

2025 年 8 月 28 日

電通、生成 AI を用いて独自大規模調査と購買ログデータを統合し、ブランド・商品の購買場所ごとの購買者像を可視化する「People PALETTE」提供開始
ーチャンネルを横断した購買者特性の分析で、店頭陳列や商談、商品開発などへの活用が可能にー

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑）は、小売り企業や EC サイトなどが保有する「いつどこで何がどれだけ売れたか」を示す購買ログデータに、当社独自の大規模調査データ*から生成 AI を用いて抽出した、ブランド・商品をどのような人が買ったかという購買者の人物像情報を付与することで、購買場所ごとに購買者像を可視化する「People PALETTE（ピープルパレット）」（商標出願中）を開発し、本日より提供を開始します。ブランド・商品について、チャンネルを横断した購買者特性の分析が可能のため、店頭での陳列や商談、商品開発などに活用でき、企業による効果的なマーケティング活動に貢献します。



People PALETTE

近年、デジタル技術を活用してマーケティング活動を変革するマーケティング DX が進み、多くの企業がブランド・商品の購買ログデータを保有し、データ活用の高度化に取り組んでいます。ただ、同じ商品 A を買っている生活者であっても、購買場所（コンビニエンスストアやスーパーマーケット、オンラインストアなど）によって、購買者の特性が全く異なる可能性があるものの、購買ログデータは、購買者の行動履歴や実績を示すだけで、属性や特性などの購買者像を詳細に把握することは困難でした。その対応策として、別途生活者の意識調査を行い、意識調査データと購買データを統合して購買者像を分析する手法もありますが、費用やリソース、スピードにおいて実施ハードルが高いのが実情です。

「People PALETTE」は、生成 AI を活用して、当社独自の大規模調査データからブランド・商品の購買者の属性や特性を示す 108 個のプロファイリング要素「Personality CHIPS」を抽出。「インフルエンサータイプ」「テレビ Lover」「社会貢献したい」「情報収集家」などの属性や特性を示す「Personality CHIPS」を、さまざまなブランド・商品にひもづけてデータベース化しました。このデータベースを、小売り企業や EC サイトなどが持つ生活者の許諾を得た購買ログデータと、生成 AI を用いて統合し、特定ブランド・商品の購買実績情報と、そのブ

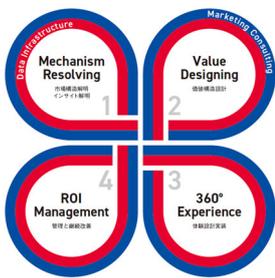
ランド・商品を購入している人がその購買場所で他にどのようなブランド・商品を購入しているか、という情報を加味することで、特定ブランド・商品の購買者像を分析できるようにしました（特許出願中）。購買ログデータを持つ小売り企業やECサイトを運営する企業は、購買ログデータ上で購買者像を把握し、マーケティングに活用しやすい形で取引先企業に対して情報提供することが可能になります。

<特定ブランド×特定チャネルの購買者像を示す「People PALETTE」のイメージ図>



また、ブランド・商品の「People PALETTE」とテレビなどの視聴ログデータを統合することで、購買者と相性のいいメディアやコンテンツの分析も可能になります。購買者と親和性の高いメディアへの広告出稿のほか、購買者の特性に合わせた店舗での陳列や販促活動、商品開発にも展開可能なツールであることから、企業には売り上げの向上やよりよい顧客体験の創造に活用いただけます。

当社は今後も、新しい技術やさまざまなデータを活用し、マーケティング活動を進化させるソリューションとして開発・提供することで、クライアントの事業成長に貢献していきます。



「People PALETTE」は、電通が提唱する、事業グロースのための次世代マーケティングモデル「Marketing For Growth」において、「Mechanism Resolving（市場構造解明、インサイト解明）」に該当するサービスです。

「Marketing For Growth」については以下リリースをご確認ください。

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0130-010682.html>

※株式会社電通が約 15 万人（約 30 業種）に対して年 2 回実施している、価値観・メディア接触などの意識調査データ

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部
河南、内田、山中

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 第 1 マーケティング局 奥長
第 7 マーケティング局 大島、加藤

Email : koho@dentsu.co.jp