

2026年5月22日

【博報堂 BIZ GARAGE 主催】

AI エージェントコマース時代を生き抜く CX 戦略 ～マーケターを作業から解放する「自律型分析 AI」の活用とは？～

5/28(木)・6/28(火)オンライン開催
EC・CX・AI 活用ご担当者へ

The banner features the BIZ GARAGE logo on the left and the Sprocket logo on the right. The main title is 'AI エージェントコマース時代を生き抜く CX 戦略' (Surviving the AI Agent Commerce Era: CX Strategy). Below the title is the subtitle 'マーケターを作業から解放する「自律型分析 AI」の活用とは？' (How to use 'Autonomous Analysis AI' to free marketers from work?). The speakers are listed as Sprocket's Hiroaki Fukuda and Hakuhodo's Akira Kaneko. The dates and times are 5.28 (Thu) 15:00-16:00 and 6.23 (Tue) 11:00-12:00. The word 'OnlineSeminar' is written in a blue box.

博報堂が運営するビジネスポータル「BIZ GARAGE」は、フルファネルマーケティングを実践するソリューションや事例など、さまざまな情報をお届けしています。また最新トピックスや企業にとって興味関心の高いテーマを専門家や実務リーダーが詳しく解説するウェビナーやイベントのお知らせも多数掲載し、「博報堂 BIZ GARAGE ウェビナー」を無料開催しています。

今回のテーマは「AI エージェントコマース時代を生き抜く CX 戦略 ～マーケターを作業から解放する「自律型分析 AI」の活用とは？～」。

2026年1月の世界最大の小売業界カンファレンス（NRF）でも示されたように、これからはAIが顧客の代わりに商品を検索し、瞬時にスペックや価格を比較する「AI エージェントコマース」の時代が本格化します。企業が生き残る鍵は、AIに代替できない「ブランドの信頼」や「情緒的価値」の磨き込みにあるでしょう。

その「ブランドの信頼・価値」をつくるべき現場では、データ活用の重要性が増す一方で、「分析がボトルネックとなりPDCAが回らない」「アナリストのリソースが枯渇し、重要な戦略判断のタイミングを逸している」といった危機感を抱えるマーケティング責任者の方も多いのではないのでしょうか。

AIに代替されない「情緒的価値の創出」にマーケターが注力するためには、まずこの定型的な分析作業から組織を解放する必要があります。

本セミナーでは、欧米の最新潮流から「AI ネイティブな消費行動」を解明。分析・施策サイクルを分単位に短縮し、組織を定型作業から解放する「自律型 AI」の活用戦略を、国内先行事例を交えて公開します。

■ イベント概要

タイトル：AI エージェントコマース時代を生き抜く CX 戦略 ～マーケターを作業から解放する「自律型分析 AI」の活用とは？～

主催：博報堂 BIZ GARAGE

日時：①2026年5月28日(木)15:00~16:00

②2026年6月23日(火)11:00~12:00

※両日とも同内容

※ライブ配信の申込者の方のみ見逃し配信あり

形態：オンラインイベント(ライブ配信)

料金：無料

参加方法：事前登録制

詳細・応募：<https://www.bizgarage.jp/seminar/20260528>

■ 応募締め切り

①2026年5月25日(月)15:00

②2026年6月18日(木)15:00

後日、ご登録いただいたメールアドレスに詳細を送付します。

※セキュリティの設定や、動作環境によってはご視聴いただけない場合がございます。

※お申込み多数により、抽選とさせていただきます場合がございます。

■ プログラム ※本プログラム内容は変更となる場合がございます。

1. 【グローバルトレンド】「検索」が消える？ AI が顧客の代理人となる『エージェントティック・コマース』の衝撃
2. 【日本市場の課題】現場の AI 活用：マーケターを「作業」から解放する
3. 【ケーススタディ】AI 駆動による「高速 PDCA」の実践知
 - ・分析時間を 90%削減し、施策の試行回数を劇的に増やした国内先行企業の事例
 - ・現場のスタッフが「数字」ではなく「顧客」を見られるようになった変化
4. 【ディスカッション】AI が選ぶ時代に、人間がやるべきことは何か

■ 登壇者

深田 浩嗣 氏



株式会社 Sprocket 代表取締役

1976年10月7日生まれ。京都府出身、京都大学大学院情報学研究科中退。同大学院在学中の2000年、株式会社ゆめみを共同創業し、モバイルマーケティングのソリューションを提供。2010年頃、日本古来の「おもてなし」とはなにかを初めて理解し、企業と顧客の関係を変革することを志すようになった。2014年、この志を実現すべく株式会社 Sprocket を共同創業、「テクノロジーで、人と企業が高め合う関係を作る」をミッションに、ビジネスの成長に貢献することを目指す。顧客心理に注目した情報発信を続け、日経クロストrendで『「新・消費者」の研究』を連載中。

金子 明彦



株式会社博報堂 マーケティングシステムコンサルティング局 局長補佐

株式会社博報堂マーケティングシステムズ 取締役執行役員

CDP や MA のようなマーケティングシステムの構築やリプレイス、導入後のオンボーディングなどを専門としている。得意先への常駐などを含めた伴走コンサル経験多数。最近では企業の 1st データ利活用を目的としたデータ環境のアセスメントや AI-Ready のための業務コンサルなどの相談も増えている。趣味は釣りとキャンプ。

■ BIZ GARAGE について

ビジネスを動かす、あの手この手ポータル。



株式会社博報堂では、クライアントのフルファネルマーケティングを実践する各種ソリューション情報やお役立ち情報を掲載するビジネスポータル「BIZ GARAGE」を運営しています。

クライアントの商品・サービスの認知・興味を促進させる広告・販促領域だけでなく、購入・リピートといった生活者の顧客化からファン化までをフルファネルでサポートするために、「セールス領域」「EC 領域」「OMO 領域」等の関連する実践的なソリューション情報を発信中です。

HP : <https://www.bizgarage.jp/>

【ウェビナーに関するお問い合わせ】

BIZ GARAGE 運営事務局 : info.bizgarage@hakuodo.co.jp