

2025 年 12 月 9 日

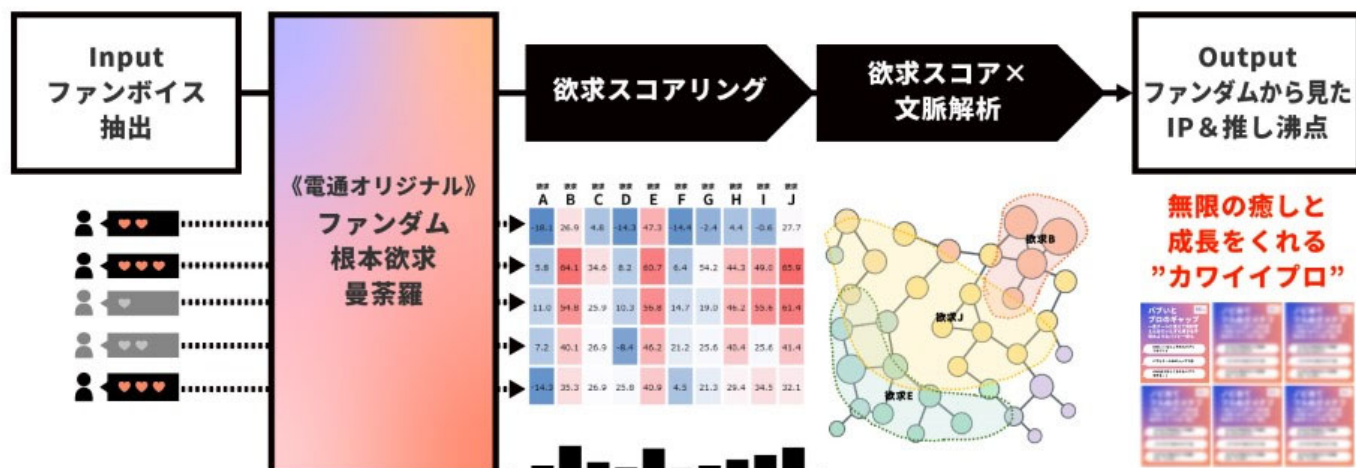
## 電通、推し活ファン層の行動欲求を AI で分析するリサーチツール 「ファン AI リサーチ 推し活」の本格運用を開始

ーファンの“推し愛”を“ブランド愛”へと循環させる新しいマーケティング手法を導入ー

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、以下「当社」）は、推し活を行うファン層（ファンダム※<sup>1</sup>）の行動欲求を AI で分析するリサーチツール「ファン AI（アイ）リサーチ 推し活」を開発し、本日より社内で本格運用を開始しました。本ツールは、企業や IP※<sup>2</sup> ファンの熱量を活用したマーケティングの支援を目的に、当社独自の AI 戦略である「AI For Growth」におけるファン領域のプランニング強化・変革支援を推進する「AI For Growth Fan Marketing※<sup>3</sup>」の活動として設計したものです。ファンダムが持つ「推しのために〇〇したい！」という合理性を超えた行動欲求に着目し、AI を活用することで、その背景にあるインサイトを迅速に可視化・分析します。



### ファンダム欲求曼荼羅を AI に学習。 スコアリング×文脈解析によってファンダム解像度UP



近年、アニメやアイドル、スポーツ選手などへの“推し活”が一般化し、ファンの熱量が企業活動に影響を与える事例が増加しています。一方で、ファン心理を十分に理解せずに施策を実施した結果、期待とは異なる反応を招くケースも見受けられます。特に、IPやタレントとのタイアップ施策では、一時的な消費喚起が見込めるものの、施策途中や終了後に盛り上がりや売り上げが縮小し、ファンとの関係性が途切れるといった課題も想定されます。

こうした背景を踏まえ、当社は、コンテンツやIPそのものだけでなく、その周囲に存在するファンダムの力に着目し、ファンの継続的な愛情を企業やブランドに対する支持へと循環させる新たなマーケティング手法「ファンサーキュレートマーケティング」を設計しました。さらに、ファンダムを起点とした循環型マーケティングを支援し、企業とファンの間に持続可能な関係性を構築する企画の第一段階として重要なファンダムのインサイトを深掘るリサーチツール「ファン AI リサーチ 推し活」を新たに開発し、社内では本格運用を開始しました。これにより、IPやコンテンツの評価軸に「ファンダムインサイト」という新たな視点が加わります。従来は認知度やリーチ力が中心に評価されていましたが、今後はIPの外側に広がるファンダムの熱量やエンゲージメントも含む総合的な評価が可能になります。

#### ■「ファン AI リサーチ 推し活」の概要

当社が独自開発したファンダム解析モデル「ファンダム欲求曼荼羅<sup>まんだら</sup>※4」を基に、SNSや動画配信サービスにおける公開コメントなどのデータをプライバシーに配慮してAIが解析し、ファンの“推し”に対する感情や行動の背景をスピーディに明らかにします。また、ファンダムの“ニン<sup>にん</sup>※5”＝個性や文脈を理解したキャスティングやコンテンツ設計を行うことで、ファンの共感が得られる施策とマーケティング戦略の立案に活用できるようにします。

さらに、分析と戦略立案の高度化を図るため、当社が保有する大規模調査データとAIによる文脈解析を組み合わせることで、ファンの価値観やブランドへのモチベーションを可視化し、ファンダムとブランドとの接点をより精緻にしながら、ファンの継続的な愛情を短期に終わらせず、企業やブランドに対する支持へと循環させる「ファンサーキュレートマーケティング」を実現させるための「Premium」なリサーチツールも近日導入します。加えて、それらのデータを使い、ファンダムの特徴を反映した「ファンダム AI ペルソナ」の生成も行うことで、企画プロセスにおける受容性検証やチーム内でのアイデア検討時のシミュレーションパートナーとして活用できるようにしていきます。当社は、今後もファンダムを起点としたマーケティングの高度化を推進し、企業とファンの間に持続可能な関係性を築くことで、ブランド価値の向上に貢献してまいります。

”押野ころ” ファンAIリサーチサマリー

## 圧倒的な実力と努力家の素顔を併せ持つ “アイドル”

歌やダンス、表情管理の完璧さなどから「アイドルが憧れるアイドル」としての姿に圧倒される一方で、学業と芸能活動を両立させた努力家としての生き方が多くのファンのモチベーションにもなっている。

### ♡ファンダム沸点9か条

1. “究極のアイドル”パフォーマンス
2. 多角的な「あざとさ」表現
3. 恋愛面の飾らない価値観と強い信念
- ...
7. 「完璧」と「お茶目」のギャップ
8. 「伝説のアイドル」過去アーカイブ
9. 知的で賢い一面への注目

### ♡ファンダム欲求TOP3

- |   |                |    |                             |
|---|----------------|----|-----------------------------|
| 1 | 推しの本気に圧倒されたい   | 95 | 何度見てもパフォが最強アイドルすぎるでしょ.....  |
| 2 | 推しをモチベーションにしたい | 88 | ちゃんと学業もやってどうなってんの。わたしもがんばろ。 |
| 3 | 推しと恋愛したい       | 88 | まじでかわいい。これはガチ恋製造機。          |

### ♡語られキーワードTOP3

かわいい	145
完璧	92
あざとい	83

※1 ファンダム：特定の作品や人物を熱心に応援するファン集団。

※2 IP：知的財産（Intellectual Property）の略。キャラクターや作品などの権利を指す。

※3 AI For Growth Fan Marketing：当社内でAIを活用したプランニングサービス系におけるファンマーケティング領域を示す総称。

※4 ファンダム欲求曼荼羅：ファンの行動欲求を体系化した当社独自の分析モデル。

※5 ニン：キャラクターや人物の個性や背景を示す概念。



国内電通グループは“人間の知（=Intelligence）”と“AIの知”の掛け合わせによって、顧客や社会の成長に貢献していく独自のAI戦略「AI For Growth」を推進しています。

AI For Growthについては、以下ウェブページをご確認ください。

[https://www.dentsu.co.jp/labo/ai\\_for\\_growth/index.html](https://www.dentsu.co.jp/labo/ai_for_growth/index.html)

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、山中、李

Email：[koho@dentsu.co.jp](mailto:koho@dentsu.co.jp)

【事業に関する問い合わせ先】

dentsu Japan AI センター

第 1 マーケティング局 植田、武田、新城、吉田（海）、中島

第 5 マーケティング局 廣田

Email : [dj\\_ai\\_center@dc1.dentsu.co.jp](mailto:dj_ai_center@dc1.dentsu.co.jp)