

# 広告業界における生成 AI 活用の実態と課題 —コピーライターへのヒアリング調査を通して—

同志社大学社会学部メディア学科

勝野ゼミ

田村なごみ、丹羽悠月、中易桜花、吉田夏子

## 1. 調査の背景と目的

本レポートでは、所属大学における GPAI に関するプロジェクトを通じて得られた気づきを整理する。GPAI (Global Partnership on AI) は、AI の責任ある開発と利用を推進する国際的枠組みであり、倫理、労働、ガバナンス、プライバシーといった多面的な政策課題を扱っている。

われわれが所属する勝野ゼミはメディア学科に籍を置いており、「生成 AI の時代における想像力・創造力の変容」をテーマとして調査を実施した。調査にあたっては、大手広告代理店に勤務するコピーライター兼クリエイティブディレクターへの対面ヒアリングを通じ、現代クリエイティブの現場における生成 AI 活用の実態と意識の変化について知見を得ることを目的とした。

## 2. 生成 AI 活用の実態: 補助ツールとしての二つの役割

ヒアリングの結果、現場における生成 AI の活用は、主に以下の二つの役割に整理できることが分かった。

第一に、辞書のような役割である。従来は紙の辞典やインターネット検索を用いて表現を調べていたが、生成 AI では対話形式で言葉を探索することが可能である。例えば、「『赤』という言葉を使わずに赤を表現する言葉を教えて」といったように、文脈に応じた語彙を提案させることができる。このような利用により、コピー制作における言葉探しの効率が高まり、表現の幅を広げることが可能になっている。

第二に、アイデアを広げるための「壁打ち相手」としての役割である。人間が一人で発想できる案数には限界があるが、生成 AI を用いることで短時間に多数の案を提示させることができる。こうした案は自身の思考を整理する材料となるだけでなく、新たな視点や発想を得るきっかけにもなっている。

このような活用実態から、現場において生成 AI はクリエイターに取って代わる存在というよりも、人間の思考や発想を補助するツールとして利用されていることが分かった。AI は多様なアイデアや表現の素材を提示する役割を担い、それらを最終的なコピーとして選択し、洗練させる判断や編集の工程は、依然として人間が主導しているのが実態である。

## 3. 導入における懸念点と技術的限界

一方で、生成 AI の活用にはいくつかのデメリットや懸念点も存在する。

第一に、AI は過去のデータに基づいてコンテンツを生成するため、広告業界において不可欠な新規性やオリジナリティが損なわれる可能性がある点である。第二に、AI は論理的・物理的な説明を得意とする一方、「感覚に訴える言葉」や「行間を読む表現」といった情緒的な表現には限界がある。たとえば、「お腹いっぱい」と「たらふく食べた」という日本語のニュアンスの差異を正確に捉えることは、現状の AI には難しいとされている。第三に、AI が生成したコピーはあくまでアイデアの起点(ヒント)にすぎず、そのまま成果物として世に出せる完成形ではないという点も重要である。コピーとは顧客の課題を解決するための道具であり、AI からの確かなアウトプットを引き出すためには、ターゲット分析や課題設定など、人間側が精緻なロジックを構築したうえで指示を与える必要がある。

加えて、次世代の育成も重要な課題である。今回ヒアリングを行ったコピーライターは 30 年以上の経験を持つベテランであり、AI なしで培ってきた経験則が判断の軸となっている。しかし、そのような確固たる軸

を持たない若手クリエイターがいかに AI と向き合い、活用していくかは、業界全体における今後の重要な課題といえる。

#### 4. 考察: AI は「個性」と「共感」を獲得できるか

インタビューを通してキャッチコピーの中でも特に人々の共感を引き起こす「共感キャッチコピー」の創作が難しいということが分かった。簡潔なコピーによって人々の共感を引き起こしかつ、それが人々の心に残るものになるには不変の真理・共感がコピーライターの個性と掛け合わさることが必要だ。ではこのコピーライターの個性はどのように形作られていくのだろうか。そしてその個性の形成は生成 AI には不可能なものであるのだろうか。

インタビューの中では歴代のコピーや書籍を学習し、「バズった現象」や日々の生活の随所にアンテナを張る中で「自分の心が動かされる瞬間を抽出することで自分のコピーの軸が完成されていく」ということが分かった。対する AI は、膨大なデータの学習は得意だが、現時点では心が動かされる瞬間を抽出することはできない。

今後、データ分析によって架空のターゲットが「こころを動かされそうな瞬間」を抽出することは今後可能になるかもしれない。しかし、もしそれが実現したとき、果たして生成 AI は個性を得たということができるのだろうか。また、我々はデータによって計算された感情・共感をターゲットにしたコピーに価値を見出すのだろうか。生成 AI の進化は、クリエイティビティの本質的な価値を我々に問い直している。



イメージ画像は AI を使用して作成しました