

ビジネス実験では、実際のサービス上はその部分的な改良版を用意し、現状との対照実験を通じて、利用者の行動の傾向を反映したサービスの軌道修正を迅速に行うことができる。近年データとAIの活用によって、実験の「自動化」と「バーチャル化」が進んでいる。

ら、ユーザーにわかりやすい商品説明やキャッチフレーズなどの文章の候補を生成することもできるようになってきた。米国AIBエンチャーのCopyAI社はこの分野の急成長会社の一つで、企業のマーケティング部門での有料利用も伸びている。この技術を支えているのは、別の研究機関で開発されたGP



梅木 秀雄（うめき ひでお）テクノロジー・エバンジェリスト、コンサルティング事業本部ココロミルラボ室長

テクノロジーで選択肢を探る

実験志向で道を拓く(3)

実験の自動化は、実際の場は実際のサービスだが、実験の設計や評価などを自動的に行う。ウェブサイトやアプリなど

成することが可能だ。さらにAIの進化で、商品特徴を表す短い文章か

AI3と呼ばれる大規模言語モデルである。インターネット上やデジタルで存在するあらゆるジャンルの大規模な文章データ

を学習したものだ。言語の壁も超え、文章の要約、翻訳、質問応答の自動生成も可能な大規模言語モデルの開発は、近年特に過熱している。

ク分析など、目的に特化したデジタルツインモデルがあり、今後さらに増えてくると考えられる。実験からデータが得られる場合も、デジタルツイン

一方、実験のバーチャル化は、現実世界では難しい実験の代わりに、現実世界の人やモノの動きや取引をモデル化した「デジタルツイン」を作り、その上でさまざまな可能性や選択肢を探る。自動車などの製品では想定されるあらゆる使用形態と環境を考慮した品質の確認や、ビジネスシナリオやサプライチェーンのリスクを構築する場合も、課題を解決する施策を考える上では、複雑な要素間の原因と結果の関係を探索・推論する「因果分析」が欠かせない。社会・経済分析の分野でも、現実世界で観測される「自然実験」から因果関係を推論する研究成果が昨年ノーベル経済学賞を受賞している。これから

（毎週木曜日に掲載）

