

2026年4月6日

電通、AI で多様な生活者像を再現する新ペルソナを開発 —業種別や推し活など特化型 AI ペルソナシリーズの本格運用を開始—

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：松本 千里）は、2025年5月に発表した「People Model^{※1}」を基盤に、カテゴリー・用途・テーマなど、これまで再現が難しかった特定領域に焦点を当てた「特化型 AI ペルソナ」を新たに開発しました。同時に、AI ペルソナシステムである「AIQQQ TALK（アイキュートーク）^{※2}」を刷新し、新たに「AI For Growth Talk」として運用を開始します。

日用品から耐久消費財までの業種やブランドの愛用者、さらにスポーツや音楽といった特定ジャンルの推し活などの「特化型 AI ペルソナ」を対話型ソリューション「AI For Growth Talk」に搭載することで、より高速に顧客インサイトが発見できる環境を整備しました。これにより、生活者理解がますます複雑化する中でも、精緻なインサイト探索からアイデアの検証、施策立案・実行までを一気通貫で高速に行うことが可能になりました。

電通独自データに基づく

750の特化ペルソナ



※ AIが生成した仮想の人物です。

健康上の悩み / 日常のこだわり / 利用ブランド / 好きなスポーツ / メディア接触状況 ...

今日、生活者の価値観や行動、趣味嗜好はこれまで以上に細分化し、年齢や性別といった単純な属性では把握できない状況が続いています。そのため企業にとっては、生活者の具体的な悩みやこだわりを深く理解することが、競争力に直結する重要なテーマとなっています。

こうした状況を踏まえ、当社は長年蓄積してきた生活者意識調査や消費行動データをもとに、多様な生活者像をAI上で再現する「特化型AIペルソナ」を開発し、「AI For Growth Talk」に搭載することで、企業の競争力向上に貢献する当社ならではの基盤を整備しました。

「特化型AIペルソナ」を搭載した「AI For Growth Talk」には次の2つの強みがあります。

① 約750パターンのAIペルソナを搭載し、ターゲット層の反応や受け止め方をAIとの対話で迅速に把握

本基盤には、当社が長年蓄積してきた独自データをもとに、生活者に近い感情や視点を反映した約750パターンのAIペルソナを収録しています。年齢や性別といったデモグラフィック情報に加え、「健康上の悩み」「日常のこだわり」「利用ブランド」「メディア接触状況」など、多様な生活背景や価値観を網羅している点にその特徴と強みがあります。

例えば、「時短志向の共働きDINKs^{※3}」「教育投資に関心の高い小中学生の子どもを持つ家族」「動画系SNSヘビーユーザー」「特定スポーツ競技のファン層」「軽度の介護が必要な家族がいる層」「特定飲料品のヘビーユーザー層」など、実際の生活者像が想起できる具体的なペルソナを多数用意しています。これにより、商品・サービスやコミュニケーションに対するターゲット層の反応や受け止め方を、AIとの対話を通じて迅速に把握することが可能になりました。なお、社会環境や生活者意識、トレンドの変化に応じて、AIペルソナは今後も継続的に拡充していく予定です。



PERSONA MASAO SUZUKI

アクティブシニア

年齢	68歳
性別	男性
職業	無職（定年退職）
家族	妻と二人暮らし 娘は既婚・独立
趣味	カメラ・美術館巡り

今を満喫するスマートな自由人。プライドに固執せず、年下からも素直に学ぶ謙虚さと好奇心を持っています。合理的な思考をベースにしつつも、立ち振る舞いは穏やかで都会的。写真撮影や美術館巡りなど、好きなことに囲まれた毎日を楽しんでいます。

※ AIが生成した仮想の人物です。

② インタビュー機能の拡充で、より多角的なシミュレーションを実現

従来の1対1のインタビューに加え、今回の「AI For Growth Talk」への刷新では、グループインタビュー（1問1答モード／ペルソナ同士の会話モード）、回答サマリー生成、会話モードでのテーマ設定（インサイト抽出、アイデア発散、討論、合意形成）も可能となり、より多角的なシミュレーションが行えるようになりました。

また、「自社内で手軽にAIペルソナと対話したい」というニーズにも対応できるようにするため、一部機能を年内にSaaSとして社外提供する予定です。ブラウザからいつでも利用できるため、日々の業務の中で「思いついた仮説をすぐに試す」という高速な検証サイクルが実現します。

AI For Growth

 ご褒美がないと、マジでやっつけられないです。バイト終わりにコンビニで新作スイーツ買うのがルーティンかも。自分を甘やかさないで、明日から頑張る気になれないし。

 仕事や家事で「一区切りついたな」と感じたとき、自分にご褒美をあげることはよくありますか？

 ご褒美を用意するなんて、そんな面倒くさいことはしません。やるべきことが片付いたら、浮いた時間を一秒でも早く自分の趣味に充てる。それだけです。わざわざ自分にご褒美を準備する手間をかけるくらいなら、さっさと次のことに取りかかりたいですから。

 家事では特に用意しないですが、仕事の大きなヤマを越えたときは別ですね。そこはバットと財布の紐を纏めて、ずっと欲しかったゲーム機やPCのパーツを揃えます。毎日頑張っている自分への「投資」だと思えば、一円も惜しくはないですからね。

 毎日、その小さなご褒美があるから頑張れているようなものなのよ。バートが終わって夕飯を作る前の、ちょっとしたお菓子が何よりの癒やしなんです。それがないと、次の家事に向かう元気がどうしても湧いてこないのよね。

 ご褒美なんて、そんな感情的なことはしませんよ。やるべきことをやり遂げるのは当たり前務めですし、終われば次のことに取りかかる。ただそれだけです。暇だって、自分を甘やかしているわけじゃありません。一日の区切りをつけるための、単なる習慣……まあ、言ってみれば「けじめ」のようなものですよ。

 毎日、その小さなご褒美があるから頑張れているようなものなのよ。バートが終わって夕飯を作る前の、ちょっとしたお菓子が何よりの癒やしなんです。それがないと、次の家事に向かう元気がどうしても湧いてこないのよね。

 はい、よくあげちゃいます。そうしないとやっつけられないので。夜のスイーツやプラプラスが、私にとっての唯一の「お褒め棒」なんです。これがないと明日も頑張る元気が湧いてこないんですよ。

 基本は直感だけど、インスタで保存してたやつを見つげると即決しちゃうかな。TikTokでバズってた新作とか、友達にストーリーに上げてたやつは絶対チェックしてるしね。「あ、これ見たことある！」ってなると、迷わずカゴに入れちゃうんだよね。何も決めてない時は、バケ買いっていうか、見た目が一番かわいいやつを選んでしまう。

 ご褒美を選ぶとき、直感でバツと決めますか？ それとも、前から「次はこれにしよう」と決めてるタイプですか？

 基本は直感だけど、インスタで保存してたやつを見つげると即決しちゃうかな。TikTokでバズってた新作とか、友達にストーリーに上げてたやつは絶対チェックしてるしね。「あ、これ見たことある！」ってなると、迷わずカゴに入れちゃうんだよね。何も決めてない時は、バケ買いっていうか、見た目が一番かわいいやつを選んでしまう。

 基本、欲しいものはリスト化して決めてます。直感で買うのはリソースの無駄だし、スペックやレビューを徹底的に比較して納得してから買いたいの。次に何を買うかは、ゲームの装備更新みたいに常にシミュレーションしてますね。

※ AIが生成した仮想の人物です。

質問してみてください

当社は今後も、多様化する生活者像をより深く理解し、企業のマーケティング活動の精度向上に寄与するソリューションを提供していきます。「特化型AIペルソナ」および「AI For Growth Talk」を通じて、より実効性の高いインサイトの発見と事業成長への貢献を目指します。

※1: <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0519-010884.html>

※2: <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0512-010881.html>

※3: 共働きで、子どもを持たない夫婦世帯（Double Income No Kids の略）。



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

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、長谷川

Email : koho@dentsu.co.jp

【事業に関する問い合わせ先】

dentsu Japan AI センター

Email : dj_ai_center@dc1.dentsu.co.jp