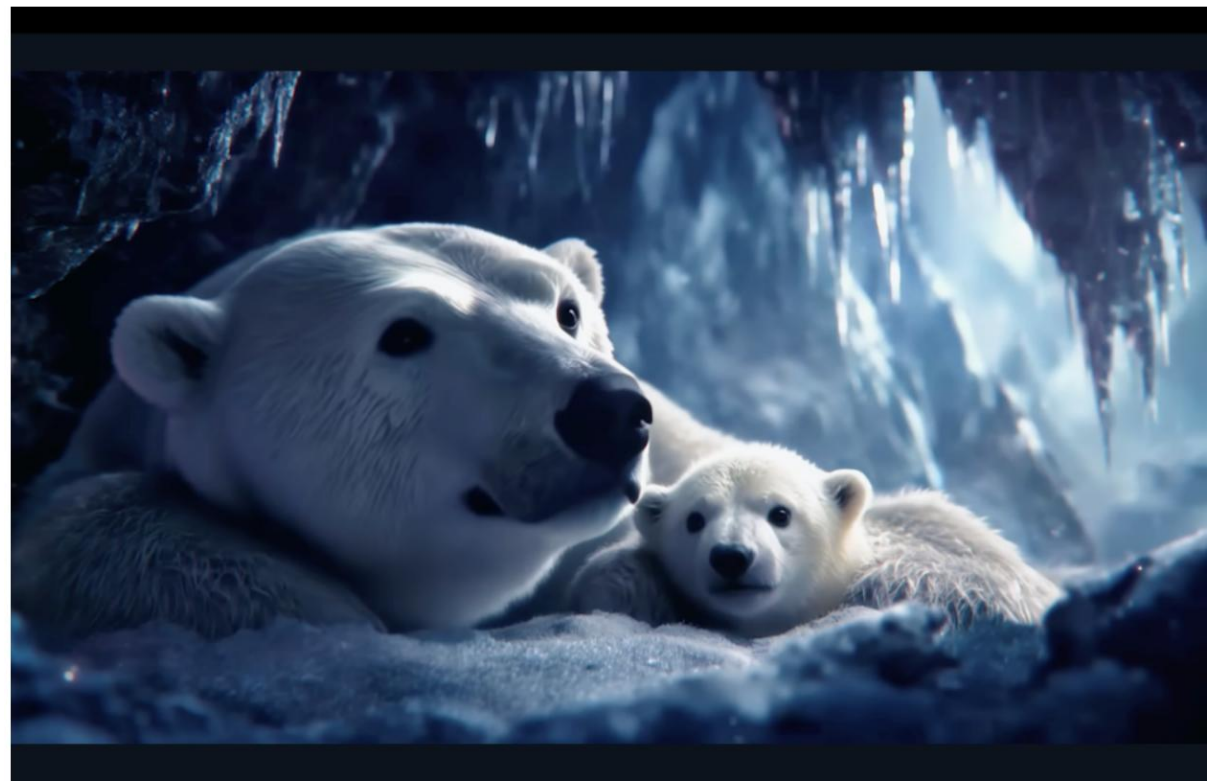


コカ・コーラの「AI生成
CM」が再び物議、いたって
平凡な映像の何が気に障る
のか

S23161273 稲垣洋介

概要

- コカ・コーラはホリデーシーズンに向けて新作**CM**を公開しましたが、生成**AI**を使用してシーンを表現しようとしたことで反発を招いている。



- この**CM**はあまりにも平凡で、当たり障りがない。最近目にする人種差別的で不適切、かつ粗雑な**AI**生成コンテンツと比べれば、**Coca-Cola**の**CM**はむしろ健全だ。そして、それこそが問題なのだ。
- これらの**AI**広告の制作において、現実の人間が仕事を失った可能性は非常に高い。**Coca-Cola**の**CM**は、アニメーターやデザイナー、イラストレーターを起用しても制作可能であり、そうすればもっと良いものになっていただろう。
- 企業にとって、**AI**がもたらす最先端の効率性という魅力が、経営陣に都合の良い口実を与えてしまうからだ。

コメント

- **CM**のメッセージよりも、コンテンツの非現実性に目が行ききました。そのため、親和性よりも逆に距離感を感じました。
- 企業にとって**AI**導入はコスト削減やスピード向上といった効率性の論理で推進されがちですが、ブランドにとって重要なのは共感の論理です。**AI**で作れることと、「**AI**でやるべきでないこと」の線引きを戦略的に判断できる感性が、これからのブランド経営には欠かせません。

感想

- 人間がこれを超える作品を作れた保証はない
- 今は**AI**の動画が誰でも作ることができるがコカ・コーラの動画だけが責められるのはおかしい
- **AI**の進化を考えると避けられない