

SAS、MarTechプラットフォームに生成AIを統合

生成AIモデルの使用を可能にする新しいマーケティング・アシスタントを
SAS Customer Intelligence 360ユーザー向けに提供

AIおよびアナリティクスのリーディング・カンパニーである米国SAS Institute Inc. (以下 SAS) は、プロバイダーが提供する生成AIサービスを[SAS® Customer Intelligence 360](#)に統合し、マーケティング・プランニング、コンテンツ作成、ジャーニー設計に係る作業のAIによるアシストを実現しました。これにより、マーケティング分野でのSASユーザーは、生成AIを活用いただけるようになります。

マーケティング・プランニングやオーディエンスの設定から、ジャーニー設計、チャンネルに特化した広告クリエイティブの作成、報告や評価にいたるまで、カスタマー・エンゲージメントのライフサイクル全体で生成AIの機能を利用できます。

SASの生成AI統合は、他の多くのベンダーと違い、1つの生成AIモデル・プロバイダーに縛られることはありません。マーケティング分野のお客様は、どの生成AIモデルを統合して使用するかを柔軟に選択できます。自社で使っている生成AIサービスや、OpenAIなど人気のAIベンダーのモデルのほか、オープンソースのプライベート・ホスト型モデルを選択することも可能です。さらには、どの機能を統合して使用するか、どのようにトレーニング・構成するか、マーケティング・ユーザーにどうやって知らせるのかを、カスタムの統合フレームワークから選べるようになっています。

SASのマーテック・ソリューション・マーケティング責任者であるジョナサン・モラン (Jonathan Moran) は、次のように述べています。「生成AIは画期的な新機能であり、カスタマー・エンゲージメント・マーケティングにごく自然に取り入れられるようになりました。マーケティング担当者がこのテクノロジーを責任ある方法で使用することで、時間、リソース、マーケティング予算の最適化が可能になります。SAS Customer Intelligence 360の目的は、マーケティングと広告の効率性と有効性を高めることにあります。よって、信頼できるガードレールを備えた当社のソリューションに生成AIを統合するということは、大いに意味のあることです」

マーケティング担当者は、マーケティング・プランの策定、および追加セグメントや、ターゲット・オーディエンスの特定と設定に生成AIを活用することができます。電子メールや、その他の宣伝用コピーまたはエンゲージメント・コピーなどのコンテンツにふさわしいテキストを、AIが生成します。また、パーソナライズされたターゲティングでは、エンゲージメント活動にどの人口層や、心理学的変数、行動変数、地域を含めるべきかを提案してくれます。テキストや画像のガイドラインや提案が気に入らなければ、マーケティング担当者はそれらの情報を編集することができます。結果が作成され、承認と有効化が完了したら、組織全体でそれらを評価、報告、民主化することが可能です。

主要なカスタム統合機能は、以下の通りです。

- 新しいキャンペーン戦略のブレインストーミング用に、SASのコネクター・フレームワークを介して大規模言語モデル (LLM) サービスを統合
- 自然言語を適用して、ターゲティング対象のユーザーを設定
- カスタム・モデルとナレッジ・ベースを使用して、コンテンツ生成を加速

責任あるマーケティングの要素としての生成AI

Gartnerの最近の調査報告書「Predicting How Major Trends Will Shape Marketing's Future」によると、2025年には、マーケティングにおける倫理的なAIに対する説明責任が、企業のCMOの70%にとって、大きな関心事の1つになると見られています。また、2027年までに、企業のマーケティング担当者の80%が、誤った情報やフェイク資料の問題に対処するために、コンテンツの信頼性をチェックする専門部門を立ち上げると回答しています。

モランは、また、次のようにも述べています。「これらの調査結果から、安全性、正確性、誠実性を念頭に置き、生成AIなどのテクノロジーを使うこと、つまり、マーケティング担当者に力を与えることこそが、今もこの先も変わらず、組織の最優先事項であるという事実が見えてきます」

SAS Customer Intelligence 360の開発と、SAS Data Ethicsの実践のガイダンスは緊密に連携しています。

生成AI技術を、責任を持って安全にマーケティング環境に導入するには、以下の戦略が必要です。

- データ・プライバシーを優先: 企業および顧客の機密データをAIモデルと共有しないようにします。
- 人間による監視を怠らない: AIにより生成されたコンテンツはかならず人間が確認し、承認するようにします。
- 解釈可能で透明性のあるアウトプットを作成: マーケティング担当者は、AIアルゴリズムが結論と提案に到達した経緯を常に明確に理解している必要があります。

SASのマーテック・ソリューションの詳細については[こちら](#)をご覧ください。

*2023年9月12日に米国SAS Institute Inc.より発表された[プレスリリース](#)の抄訳です。

本原稿はSAS本社プレスリリースの原稿を抄訳したものです。本記事の正式言語は英語であり、その内容および解釈については英語を優先します。

SASについて

SASは、アナリティクスのリーディング・カンパニーです。SASは、革新的なソフトウェアとサービスを通じて、世界中の顧客に対し、データをインテリジェンスに変換するためのパワーとインスピレーションを届けています。SASは「The Power to Know®(知る力)」をお届けします。

*SASとその他の製品は米国とその他の国における米国SAS Institute Inc.の商標または登録商標です。その他の会社名ならびに製品名は、各社の商標または登録商標です。

本件に関するお問い合わせ先

SAS Institute Japan株式会社

広報担当: jpnpress@sas.com

SAS PR事務局 (PRAP Japan)

sas_pr@prap.co.jp