

Agentic AI 時代の マーケティング

Amazon Web Services Japan 戦略事業開発本部
プリンシパル事業開発マネジャー 松本鋼治





Marketing has evolved from communication to experience.

マーケティングは、コミュニケーションから体験へ

Philip Kotler

Marketing 6.0: The Future Is Immersive (2023)

Product (1.0) → Customer (2.0) → Human (3.0) → Digital (4.0) → Technology (5.0) → Immersive (6.0)

Self Introduction



松本 鋼治/ Koji Matsumoto

アマゾンウェブサービスジャパン合同会社

戦略事業開発本部 プリンシパル事業開発マネジャー
Ad/Marketing Technology & Data Platform 領域

Amazon Bar Raiser /10 Years+ Amazonian

外資系コンサルティングファームでの戦略コンサルタント、
Amazon等での経営企画や事業開発を経て現職
消費財業界向けのProduct開発や、AWSでのIndustry 事業開発などを経験、
B2C業界でのCustomer Data活用のInitiativeの実績多数。

日本マーケティング協会 Executive Program 非常勤講師 (2021年~)、
早稲田大学商学部卒、一橋大学大学院 経営管理研究科修了 (経営学修士, MBA)

Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/kojimatsumoto/>

Interview: Markezine 2024年12月 “キーマンに聞く！

「安全にデータを活用し、ビジネスの課題解決をする」AWS/Amazonの技術と仕組み”
<https://markezine.jp/article/detail/47554>

数値で見るAI×マーケティングのOverview

もう“使うかどうか”の段階ではない。
使わない方が劣後していく

AIやクラウドは単なる道具を超え、
営業やマーケティングの基盤(OS)へと進化

\$1.06兆

世界広告費が史上初の1兆ドル突破

dentsu 2026/5

\$196.7B

リテールメディア広告費（全広告費の16%）

eMarketer 2026

84%

の営業担当者がAIをワークフローに組込済

Salesforce 2026

75%

の広告主がAIでメディア出稿増を予想

McKinsey 2026/6

ROI 300-500%

AIエージェント導入企業の初年度回収

Laxis 2026/6

Agentic Commerce — 消費者の「買い方」が変わった

AIエージェントが「何を見せるか」を決める時代
ブランドが対峙すべきは、他社ではなく、
AIアルゴリズムへ

消費者はもう検索結果を50件スクロールしない。
AIが5件に絞って推薦する。御社の商品が
AIに「この人に最適」と判断されるかが勝負を分ける。

2.74倍

Rufus利用者の購入率（非利用者比）

azoma.ai 2026/4

50→5件

商品発見の表示数が圧縮

Workflow Labs 2026/4

\$12B

Rufusが生んだ年間増分売上

g-co.agency 2026/9

\$180B

AI経由EC売上（2026年見込）

pepper.inc 2026/6

Source: azoma.ai 2026/4 | Workflow Labs 2026/4 | g-co.agency 2026/9 | pepper.inc 2026/6

Algorithmic CMO — マーケティング組織そのものの変化

消費者がブランドに出会う前に、 AIが「何を見せるか」を既に決めている

2026年の消費者の朝: 起きる→Instagramを開く（アルゴリズムが最初に見せるものを決定済）→音声アシスタントにニュースを聞く（レコメンドエンジンが夜間にキュレーション済）。

CMOの仕事は「良いキャンペーンを作る」から
「AIにどう認識されるかを設計する」に変化

96%

のCMOが「AIでマーケ機能全体が根本変革」と回答

BCG 2026/6

約 1/3

のみが実際に実行できている（言と行のギャップ）

BCG 2026/6

88%

の組織がAIを1つ以上の業務で定常利用

McKinsey 2025→2026

消費者の買い方とマーケティングの仕組みの変化の中で、本日は“AIによる顧客理解の変化に着目”

Source: BCG 2026/6 | McKinsey 2025-2026 | Berkeley Haas "The Algorithmic CMO" 2026/6

Amazon CEO Andy Jassy

「企業には選択肢がある — 変化を受け入れてこの時代と一緒に形作るか、
見て見ぬふりをして飲み込まれるか」

Q2 2025 Earnings Call (Fortune 2025/7/31)

「AIは仲間の仕事をより楽しいものにする。
定型作業から解放し、人間にしかできない仕事に集中させる」

Human Creativity × AI Efficiency — これが我々の哲学

Q2 2025 Earnings Call (Fortune 2025/7/31)

CapEx \$200B

AI・クラウドインフラへの投資規模

AI Run Rate \$25B

AIビジネスが急成長（\$15B→\$25B）

Rufus YoY+115%

月間利用者が前年比倍以上



Source: Amazon Q2 2026 Earnings | AWS re:Invent 2025 Keynote

Agenda

01

創る — **Create**

AIクリエイティブ事例

02

届ける — **Deliver**

AIパーソナライズ配信事例

03

測る×繋ぐ — **Measure & Connect**

データ連携・計測事例



Summary

今日からのアクション

01 創る — Create

AIがクリエイティブを量×質で回す



Amazon Ads Creative Agent

会話するだけで様々な顧客が、フルファネル広告・マーケティングクリエイティブを制作可能に

Situation:

Amazon Adsは月間3億人超のお客様にリーチできるサービス。多様なフォーマット×カテゴリ対応が広告主は必須

結果、広告主らはクリエイティブ制作に数日～数週間。ABテスト用バリエーション不足で最適化に遅延

Solution:

Creative Agent（Amazon Bedrock基盤の会話型AI）に商品情報を渡すだけでディスプレイ/動画/STV/オーディオ広告を一括生成。追加費用なし。

Outcome:

- 制作期間: **週単位→時間単位**に短縮、広告支出対効果**+121%**、CTRも**+338%**
- フルファネル対応（認知～購入）、フォーマット横断
- Guardrail serviceとAWS AI stackで、AIの安全性確保



02 届ける — Deliver

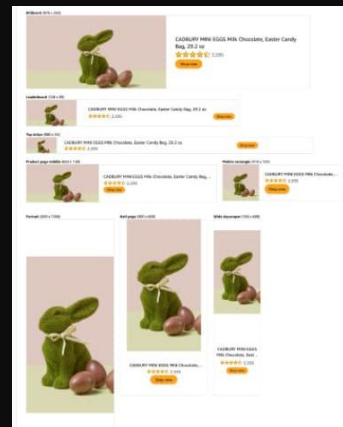
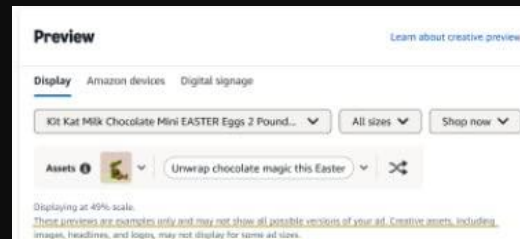
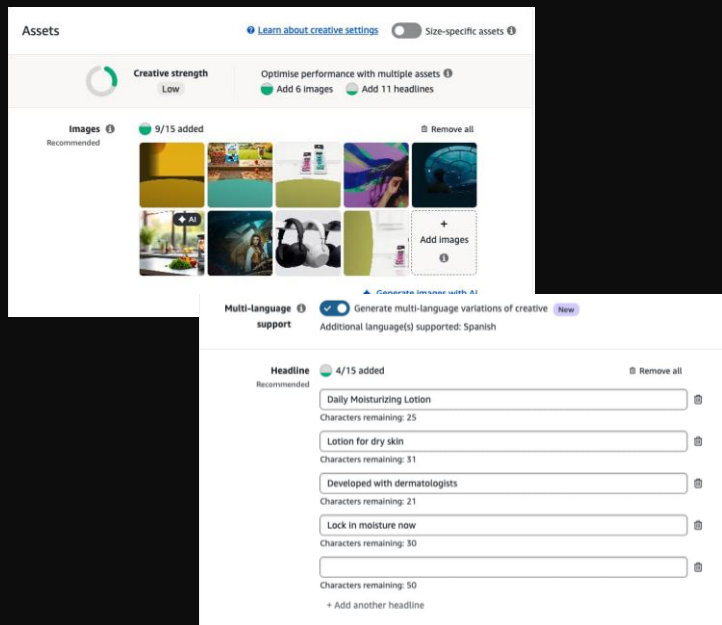
個人レベルの1to1パーソナライゼーション

Amazon Ads Responsive eCommerce Creative (1/2)

225パターンからAIが最適な広告画像とコピーを選択

広告主様は最大15枚の画像と
15個の見出しをアップロード

素材に基づきダイナミッククリエイティブ
をプレビュー



Amazon Ads Responsive eCommerce Creative (2/2)

225パターンからAIが最適な広告画像とコピーを選択

Situation:

広告クリエイティブが全員に同じ表示。手動ABテストでは限界がある。

Solution:

225パターン(15画像×15見出し)をAWS上でDynamic Creative Optimization実施
(10億+パラメータのMLモデル)。

買い物意図×コンテキストで最適を自動選択。AWS ElastiCache/Kinesisで
毎秒数億リクエスト処理。

Outcome:

- CTR **+37%**
- CVR **+26%**
- 手動がAIへの自動化モデルへと進化

03

測る×繋ぐ — Measure & Connect

データ連携で新しい顧客像を発見する

Amazon Retail Ad Service (1/2)

小売業者が自社ECサイトにAmazon品質の広告テクノロジーを導入可能

米国での
ローンチ

Retail Media

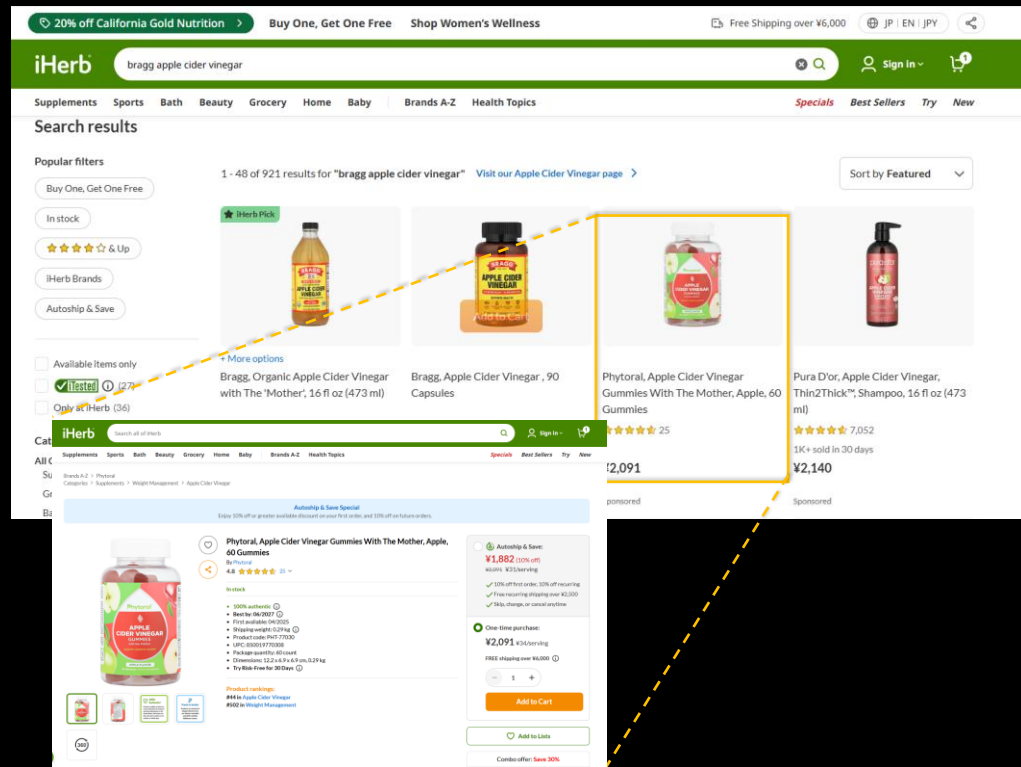
小売/メーカーの
新たな収益源として急成長

グローバル市場規模

19兆円 → 37兆円

(2X 2023→2028)

- 検索広告を超える第3のチャネル
- 1 Party購買データ活用で
高精度ターゲティング
- AI活用も隆盛



Source: Six Questions for Scaling Retail Media Outside the US(BCG), Unboxed 2025 (Amazon Ads)、re:invent 2025(AWS),



Amazon Retail Ad Service (2/2)

小売業者が自社ECサイトにAmazon品質の広告テクノロジーを導入可能

米国での
ローンチ

広告主(消費財メーカー等)



- キャンペーン設定で小売業者と商品を選択
 - 広告商品は小売業者のカタログから選択
- ※Amazon 出品不要
- 複数小売業者を横断した統一レポート・効果測定

→
広告出稿
(小売業者と
商品選択のみ)

小売業者



- 自社 EC サイト / アプリでの広告の場所・数・種類を管理
- 自社の購買体験を維持したまま広告掲載可能

←
ECサイト訪問・
広告閲覧・購入

Customers



- 小売業者のサイト / アプリで広告を閲覧し、そのままそのサイトで商品購入

※Amazon への遷移なし

Amazon Ads Components

▼ Powered by

AWS Clean Rooms

(プライバシー保護型データ連携基盤) by AWS

- 広告配信テクノロジー (API)
- キャンペーン管理コンソール
- 統一レポート・効果測定

- 売上データ×広告データの分析
- 各社データは各社 AWS アカウントで管理
- プライバシー保護型コラボレーション

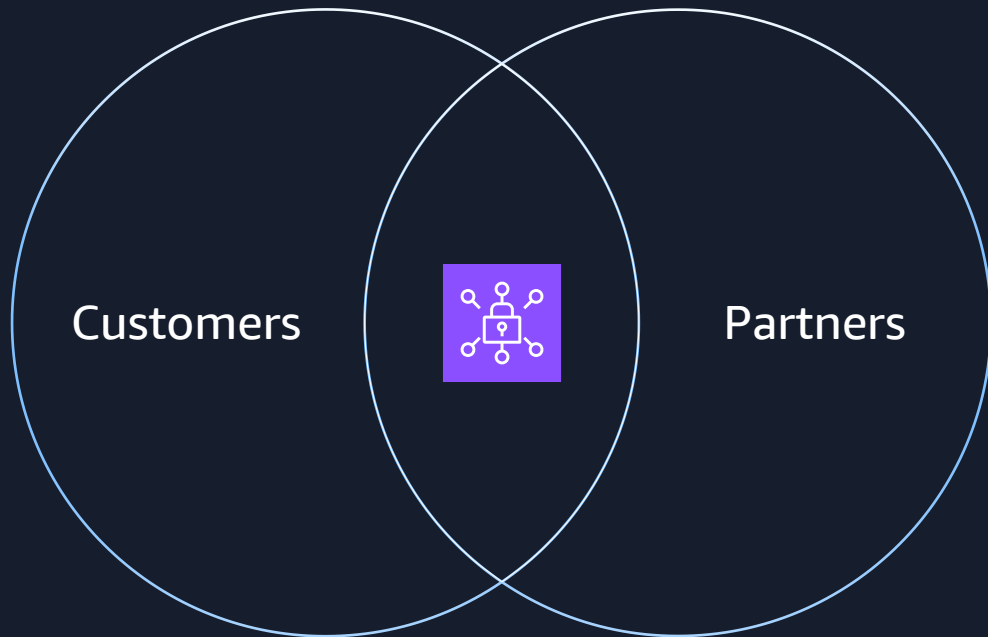
https://advertising.amazon.com/retail-ad-service?ref_=a20m_us_lbr_nws_retlad_ras
<https://aws.amazon.com/jp/retail/nrf-2026/>



© 2026, Amazon Web Services, Inc. or its affiliates. All rights reserved. Amazon Confidential and Trademark.

Introducing AWS Clean Rooms

企業はRawデータを共有することなく、ビジネスパートナーと連携可能



Why with Amazon / AWS

生成AIの5レイヤーでのAmazon/AWS

Vertical AI（業界特化型ソリューション）

広告・マーケティング、製造、小売、建設、医療、金融 ...

汎用型 アプリ

GitHub Copilot /
Adobe Firefly

Amazon Connect / Amazon Q / Amazon Quick

幅広い業種/業務で利用可能なアプリケーション

LLM・ 基盤モデル

OpenAI /
Anthropic

Amazon Bedrock

Claude, Llama, Titan 等 複数基盤モデルを統合提供

データ センター

AWS / Azure /
Google Cloud

世界最大のクラウドインフラ

38 リージョン、120 アベイラビリティゾーン

GPU/ チップ

NVIDIA

AWS Trainium / Inferentia

独自 AI チップで推論・学習コストを最大 50% 削減



Customer Data領域でのAmazon/AWS

Commerce — 購買データ

- 世界最大の EC プラットフォーム（3 億 + 顧客）
- 数十億の購買シグナル = 最高精度のターゲティング
- 1P データによるクローズドループ計測

Ads/Marketing — 広告/マーケティングプラットフォーム

- Amazon Ads Agent / Creative Agent（Agentic AI）
- Retail Ad Service で小売メディアを民主化
- SP / SD / DSP / Streaming TV

Data — プライバシー保護型データ連携

- AWS Clean Rooms — セキュアなデータコラボレーション
- Amazon Marketing Cloud (AMC) — 広告効果分析

広告・マーケティング領域でのVertical AIを構築するために必要な
「インフラ」「基盤」「ドメインデータと仕組み」を Amazon/AWS との連携で調達可能

(参考)AI Readiness Gap:グローバル先進事例

	取組内容	成果	詳細
PepsiCo (食品/飲料)	• “Agentic-first enterprise”としてAI変革実施中。AI駆動のCX改革を実施	• Amazon DSPとAMCを活用、広告のクロスチャネルアトリビューション分析を実施し、ROASを4X	NRF 2026 /Unboxed 2025
Macy’s (百貨店)	• 自社独自のRMN “Macy’s Media Network”構築	• Amazon Retail Ad Serviceを活用し、175の新規ブランドがスポンサードプロダクト広告に参加	NRF2026
Mondelez (食品)	• AWSを戦略的パートナーに選定 • 顧客関連他インサイト導出業務改革に着手	• Amazon BedrockやAgentCore活用、KPI分析等のインサイト導出の4,800時間の工数削減、意思決定高速化	re:invent 2025
Dine Brands (外食)	• AI Innovation Foundry(社内AI研究開発ラボ)設立 • フランチャイジー向けのAI窓口構築	• Amazon Q Businessを導入、34%も生産性向上。新人が入社後1週間でベテラン並みの生産性。離職率削減	NRF 2026
Petco (ペット用品)	• Super PersonalizedされたAI を基にした統合型顧客対応窓口を構築	• Amazon Connect, Amazon Bedrock, Amazon Nova sonic等を活用、感情分析、オムニチャネル予約、インサイト導出まで実現	NRF 2026

AI並びにクラウドを活用を変革の中心に据え、試行錯誤したことが成功要因

日本企業が今やるべき3ステップ

01 知る

先進事例の収集を続ける。
セミナー、記事、書籍等での収集

対象: 職種問わず全員

02 試す

AIツールを日々使いこなす。
ワークショップなどにも参加
本日のAIペルソナハンズオンはこれ

対象: ビジネス部門含む全員

Today

03 実装する

インフラ含め構築。
AWSの生成AI実用化推進プログラムを活用

対象: 積極的なビジネス部門+技術職

消費者を“知る”方法が変わった — だからAIペルソナ

Before

従来のフォーカスグループインタビュー

- ・ 期間: 4-6週間
- ・ コスト: 300-500万円/回
- ・ サンプル: 24名の意見
- ・ 弱点: 時間・コスト・サンプルバイアス

After

AIペルソナ × 少数の実人間で検証

- ・ 期間: 数時間で初期インサイト
- ・ コスト: 1/10以下
- ・ スケール: 1000パターンの反応シミュレーション
- ・ 精度: 人間の結果と88%一致 (Forbes 2026)

マーケティングでの実践

消費者インタビュー

AIペルソナに「なぜこの商品を選ぶ？」と聞く。
1000人分のインサイトを数時間で取得

コンセプトテスト

新商品アイデアをAIペルソナに評価させる。
パッケージデザインのフィードバックも

セグメント理解

異なるペルソナの反応を比較して
ターゲット別の戦略を立案

次のセッションで、御社のデータを使って実際に体験しましょう

Thank You

Koji Matsumoto | kjmat@amazon.co.jp

aws.amazon.com/advertising-marketing

Creative Agent — 会話するだけで広告が完成

Amazon Ads Creative Studio内の会話型AIパートナーが、商品リサーチからフルファネル広告制作までを一括で実行

CTR +338%

クリックスルーレート

ROAS +121%

広告支出対効果

新規顧客 +89%

新規ブランド顧客獲得

Challenge

月間3億超のリーチ。多様なフォーマットへの対応が必要

Solution

Bedrock AgentCore基盤の会話型AI。並列実行で8倍高速

Outcome

制作期間: 週→時間。小規模広告主でも高品質広告

2026/9: カナダ展開・STV広告完全対応で全フォーマットカバー

AWS Clean Rooms + AMC — データを動かさず、安全に連携

データは“持ち出さず・晒さず”に、安全に連携して活用する時代

自社の1stパーティデータとAmazonの購買シグナルを、データを移動せずに分析。個人情報AWS環境から一歩も出ない。

AMC Custom Models

自社データ×AmazonシグナルでカスタムMLモデル構築。LTV・オーディエンス予測

生成AIクエリアシスタント

SQL不要。自然言語でデータ分析が可能に

5年ルックバック

購買履歴を5年分遡って分析可能

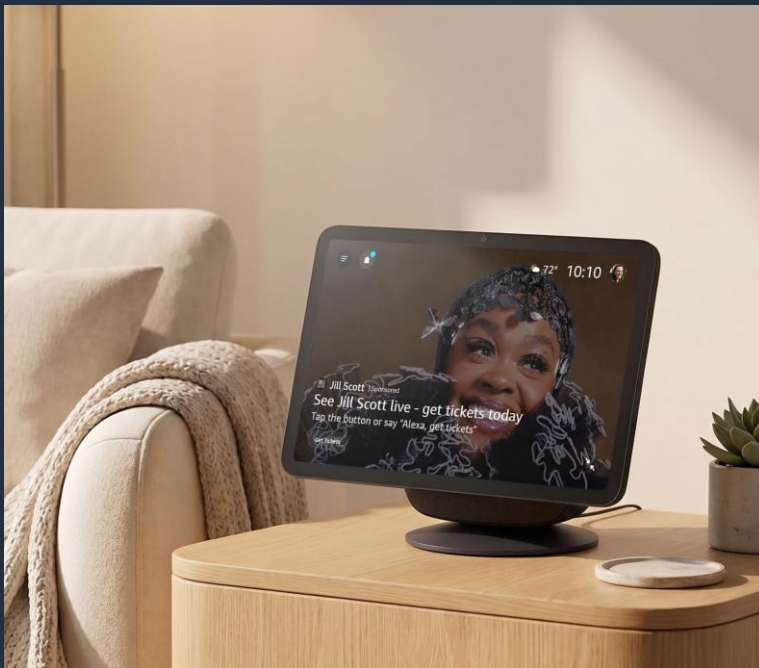
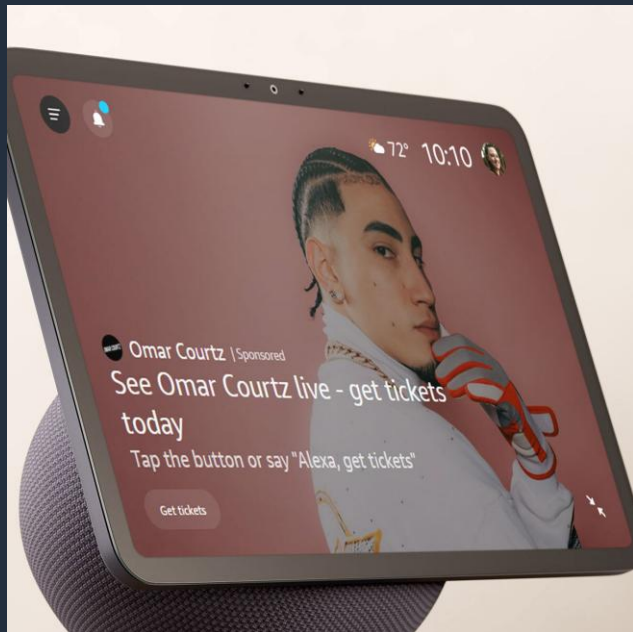
消費財例: 御社会員データ×Amazon購買データで「次に何を買うか」をAI予測。個人情報は一歩も出ない

以下參考資料

Alexa+ Agentic Ads — 広告の中で購買が完結する時代

史上初の「広告内購買完結」フォーマット。広告を見た瞬間からAlexa+との会話で購入完了。

ピザ注文、コンサートチケット購入など日常の行動をシームレスに。



Cannes Lions 2026で初披露、2026年8月正式発表。

すべてを支えるAWSのAI基盤

業界AI

Ads Agent / Creative Agent / Clean Rooms / Retail Ad Service

AI Agent基盤

Amazon Bedrock AgentCore — Memory, Optimization, Evaluations

基盤モデル

Amazon Bedrock — Claude, Llama, Nova等を統合提供

データセンター

34リージョン / 108 AZ — 世界最大のクラウドインフラ

GPU/チップ

AWS Trainium / Inferentia — 推論コスト最大50%削減

Dynamic TV Creative — Prime Video 広告が視聴者ごとに変わる

全員に同じ広告の時代は終わり。

AIが“その人”に最適な体験を自動で届ける

Prime VideoのInteractive Video Adsを視聴者の購買行動・閲覧履歴・地域・在庫に基づきリアルタイムでパーソナライズ。広告主は1つの素材をアップロードするだけ。

1つの素材

広告主がアップロード

AIが自動最適化

購買行動・地域・在庫で判定

視聴者ごとに異なる体験

300M+のad-supported消費者にリーチ

消費財例: 同じ洗剤CMでも、まとめ買い派には「お得パック」、初めての方には「お試しサイズ」を自動出し分け

Performance+ / Brand+ — 入札・ターゲティング・クリエイティブを同時最適化

入札最適化

リアルタイムで入札額を自動調整

ターゲティング

Amazonシグナルで最適層に自動リーチ

クリエイティブ

パーソナライズされた広告素材を自動生成

Audio拡張

Brand+で音声広告領域にSTV比+43%リーチ拡大

Blueair事例: ROAS +176% | CPA -50% | 売上 YoY +66%

2026/8: 10新機能追加。Audio for Brand+はAmazon Music/iHeart/Pandora経由で音声広告にリーチ拡大