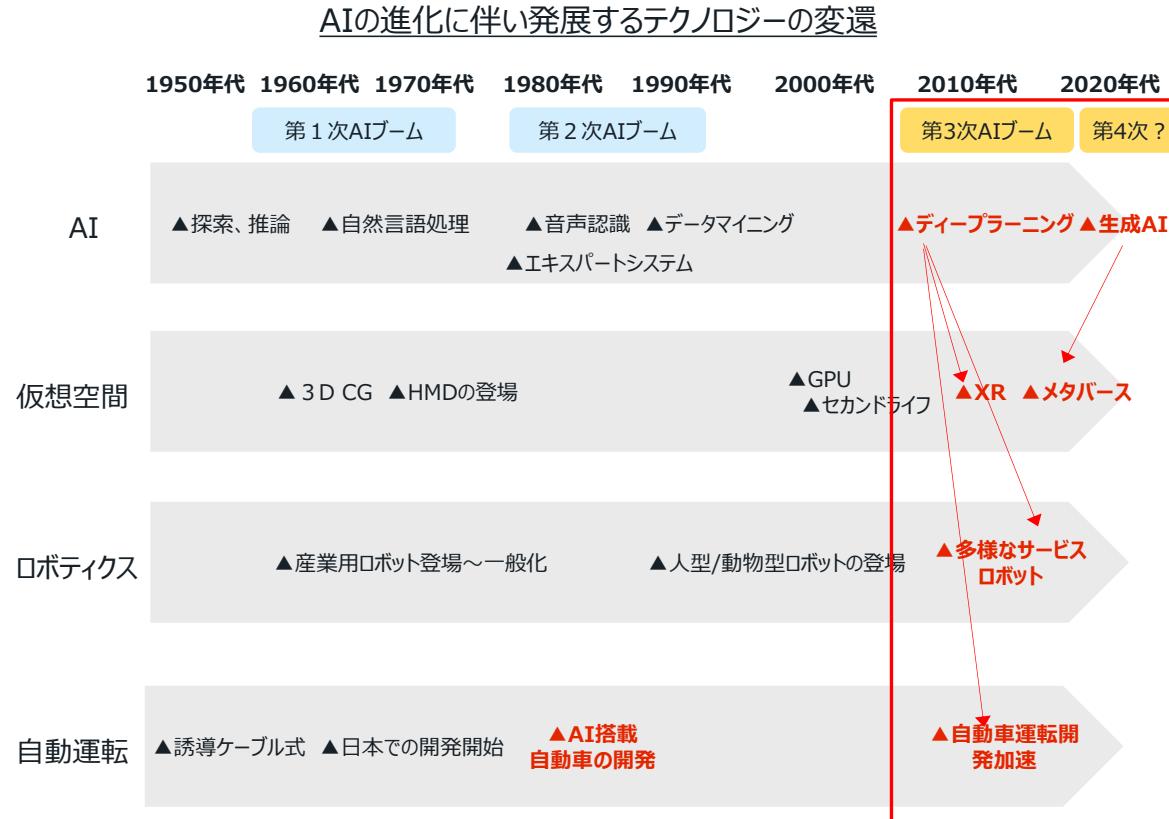
- ChatGPTの急成長:
 - 100万ユーザー達成 : **わずか5日**
 - 1億ユーザー突破 : **2ヶ月**

出所：令和6年版 情報通信白書 ICT白書（総務省）

現在は「第4次AIブーム」、生成AIの出現が契機に

01 AIマクロトレンド

AI進化による周辺テクノロジーへの波及



ディープラーニングが寄与（応用分野）

- XR（仮想空間サービス）**: ディープラーニング技術が開発に貢献
- サービスロボット**: 技術発展により実用化が促進
- 自動運転**: 高度な判断機能の実現に寄与

AIの3つの主要機能

- 識別**: パターンや対象を認識・分類する機能
- 予測**: 将来の状況や結果を推測する機能
- 実行**: 判断に基づいて具体的な行動を取る機能

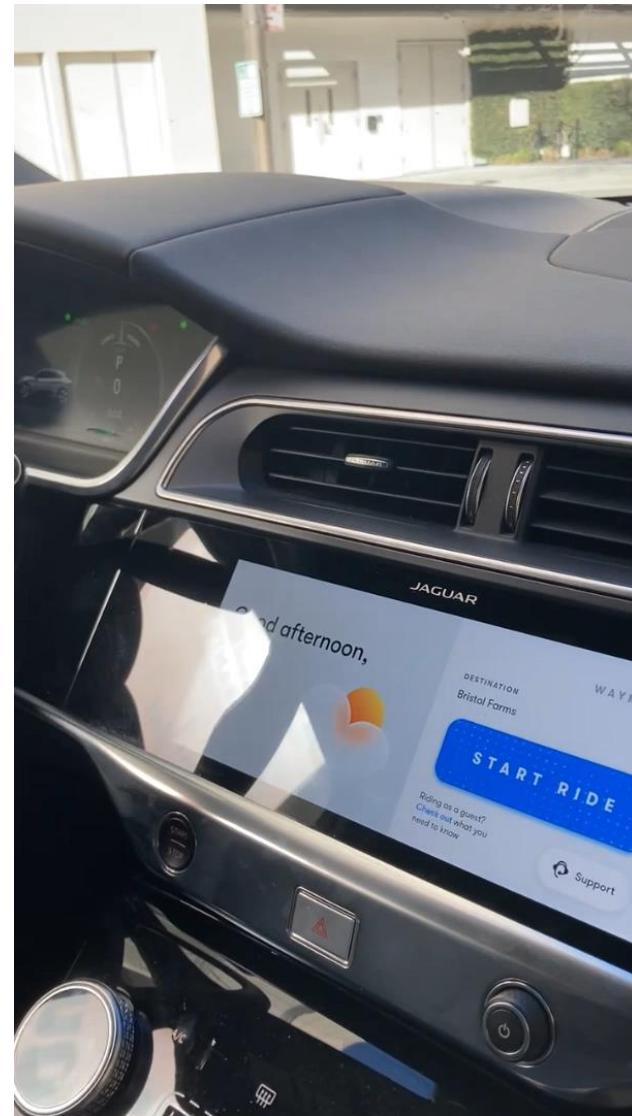
実用例：自動運転システム

- 画像認識**: 周囲環境の視覚的把握
- 音声認識**: 音響情報の処理
- 状況判断**: 複合的な情報から適切な判断を実行
- 経路分析**: 最適なルート選択
- これらの機能を統合して自動運転を実現**

出所：令和6年版 情報通信白書 ICT白書（総務省）

AIの識別・予測・実行の三機能が自動運転やサービスロボットなど周辺テクノロジー領域を加速させている

参考) Waymo Self-driving Car in Los Angeles January 2025



01 AIマクロトレンド AI進化の予想



時間軸や定義は諸説あるが、ツール的AIから社会の在り方を再設計しうるAIへと進化していく（と予想）

01 AIマクロトレンド

生成AI市場規模予測



- 生成AI定義：生成AI（Generative Artificial Intelligence, Generative AI）は、画像、動画、音楽、テキストといった新しいコンテンツを生成できるモデルやシステムの構築に焦点を当てた人工知能の一分野。大規模なデータセットで学習することにより、生成AIモデルはデータ内のパターンや構造を把握し、元のデータ分布を模倣した新規で現実的な出力を生成し、創造性の拡張、データ合成の実現、そして芸術、エンターテインメント、コンテンツ制作など多様な産業の変革をもたらす可能性を秘めている。
- 市場規模定義：市場規模および産業別市場規模。市場規模は、生成AI企業の資金調達額によって算出される。市場の主要プレーヤーには、OpenAI、NVIDIA Deep Learning、Google（Magenta、DeepDream）などの企業が含まれる。

出所：StatistaよりNTTデータ経営研究所作成

予測レポートによって金額や成長率は異なるものの、どの予測をみても今後数年間は急拡大

01 AIマクロトレンド

AIへの投資動向

投資
規模

AIを開発・供給する側（サービサー）への投資

AIそのものを作る／供給する企業へどのように投資しているか

- ・ [世界] 2024年AI関連投資総額：2,523億ドル（約29兆円）・前年比+25.5%
- ・ [世界] 2024年AIスタートアップへのVC投資：1,000億ドル超・前年比+80%・世界のVC投資の約1/3
- ・ [国内] 政府2030年度までにAI・半導体分野へ公的支援10兆円以上・民間投資と合わせ50兆円超を想定

ソフトバンクグループ（国内発・世界規模）

OpenAIに最大400億ドル（約5.98兆円）を追加出資（2025年）。日本企業による世界最大級の生成AI投資案件

トヨタ自動車（国内）

Toyota Venturesに3億ドル（約460億円）を追加出資、そのうちAI分野に1.5億ドル（約230億円）を割当（2024年）。スタートアップ育成を通じて先端AI技術の取り込みを狙う

三菱商事（国内）

500億円のCVCファンドを設立（2025年）。生成AIやバイオ分野の革新的技術に重点投資し、次世代成長領域の事業開拓を推進

サービサーの研究開発投資とユーザーの実装投資が同時に進展
このまま相互作用が技術革新と実用化のスピードを高めていくのか

AIを導入・活用する側（ユーザー企業）の投資

AIを使う立場の企業がどのように投資しているか

- ・ [世界] 2029年AIシステム投資予測：約1.3兆ドル（約180兆円）・CAGR 32%
- ・ [国内] AI関連システム支出予測：1兆3,412億円（2024年）→4兆1,873億円（2029年）

三菱UFJ銀行 × Sakana AI（国内）

最大50億円規模の契約（2024年）。銀行業務の中核である社内外文書作成プロセスをAIエージェントで自動化、効率化と精度向上を両立

GMOインターネット（国内）

年間約10億円をAI人財育成・活用に投資。月1万円/社員1人を上限に複数の生成AIサービス利用を支援、業務効率化と生産性向上を加速

ANAホールディングス（国内）

CVCを通じてSakana AIに出資（2024年）。生成AI基盤モデルを顧客サービスのパーソナライズや生産性向上に活用し、グループ全体の変革推進を戦略の中心に据える

01 AIマクロトレンド

小売流通業界のグローバルカンファレンスにみるAI活用の戦略的進化

	北米 NRF2024	欧州 Tech for Retail Europe 2024	アジア NRF2024 Asia Pacific	日本 リテールテックJAPAN 2024	北米 NRF2025 (最新動向)
	実用性重視のAI導入	包括的なAIエコシステム構築	効率化とイノベーションのバランス	業務効率化重視の堅実なAI導入	次世代AI技術の本格導入
主軸技術	<ul style="list-style-type: none"> 生成AI 機械学習 	<ul style="list-style-type: none"> AIエージェント 生成AI データ分析AI 	<ul style="list-style-type: none"> 機械学習 画像認識AI 業務効率化AI 	<ul style="list-style-type: none"> 生成AI AIアシスタント パーソナライゼーション 	<ul style="list-style-type: none"> Agentic AI 高度な生成AI 統合型機械学習
注力分野	<ul style="list-style-type: none"> パーソナライゼーション サプライチェーン最適化 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客サービス自動化 マーケティング最適化 	<ul style="list-style-type: none"> 需要予測・在庫管理 検索体験向上 	<ul style="list-style-type: none"> 業務自動化 店舗運営効率化 個客対応 	<ul style="list-style-type: none"> 自律的業務実行 高度パーソナライゼーション
特徴的なポイント	<ul style="list-style-type: none"> 生成AIによる顧客体験革新 機械学習による需要予測・物流効率化 データドリブンな意思決定支援 ROI重視の実用的なAI活用 	<ul style="list-style-type: none"> AIエージェントによる顧客対応高度化 生成AIによるマーケティングコンテンツ作成 データクリーンな環境での安全なAI活用 従業員の働き方改革にもAI活用 	<ul style="list-style-type: none"> 機械学習による在庫・需要予測が最優先 マルチモーダル検索など次世代UI/UX 従業員体験（EX）向上にもAI活用 画像認識技術の実用化進展 	<ul style="list-style-type: none"> 大手プラットフォームの生成AI活用 VR店員など革新的な顧客接点 個客性分析など日本独自のきめ細かいAI 省人化へのAI活用が顕著 	<ul style="list-style-type: none"> Agentic AIによる自律的業務実行 生成AIが戦略的業務支援へ進化 リアルタイム価格設定への拡大 AIとAR/VRの融合によるビジュアル強化

基調講演や個別セミナーなどでAIが頻出し中心テーマ化

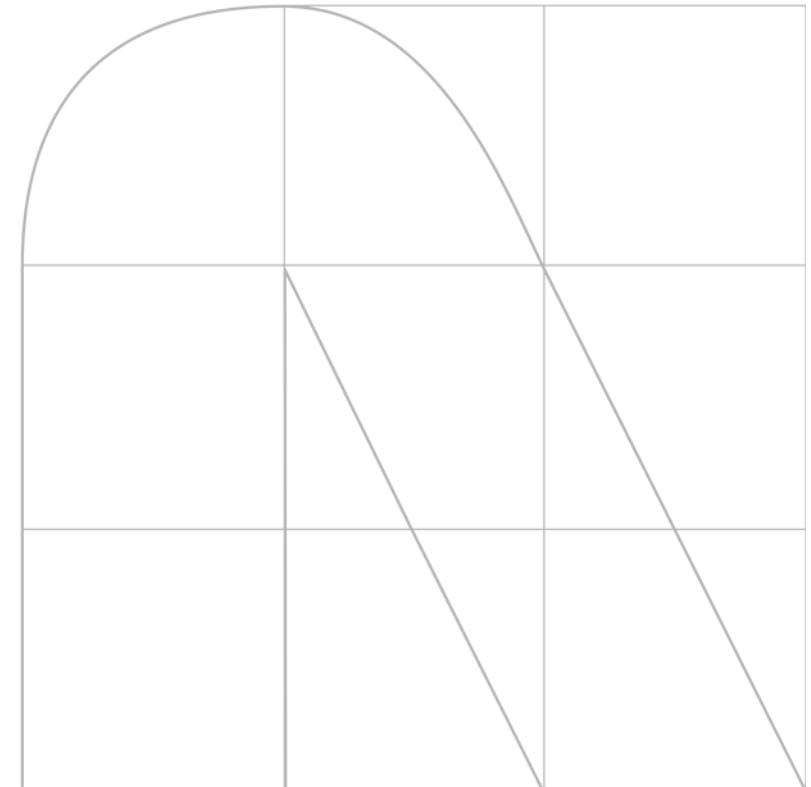
表面的・単発的なAI導入事例から包括的なAI戦略へ議論が進化

「話題性・実験段階」から「実用性重視・実用化段階」にシフト

「AIで何ができるか」から「AIでどう競争優位を築くか」に論点転換

02

国内企業における生成AI導入・活用の 現在地



生成AIの導入・活用状況（国内企業）

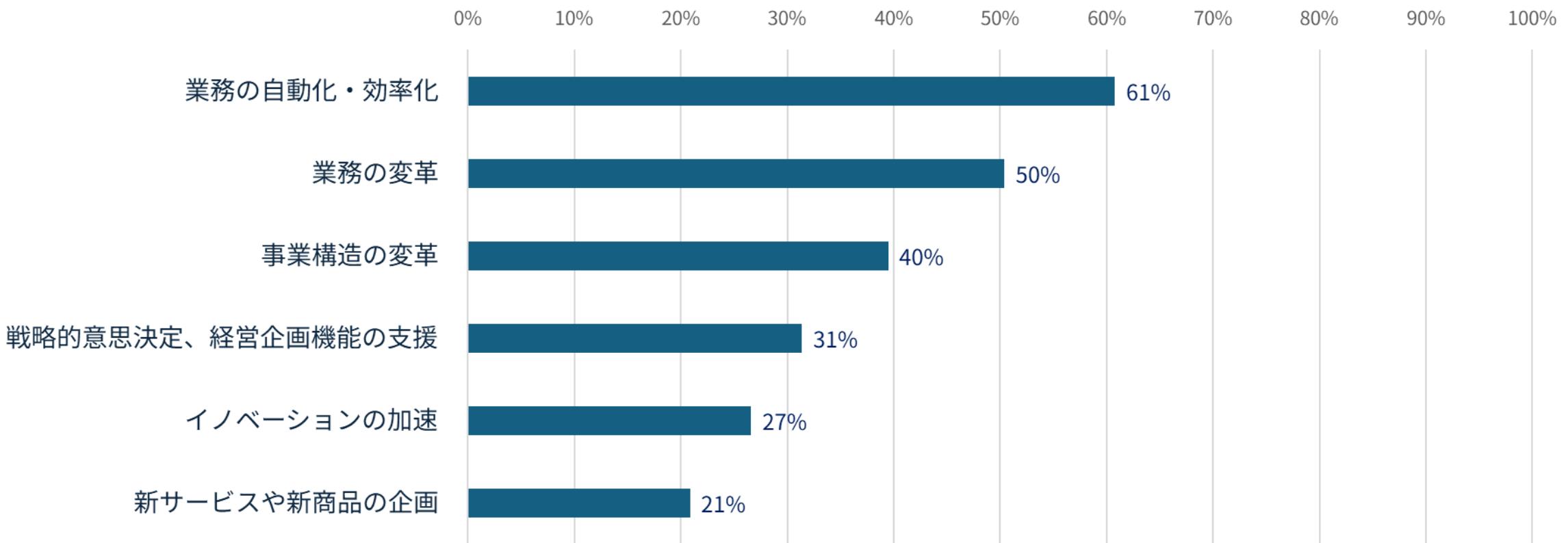
- 社内で生成AIを活用中／社外に生成AIサービスを提供中は56%で生成AIの活用は過半数を超えた【PwC】
 - 活用中：43%（2024春）→56%（2025春）
 - 推進中：24%（2024春）→20%（2025春）
 - 計：67%（2024春）→76%（2025春）
- プライム市場・売上1,000億円以上企業の95.6%（前年87.6%）が生成AIを既に導入【DTC】
 - 「全社的に導入している」：47%（前年26.4%）
 - 「特定の部署で導入している」：24.3%（前年22.5%）
 - 「一部の部署で限定的に導入している」：15.4%（前年21.1%）
 - 「実験的に導入している」：8.9%（前年17.5%）
- 日本企業の生成AI導入率は49.7%であり、米国（84.8%）、中国（92.9%）、ドイツ（76.4%）などの主要国より大幅な遅れ【総務省】

出所：PwC：生成AIに関する実態調査2025春5カ国比較（PwC Japanグループ）／DTC：プライム上場企業における生成AI活用調査（2025/8 デロイト トーマツ グループ）
／総務省：情報通信白書令和7年版（総務省）

約半数もしくは過半数を超え急速に普及するも国際比較では大きく遅れ

生成AIの導入目的（国内企業）

- プライム市場・売上1,000億円以上企業では企業規模を問わず「業務の自動化・効率化」が最多。【DTC】



出所：DTC：プライム上場企業における生成AI活用調査（2025/8 デロイト トーマツ グループ）

業務効率化・最適化が主目的でありイノベーションや価値創出はまだ少数派

02 国内企業における生成AI導入・活用の現在地

業種/業界ごとの生成AIの導入・活用状況（国内企業）

	Step0-1: 目的設定・ 業務棚卸	Step2: PoC設計 /KPI設定	Step3: 体制構築 /推進ハブ設置	Step4-5: ルール整備・ 教育研修	Step6: 成果共有・ 全社展開	傾向
IT・ 通信	◎	◎	◎	◎	○	<ul style="list-style-type: none"> 導入目的の明確化とPoC実施が進み、推進室や教育体制を整備。 全社展開に踏み出した企業も多く、最も成熟度が高い。
金融・ 保険	◎	△	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> 顧客接点やリスク管理に焦点を置き、限定領域でPoC実施。 規制を踏まえた体制整備と教育を進め全社展開へ移行中。
製造	△	△	△	△	—	<ul style="list-style-type: none"> 生産性や品質向上を目的にPoCが進むが、部署単位の試行段階。 DX部門中心の取組はあるが、全社展開は未達。
建設	○	△	△	○	—	<ul style="list-style-type: none"> 人手不足や安全管理を目的に導入検討が拡大。 PoCは進むが限定的で、推進体制や全社展開はこれから。
小売・ 流通	◎	○	△	△	—	<ul style="list-style-type: none"> 認知度は高く導入検討企業が多数。 PoCは進むが、次のステップへの展開は限定的
医療・ 福祉	△	△	—	○	—	<ul style="list-style-type: none"> 目的整理に時間を要し、PoCは限定的。 倫理・法規制対応を重視しガイドライン整備が先行の慎重導入。
公共 (自治体)	△	△	△	—	—	<ul style="list-style-type: none"> 導入必要性の認識は進むが、多くは検討段階。 大規模自治体でPoCやチーム設置が進む一方、小規模は未整備。

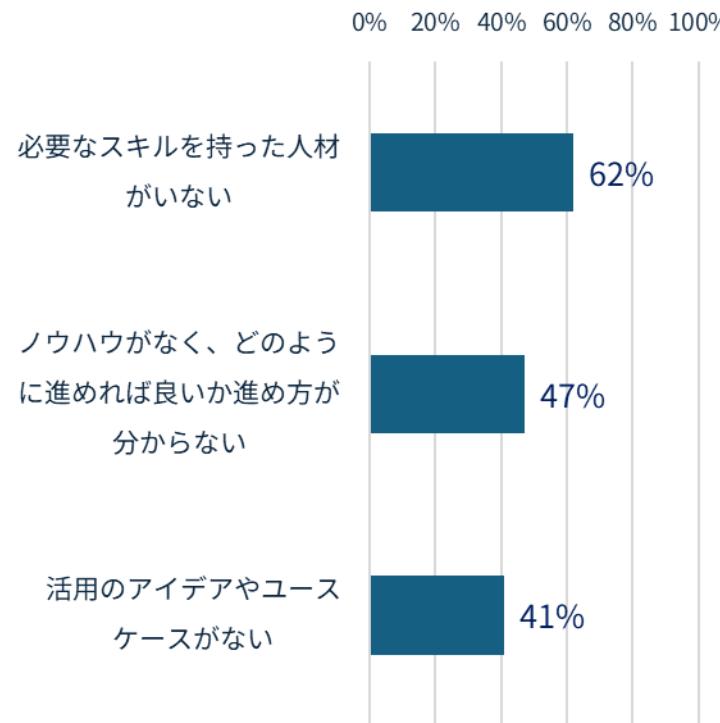
凡例：◎：多くの企業が完了／○：一部企業で進展／△：限られた企業で試行・計画／—：ほぼ該当ステップに到達せず

出所：各種情報をもとにNTTデータ経営研究所にて分析

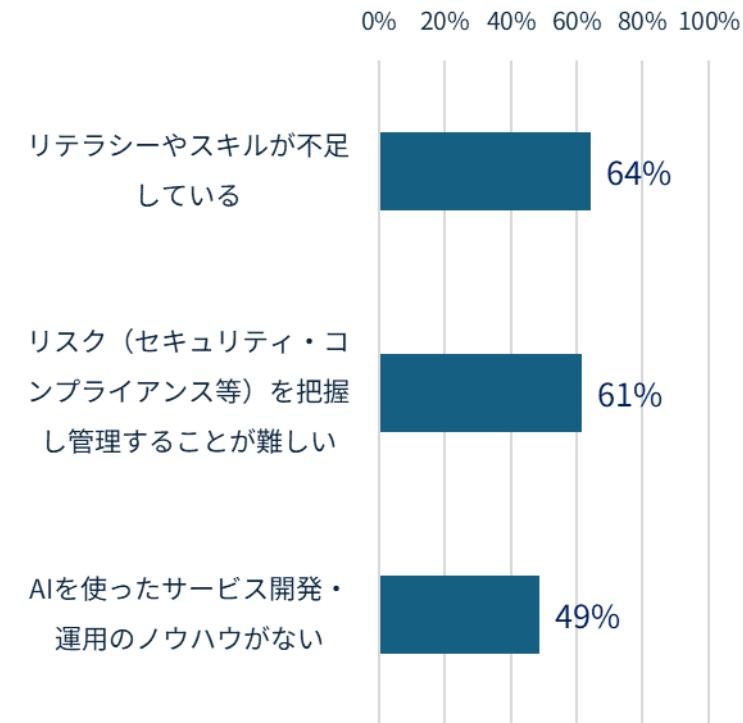
業界特性に応じた導入速度の違いが顕著

生成AIの活用・推進に関する課題認識（国内企業）

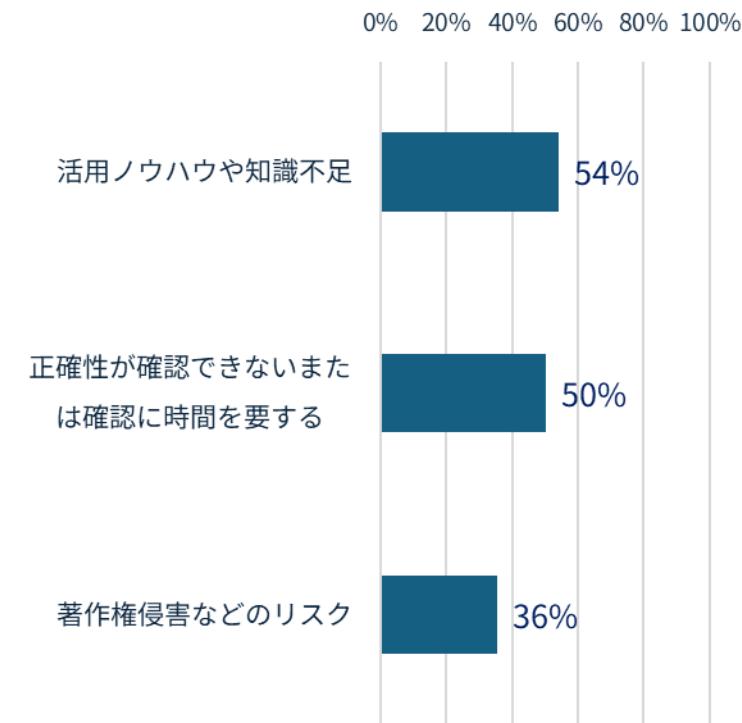
- 推進において直面している課題（上位3項目）【PwC】



- 生成AIの活用に関わる課題（上位3項目）【NRI】



- 利用する中での課題（上位3項目）【情総研】



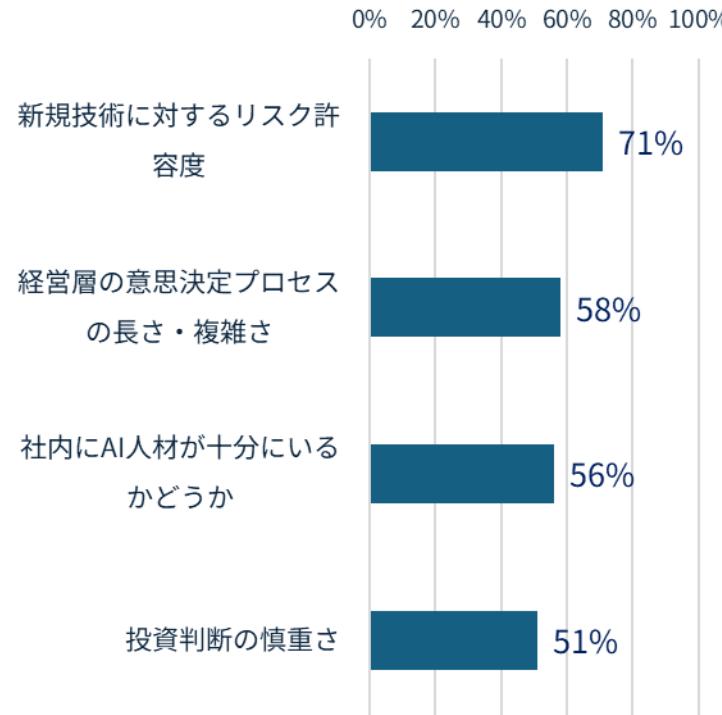
出所：PwC：生成AIに関する実態調査2025春5カ国比較（PwC Japanグループ）／NRI：ユーザー企業のIT活用実態調査（2023年）
／情総研：生成AIの企業における導入状況や活用に関するアンケート調査（2024/11 情報通信総合研究所）

スキル・ノウハウ・ユースケース不足。リスクや正確性なども。

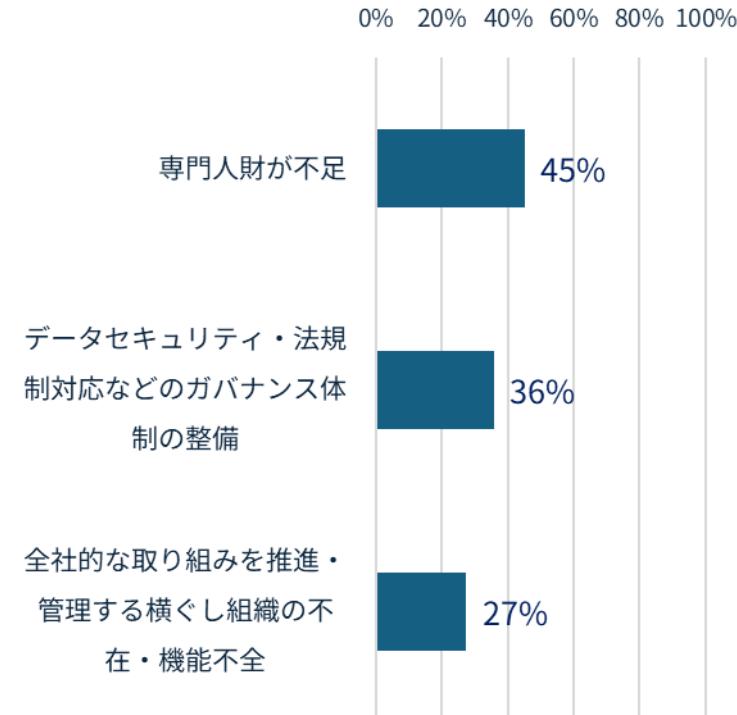
02 国内企業における生成AI導入・活用の現在地

生成AIの導入スピード・ステップアップ・活用促進に関する課題認識（国内企業）

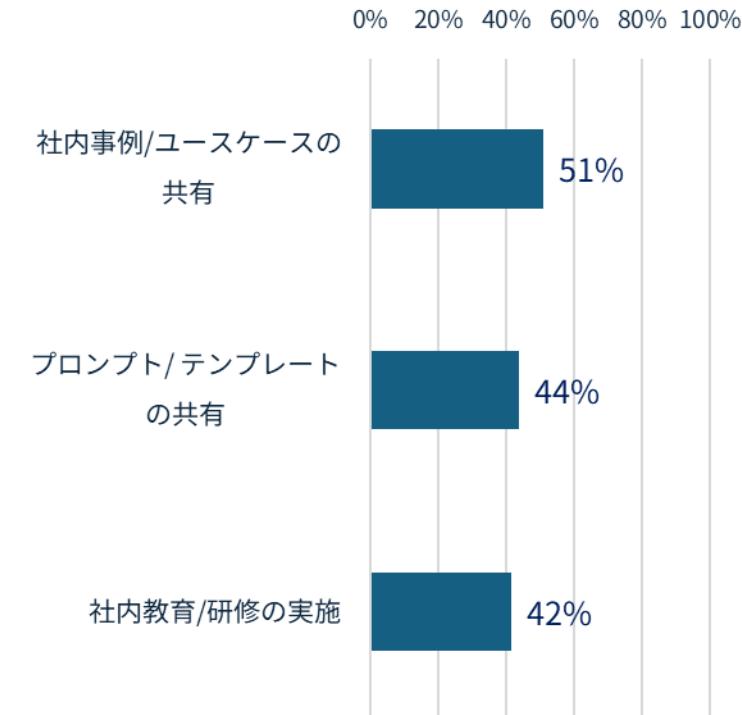
- 生成AI関連技術の導入のスピードに影響する要素（50%超項目）【PWC】



- PoCやトライアルから本格導入へ移行する際の最大の課題（上位3項目）【DTC】



- 生成AIの利用をさらに進める上での改善点【情総研】

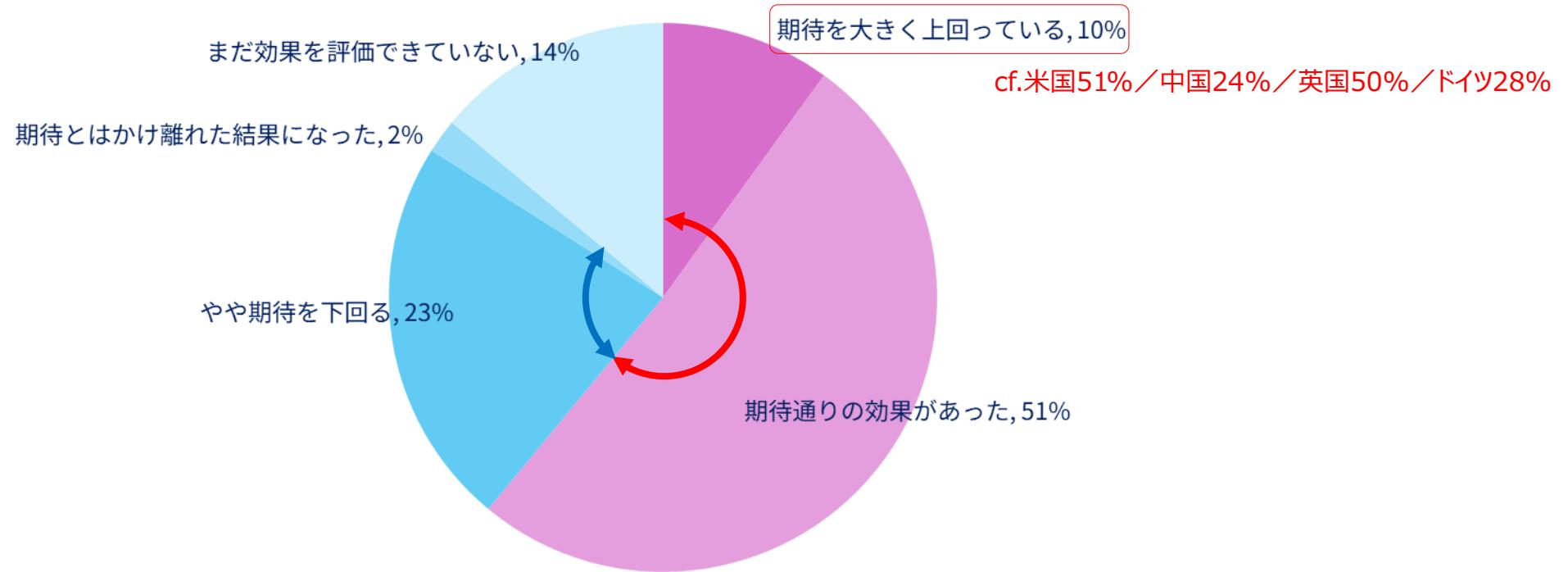


出所：PwC：生成AIに関する実態調査2025春5カ国比較（PwC Japanグループ）／DTC：プライム上場企業における生成AI活用調査（2025/8 デロイト トーマツ グループ）
 ／情総研：生成AIの企業における導入状況や活用に関するアンケート調査（2024/11 情報通信総合研究所）

PoC止まりを脱するには人財・横断的推進体制・リスク対応、活用促進にはやノウハウの展開と人材育成が鍵

生成AI導入・活用の効果認識（国内企業）

- 既に活用中／具体的な案件を推進中の企業における導入・活用の効果認識【PwC】

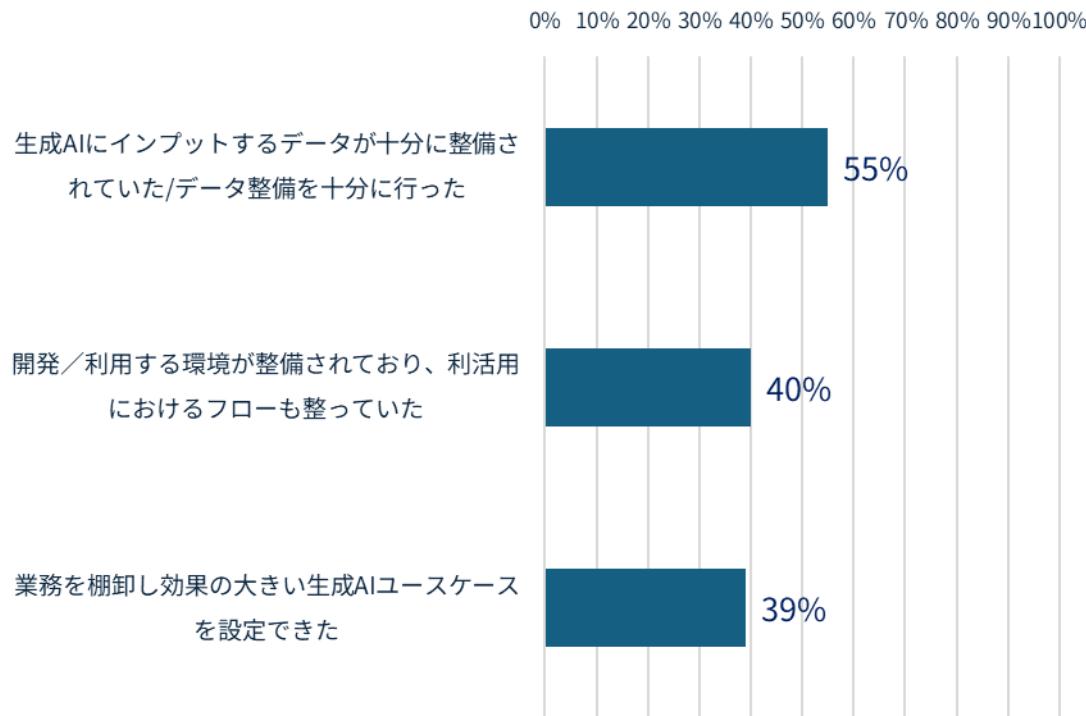


出所：PwC：生成AIに関する実態調査2025春5カ国比較（PwC Japanグループ）

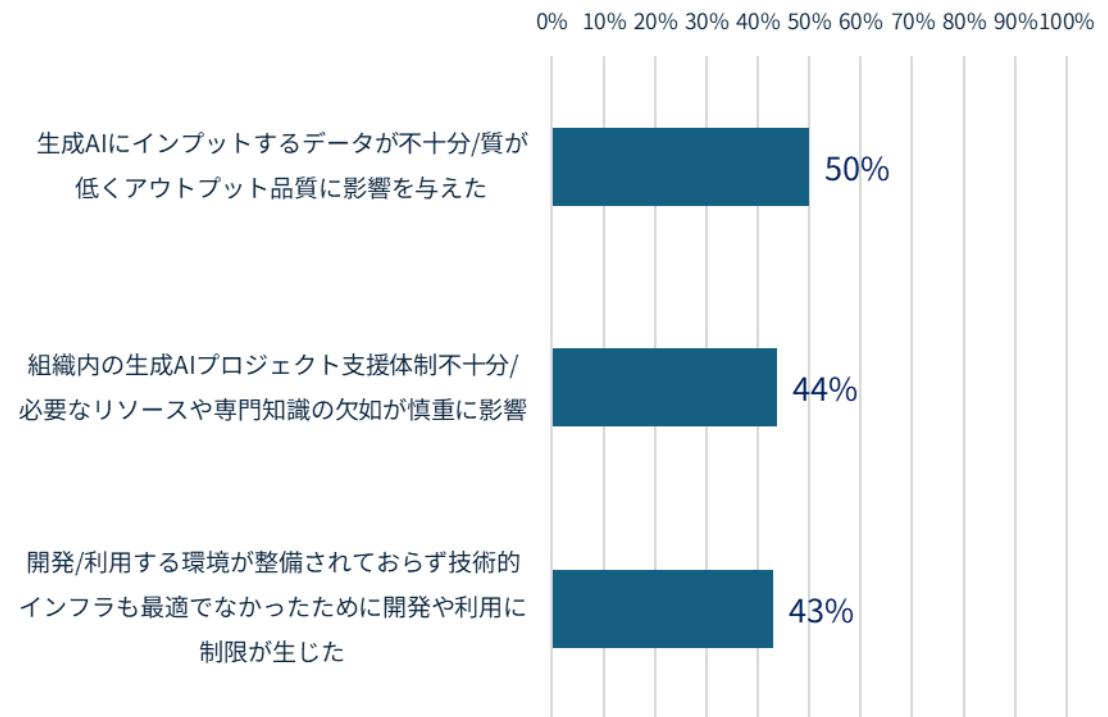
6割が効果認識も「期待超過」が1割と海外に比べ低水準

生成AI導入・活用の効果要因（国内企業）

- 期待以上の効果を上げられた主要な要因
(上位3項目) 【PwC】



- 期待以上の効果を上げられなかつた主な原因
(成功要因との比較項目) 【PwC】



出所：PwC：生成AIに関する実態調査2025春5カ国比較（PwC Japanグループ）

「インプットデータの量と質」「利用/開発環境整備」はブースター要件でありエッセンシャル要件。
「有効なユースケース」は効果を加速させ、「体制/リソース/専門知識」の欠如は効果を阻害。

参考) 丸紅株式会社 生成AI導入・活用事例 [1/2]

生成AI (Marubeni Chatbot) の全社導入によって年間約90万時間の業務削減を実現 ユーザー数：約16,000人／アクティブユーザー数：約9,000人（グループ全体）

取組概要

- 社内専用の「Marubeni Chatbot」開発
 - 便利機能（質疑応答機能・翻訳・文字起こし）
 - ユーザー自身が業務データやFAQデータを取り込んで専用のエージェントを作成可→全社展開へ
- 「年間約90万時間の業務削減」は翻訳や要約業務での成果が大きな割合
 - 海外とのやり取りが多いため文書のドラフト生成は特に効果が出やすい領域

今後の展開

- 投資判断・リスク分析・競合調査など高度業務の支援に展開
 - 審議段階：過去の類似案件を瞬時に検索、その案件で顕在化したリスクや対応策を提示
 - 担当者は過去の知見を踏まえてリスク評価や判断が可能
- 営業などのフロント業務への応用
 - 顧客からの要望をその場でAIに入力、即座に提案資料のドラフトを提示
 - 提案の質とスピードを飛躍的に向上

出所：丸紅は生成AIで90万時間削減に成功『間違えるのは人もAIも同じ』の思想で社内活用が急加速（AI経営総合研究所2025年9月8日）より

参考) 丸紅株式会社 生成AI導入・活用事例 [2/2]

成功要件 (弊社仮説)

「AIは間違える」が前提の文化づくり
「心理的安全性」

“いつでも学べる環境”が定着の鍵
「学びの即応性」

現場主導・即時解決がスピードと信頼を生む
“ボトムアップ拡散”が持続の鍵

バックオフィス→フロントへの進化
“スマールスタート+段階拡張”が王道

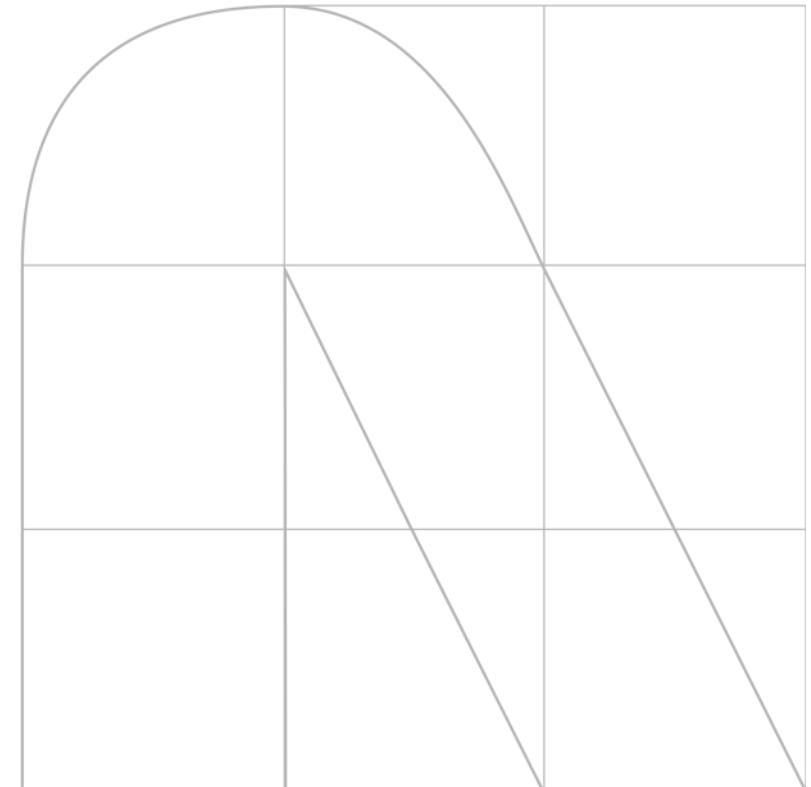
“人の代替”ではなく“相棒”として位置づけ
“人とAIの役割分担の哲学”

- 「間違えるのは人もAIも同じ」と明言「100%正確でなくても工数削減価値は十分」と社内共有
- 「AIを使ってはいけない理由」より「どうすれば使えるか」に思考を切り替える文化醸成
- 初心者が「使ってみよう」と思った瞬間に支援できる体制整備
- 教育を一過性イベントで終わらせず“常設支援機能”として制度化
- 現場社員が自らFAQや業務データを取り込み専用エージェントを構築できる仕組みを整備
- 「社内開発者に直接質問できる」即時解決が安心感と浸透へ
- 問い合わせ対応・翻訳などの定型業務から成果を出し徐々に営業・投資判断など高付加価値領域へ拡張
- 成果が「次の適用範囲」を牽引する連鎖モデルを形成
- 「最終判断は常に人」「AIは補助役」と定義。
- 顧客関係や信頼構築など“人にしかできない価値”を明確に残す

出所：丸紅は生成AIで90万時間削減に成功『間違えるのは人もAIも同じ』の思想で社内活用が急加速（AI経営総合研究所2025年9月8日）より
成功要件はNTTデータ経営研究所作成

03

コンサルティング業務での生成AI活用



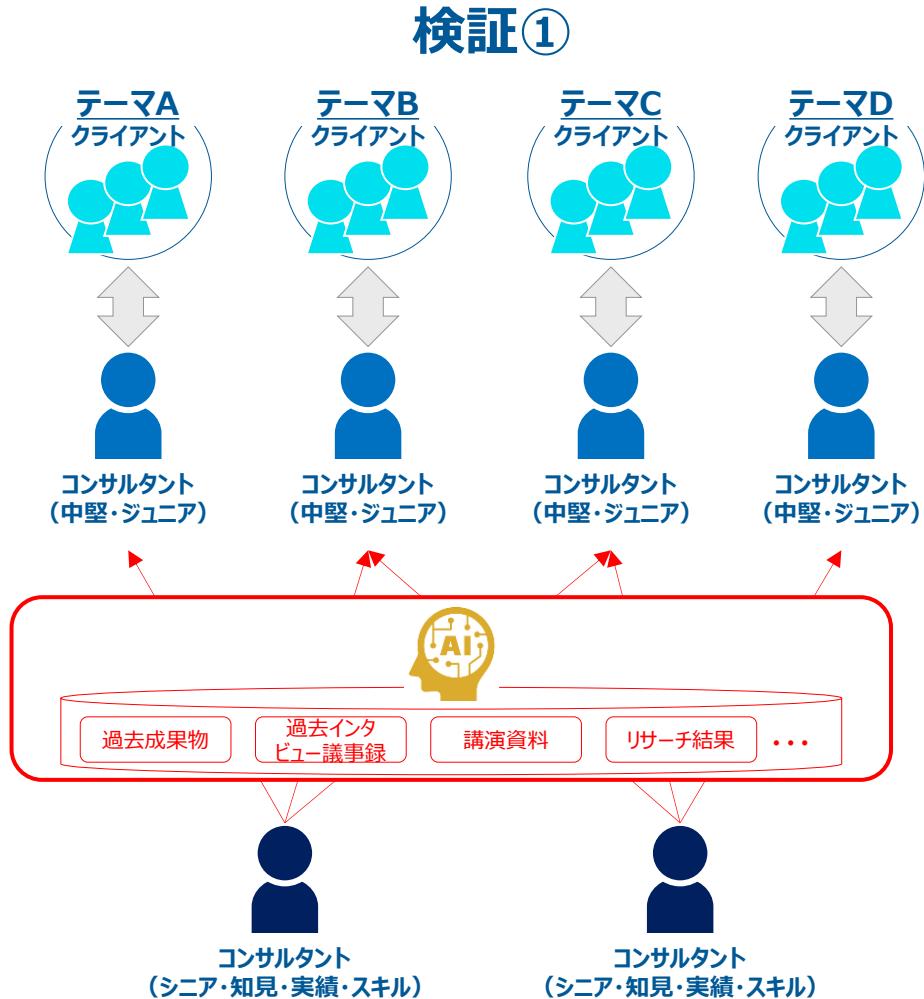
生成AI活用検証① | FY2024（コンサルワークの品質と効率の飛躍的向上）

活用機会		結果・評価	
リサーチ	<ul style="list-style-type: none"> 膨大な海外文献・専門レポートやキーパーソンの講演など発信動画から“文脈に埋もれがちな情報”的掘り起こし 	◎ (とても高い)	<ul style="list-style-type: none"> AI非活用では量・質ともに到達困難な情報に短時間でアクセス
仮説立案	<ul style="list-style-type: none"> リサーチ結果の分析からプロジェクトトピックにそった解釈・示唆・仮説の素案立案 	△ (限界あり)	<ul style="list-style-type: none"> 高度推論を活用しても、一般論（ありがちな仮説）に終始 プロジェクトトピックを充足できるレベルには至らず
構想提言 (報告書とりまとめ)	<ul style="list-style-type: none"> 構想として訴求力のあるメッセージ構成で構想（提言）としてとりまとめ 	△ (限界あり)	<ul style="list-style-type: none"> 素案としては十分だが、最終的なメッセージの磨き込みはコンサルタントの介入が必須
	<ul style="list-style-type: none"> 報告書作成（テキスト→表変換、サマリ化、表現の統一（成型）など） 	◎ (とても高い)	<ul style="list-style-type: none"> 要点抽出・体裁統一など定型・成形は大幅に効率化

生成AI時代のコンサルタントのバリューポイントが見えてきた

生成AI活用検証② | FY2025 (AI-Initiative活動)

トップの期待：OutputでなくOutcomeを起点



検証②

タスク・ジョブ特性

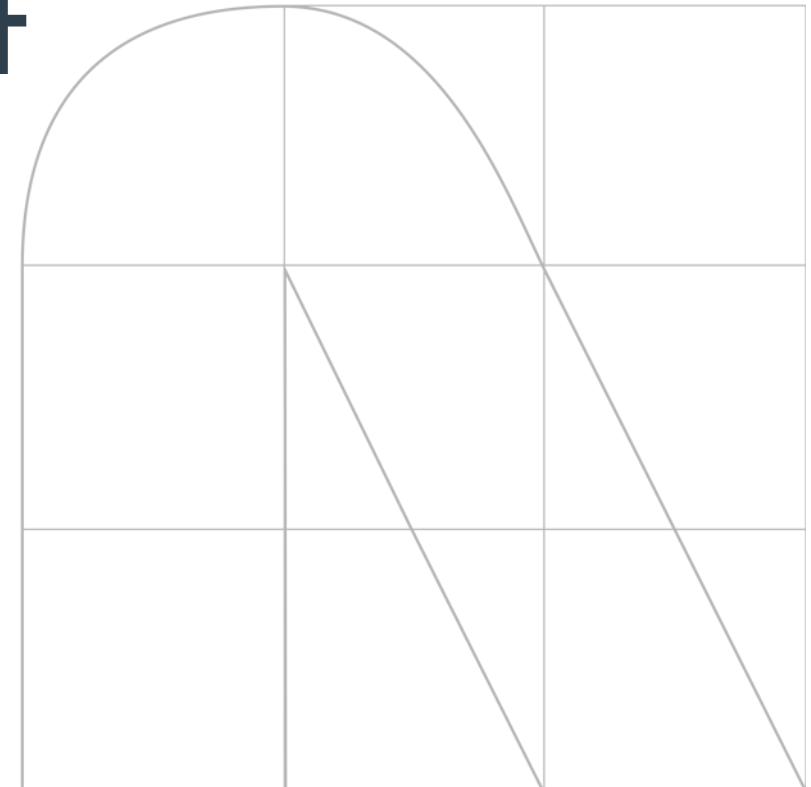
複雑性・難易度高	↔	一般性・汎用性
正確性高・致命的リスク許容度低	↔	傾向把握・方向性確認
網羅性・体系性	↔	シンボリック・インパクト
構造化・ロジカル	↔	センス・情緒的直感
理論・フレームワーク	↔	創造性・斬新さ
汎用性・一般性	↔	情報の信頼性



生産性・品質

04

次代の競争軸：AIで価値創造を再設計



AI次代の競争戦略：同質化競争の罠を超えるために

効率化

即効性・効果測定が容易
費用対効果が明確（意思決定しやすい）

現場主導でアプローチ可



模倣されやすく導入容易
→他社が追随しやすく優位性は一時的

価値創造

時間を要する・難易度が高い
効果の定義が難しい
責任がとれるポジションのコミットが必要



高付加価値市場開拓・顧客との関係性強化/深化
→参入障壁が高い

同質化競争の罠

コスト削減競争が価格下落につながれば全体の利益率を圧迫し
消耗戦に突入

持続的な競争優位

特にAI起点の新サービス・ビジネスモデルは独自データや
生態系に支えられ参入障壁・模倣難易性が高い

「効率化」と並行、または別の枠組みとして「価値創造」の取り組みに着手すべき（NextStepではない）

ロレアル（L'Oréal） – AIによる顧客体験価値の再設計 [1/2]

動画

<https://www.lorealparisusa.com/beauty-genius-ai-beauty-virtual-assistant>

Beauty Techリーダー宣言

- 生成AI・ARと10PBの美容データで「ビューティーテック企業」へ転換
- CES2024：美容企業初の基調講演→約100万回再生
- 2017年以降：合計18のCESイノベーション賞受賞

「一人ひとりの美」を提供する生成AI (Beauty Genius)

- スマホ経由で24/7利用可
- 「自分専属の美容コンサル」の新次元体験
 - パーソナライズ診断
 - バーチャル試着
 - カスタマイズ推奨
 - 親密な悩みへの自然な会話
- 例) 長距離フライト後ケア：

出所：Beauty Genius AI Virtual Beauty Assistant - L'Oréal Paris／L'Oréal, the Beauty Tech champion | L'Oréal Finance
／How L'Oréal Creates a Seamless Omnichannel Beauty Experience

ロレアル（L'Oréal） – AIによる顧客体験価値の再設計 [2/2]

複雑なカスタマージャーニーは強力な関係構築のチャンス

- ・ 店舗で美容部員がAIの提案を参考に接客／店舗の接客データをAIが学習してオンライン提案に活用
 - オンライン・モバイル・実店舗での一貫した超パーソナライズ体験を提供することによりエンゲージメント強化
- ・ カスタマージャーニーの深い洞察
 - AIでメディアを含む全ての美容エンゲージメントタッチポイントでの広告リソース配分を最適化

診断から推奨までパーソナライズされた美容体験を継続的進化

- ・ 厳格なガバナンスとプライバシー保護を徹底して匿名化された位置情報（大気質・UV・天気等）や女性特有の体調周期の皮膚影響を分析し、診断を継続的に高度化
- ・ 生活コンテキスト（文脈）を取り込み、顧客体験とサービスを同時に進化

ビューティーコンテンツラボ（生成AI）によるキャンペーン強化

- ・ 責任ある広告・信頼できるAIの原則に沿ってブランドのコンテンツ（何千枚もの画像）を生成
- ・ AI生成の「本物そっくり」な顔・体・髪・肌を使用し製品効果誇張に用いない

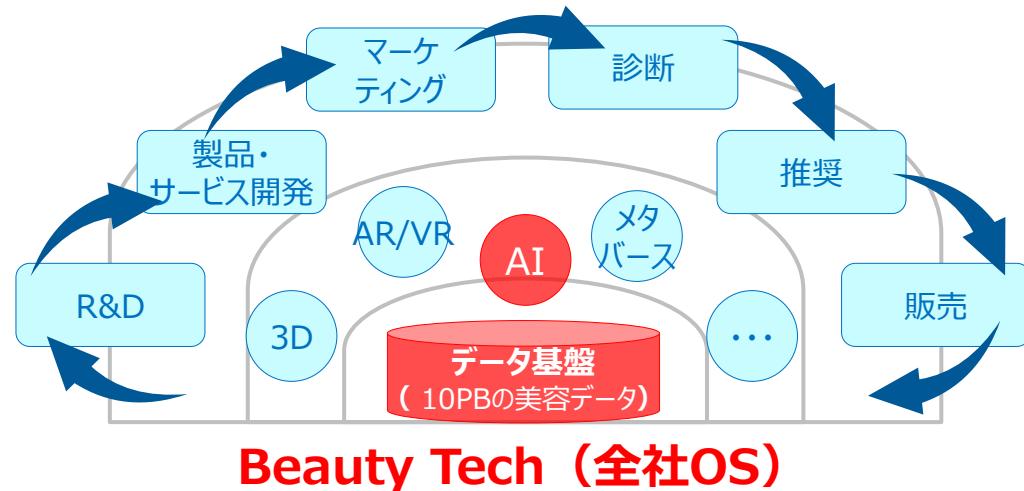
研究×AIの一体運用（R&D）

- ・ 4000名の研究者が生成AIを新製品開発・既存製品の再配合に活用

出所：Beauty Genius AI Virtual Beauty Assistant - L'Oréal Paris／L'Oréal, the Beauty Tech champion | L'Oréal Finance
／How L'Oréal Creates a Seamless Omnichannel Beauty Experience

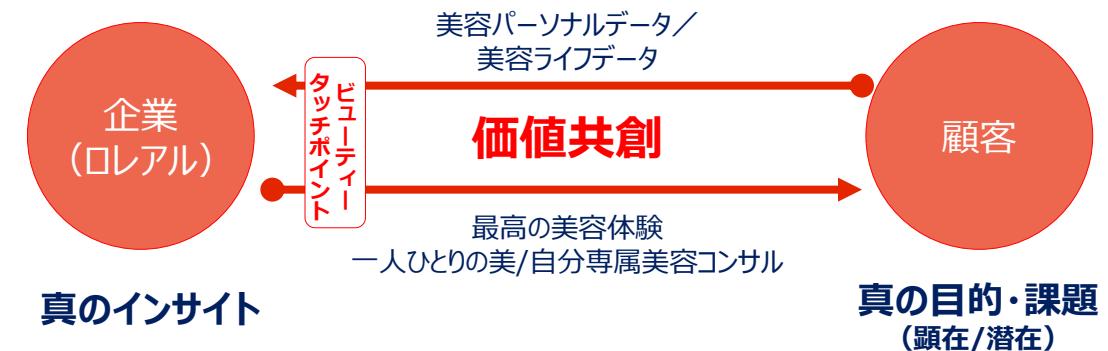
ロレアル（L'Oréal） – 事例からの示唆

Beauty Techの“全社OS”化



- AIと10PBの美容データ基盤を全社OS化し、「化粧品メーカー」から「Beauty Tech企業」へと進化
- 研究開発から顧客体験、販売、広告までAIを軸に循環する価値創造サイクル構築

AI時代の価値共創モデルの先取り



- 顧客は自分自身のデータ（価値）を提供し、企業はそこから顧客の真のインサイトを的確に掴み、持てる能力・知見・資源を結集させた最高の美容体験を提供

Beauty Techの“全社OS”化で継続的な価値創造・模倣困難な参入障壁を構築、その上にAIを企業と顧客の知識資源を統合するプラットフォームとして機能させ価値共創を深化・加速・スケールアップ



Lighting the way
to a brighter society