

PRESS RELEASE

報道関係各位

2026年9月30日
株式会社メンバーズ

マーケティングの意思決定AIエージェント
「AI-CMO」構築・定着支援サービスを提供開始
企業での構築から現場定着・高速PDCAまで伴走し、
「AI導入止まり」を脱却
～企業方針や固有のコンテキストをAIへ組み込み、
戦略・実行の分断、意思決定の遅延、不透明な投資対効果を解消～

DX現場のデジタル実装パートナーである株式会社メンバーズ(本社:東京都中央区、代表取締役社長:高野 明彦、東証プライム:2130、以下「メンバーズ」)は、マーケティングの意思決定AIエージェント「AI-CMO」構築・定着支援サービスを、2026年9月30日より提供開始します。

本サービスは、企業独自の環境下で、全社戦略や企業固有のナレッジといったコンテキスト(文脈)を取り込んで動くAIエージェント「AI-CMO」の構築から、運用・定着までを支援するものです。AIやデータ活用の知見が豊富なマーケターが設計を主導し、現場プロセスへの組み込みやPDCA運用までを一貫して伴走支援します。企業における組織全体での「AI-CMO」活用を通じて、戦略に基づいた施策の迅速な実行・レビューや高精度でスピーディな意思決定を実現し、運用の質の向上や属人化の解消に貢献します。

なお本サービスは、今夏に提供を開始した、現場部門を起点に部門間・経営へとAX(AIトランスフォーメーション)を促し、事業変革を支援する企業向けAIサービス群「やりきるAX」の一つです。

マーケティングの意思決定AIエージェント
「AI-CMO」構築・定着支援サービスを提供開始
企業での構築から現場定着・高速PDCAまで伴走し、「AI導入止まり」を脱却

企業方針や固有のコンテキストをAIへ組み込み、課題を解消

- ✔ 戦略・実行の分断
- ✔ 意思決定の遅延
- ✔ 不透明な投資対効果



背景

AIをはじめとしたテクノロジーの進化に伴い、大企業でのAI導入が8割近くに達するなど、企業におけるAI活用が急速に進んでいます(※)。一方で、ツールの普及によって施策やアイデアの同質化が進み、他社との差別化が難しくなるといった課題も浮き彫りになっています。変化の速いAI時代においては、自社の戦略やコンテキストを具現化し、現場でスピーディに推進していくことが重要です。

メンバーズではこれまで、多種多様な業界における1,000社以上のDX現場を支援してきました。マーケティング領域では、取引先企業の現場に入り込み、AIやデータを活用したサービスグロースや業務プロセス整備、高速PDCA運用などを伴走支援しています。支援の中で、戦略が現場に浸透しない、施策の効果が判断できない、意思決定のスピードが上がらない、といった課題が寄せられています。

こうした課題を受け、企業独自のコンテキスト活用による他社との差別化や、施策実行・意思決定の高速化を後押しするため、マーケティングAIエージェント「AI-CMO」構築・定着支援サービスの提供を開始します。

サービス概要

企業の戦略や固有ナレッジといったコンテキストを取り込んで動く「AI-CMO」の構築から、施策の高速実行・レビューをはじめとする現場への運用定着までを、AIやデータ活用の知見が豊富なマーケターが常駐型で伴走支援します。

(1) 寄せられている企業の課題

- 戦略・戦術・実行の分断
 - 全社戦略と現場の施策がずれており、部署・担当ごとに異なるKPIを追っている
 - 経営層や上司が持つ戦略意図・過去の文脈が現場に届いておらず、意思決定の前提が揃わない
- 不透明な投資対効果
 - 広告・マーケティング投資の成果や妥当性を示せず、経営陣へ説明できない
 - 目的に対してどの施策が最も成果につながるか、根拠を持って選定・判断できない
- 現場の意思決定の遅延
 - データ抽出・分析が特定の人材に集中し、組織の意思決定スピードが低下している
 - 導入したAIが現場の業務フローに組み込まれておらず、日常業務で活用されないままPDCAが停滞する

寄せられている企業の課題

意思決定のためのスピードが遅い

小売

意思決定のためのデータ分析のソースがなく、分析結果が1ヶ月後の報告になってしまい、タイミングを逸した

建設

意思決定の前提となる情報がきちんと疎通できておらず、報告内容が見当違いの内容になっていた

投資効果が説明できない

物販

専門用語に圧倒され、ブランド認知や新規獲得など目的達成に最適か判断できず、代理店提案を鵜呑みにしてしまった

飲食

認知拡大を狙って広告に投資したが、投資対効果を社内で説明できず認知施策が継続できない

戦略・戦術・実行の分断

金融

戦略は「顧客の定着・LTV最大化」だが、現場は「短期的な新規数」を追い、KPIが乖離。一過性の獲得に偏ったマーケティング施策が乱立

BtoB

「重点層獲得」の戦略に対し、現場は獲得件数を優先。商談化の低迷や部門間の摩擦を生んでいる

(2)特徴

- 企業独自のデータとコンテキストで動く、組織全体で使える「マーケティングブレイン」を構築・育成
 - 企業独自の環境下で、戦略や過去施策のナレッジを蓄積し、継続学習する自社専用のAIエージェントを構築
 - 自然言語による高度なデータ分析や、過去の施策検証、戦略から実行まで一貫したレビューを実現
 - 特定メンバーに依存することなく、経験が浅いメンバーも含む組織全体の判断力・意思決定精度を向上
- AIやデータ活用の知見が豊富なマーケターによる、成果創出を見据えたAI設計と現場運用
 - AIの技術構築にとどまらず、データ活用とマーケティング実務の知見が豊富なマーケターが設計を主導
 - 意思決定に必要な判断軸や現場の暗黙知を整理してAIへ実装し、施策ごとの投資対効果の根拠明確化や、全社戦略に沿った客観的な回答精度を実現
- 「あたかも社員」として現場へ入り込み、構築から高速PDCAなどの運用、組織定着までを伴走支援
 - AIエージェント構築から現場プロセスへの組み込み、高速PDCAの運用自走までを一気通貫で支援。「導入したけれど使われない」リスクを解消
 - 業務プロセスの整備や部署間の調整まで現場に入り込んで支援し、組織的な定着を推進
- 多数のDX現場支援で培った実績と豊富な人材基盤を活用
 - 多様な業界における1,000社以上の支援実績から得た、実践的なノウハウを活用
 - 約2,500人のDX人材が在籍。取引先企業に最適な専任チームを編成し、常駐型で支援

「AI-CMO」で実現できること

FUNCTION 何ができるか？	BENEFIT 業務がどう変わるか？
✓ 自然言語による高度なデータ分析 専門知識がなくても、日常的な言葉で容易に指示・データ分析ができます	✓ 圧倒的な意思決定の高速化と精度向上 迅速なデータ統合と予測により、タイムリーかつ高精度な判断体制を確立します
✓ ナレッジ・戦略・目的を踏まえた示唆の提示 全社戦略や部署の目的、分析結果に基づいた具体的なアクションを示唆します	✓ 新たな選択肢の多角的な検討と可視化 新しい可能性をデータ裏付けと共に視覚化し客観的な比較・検討を可能にします
✓ 示唆を踏まえた取りうる施策の拡張 人間だけでは見落としがちな新たなアプローチやオプションを広げて提示します	✓ 戦略・戦術・運用が分断されないレビューの実現 メンバーが提示してきた実行施策に対して現在の戦略や過去データを元に適切にFBできます
✓ 過去の結果に基づく検証と蓄積 過去に行った意思決定とその最終結果を分析し、最適なフィードバックを提供します	✓ 永続的なデータ蓄積によるナレッジの高度化 判断結果を蓄積して再学習させることで、組織全体の決定精度を自律的に高めます

Members Co., Ltd.

(3)提供・支援の流れ

- ①要件定義
 - 課題ヒアリング、ビジネス要求定義、要求定義の要件化
- ②現状分析・調査
 - データ調査、データクレンジングの設計、マーケティング活動調査
- ③AIエージェント実装

- プロトタイプ構築、プロセスの確立・精度検証、意思決定・PDCA運用プロセスの組み込み

④改善・定着

- 運用開始・施策実行、AIのナレッジ蓄積、成功パターンの型化、企業によるPDCA自走化支援

※あくまで一例です。企業の状況や課題に応じてカスタマイズします

※本サービスは、マーケティング領域におけるデータ・AI活用とサービスグロス支援事業を提供する専門組織「グロースアナリティクスフォースカンパニー」が提供します (<https://gaforce.members.co.jp/>)

(4) サービス詳細およびお問い合わせ先

- サービスの詳細はこちら: <https://www.members.co.jp/download/brochure/191-ai-cmo>
- お問い合わせ先: 株式会社メンバーズ グロースアナリティクスフォースカンパニー
 - https://marke.members.co.jp/contact_ga.html

株式会社メンバーズ グロースアナリティクスフォースカンパニー社長 市川耕平よりコメント

これまでマーケティングPDCAの高速運用やサービスグロースを支援する中で、「組織の仕組み」が有効に機能している企業ほど成果を上げていると感じています。例えば、経営や戦略レベルの意図を組織としてどう実行に落とすか、何を評価軸にするか、結果が出ない場合にどう改善するかといった仕組みが機能している企業ほど、強い組織と言えるでしょう。

AIを事業成果につなげるには、こうしたリアルな現場課題に向き合い、AI活用・AX推進を組織の仕組みに昇華させることが不可欠です。

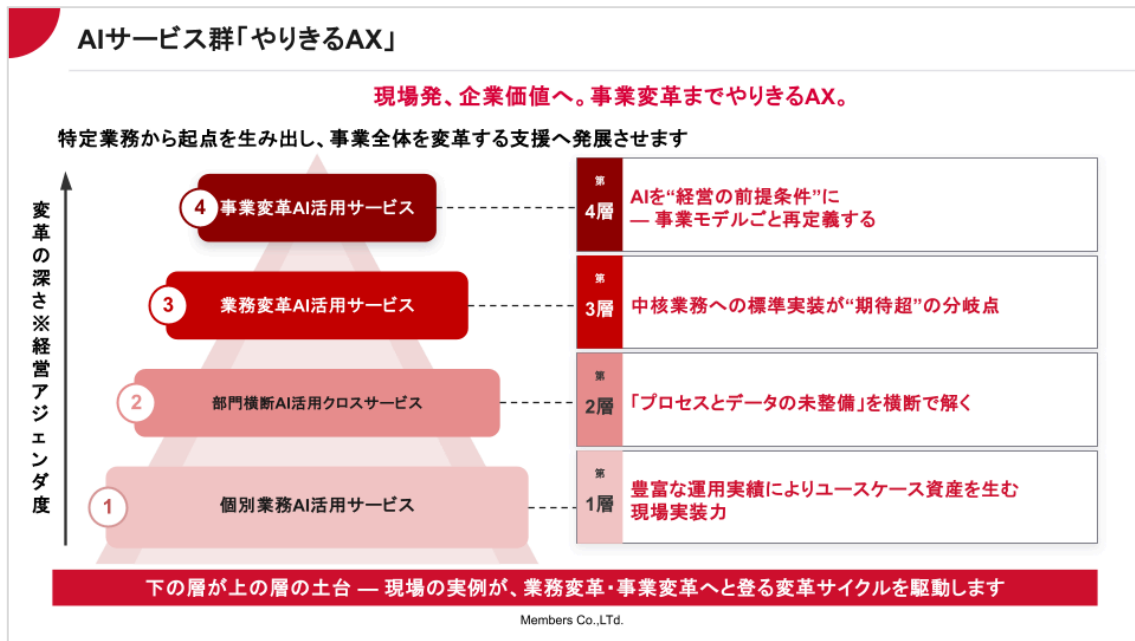
「AI-CMO」は、企業独自の戦略やナレッジをAIに組み込み、現場の意思決定を高速化させるマーケティングブレーンです。単なるAI導入に終わらず、専門マーケターが現場に入り込み、業務への定着から変革までを泥臭く支援してまいります。

メンバーズのAIサービス群「やりきるAX」について

AIサービス群「やりきるAX」は、「現場発、企業価値へ。事業変革までやりきるAX。」をテーマに、現場部門起点で部門間や経営へのAX(AIトランスフォーメーション)の推進を支援する企業向けサービスです。個別業務から事業変革へと発展させる4層のサービス体系と当事者型の伴走力により、「活用・効果・還元」の変革サイクルを継続駆動させ、PoC止まりといった課題を解消して企業の事業変革を実現します。

本「AI-CMO」構築・定着支援サービスは、企業の事業の中核業務、全社基盤の変革を支援する第3層「業務変革AI活用サービス」の一つとなります。

- 現場部門起点で部門間・経営へとAXを促し、事業変革を実現するAIサービス群「やりきるAX」を提供開始。当事者型伴走で変革サイクルを継続駆動(2026年8月4日)
 - URL: <https://www.members.co.jp/company/news/2026/0804>



※独立行政法人情報処理推進機構 (IPA)「DX動向2026」広がるAI導入、DXは変わるか(2026年7月30日)、図表3-4AI導入状況(従業員規模別)より
(<https://www.ipa.go.jp/digital/chousa/dx-trend/rcu1hd0000017uk8-att/dx-trend-2026.pdf>)

メンバーズについて

メンバーズは、ミッション「“MEMBERSHIP”で、心豊かな社会を創る」と、長期ビジョン「FUTURE VISION」として「Digital for Hope. デジタルクリエイターの創造性を解放し、気候変動をグリーン成長に、人口減少を一人ひとりの豊かさに変える」を掲げています。

このビジョンのもと、デジタル人材の伴走によるDX現場支援事業を展開。「顧客と共に社会変革をリードするデジタル実装パートナー」として、「あたかも社員®」のように現場へ入り込み、AIを中心とした先進テクノロジーを用いて、社会課題を企業の成長機会へと転換することを目指しています。

具体的には、「現場発、企業価値へ。事業変革までやりきるAX。」をテーマに、企業向けAIサービス群「やりきるAX」の提供を通じ、現場部門起点で部門間や経営へのAX(AIトランスフォーメーション)の推進を支援します。個別業務から事業変革へと発展させる4層のサービス体系と当事者型の伴走力により、「活用・効果・還元」の変革サイクルを継続駆動させ、PoC止まりといった課題を解消して企業の事業変革を実現します。1995年設立。東証プライム上場。

- 社名:株式会社メンバーズ
- 所在地:東京都中央区晴海1丁目8番10号 晴海アイランドトリトンスクエアオフィスタワーX 37階(受付35階)
- 代表者:代表取締役社長 高野 明彦
- 資本金:1,059百万円(2026年6月末時点)
- Webサイト:<https://www.members.co.jp/>
- SNS
 - Facebook:<https://www.facebook.com/Memberscorp>
 - X(旧Twitter):https://x.com/Members_corp
 - LinkedIn:<https://www.linkedin.com/company/members-co-ltd/>

本リリースに関するお問い合わせ
株式会社メンバーズ 広報担当：竹原、鈴木
mail: press@members.co.jp