dentsu
tokyo/osaka/nagoya

NEWS RELEASE

株式会社 電通
105-7001　東京都港区東新橋1-8-1
koho@dentsu.co.jp
https://www.dentsu.co.jp/

2026年11月9日

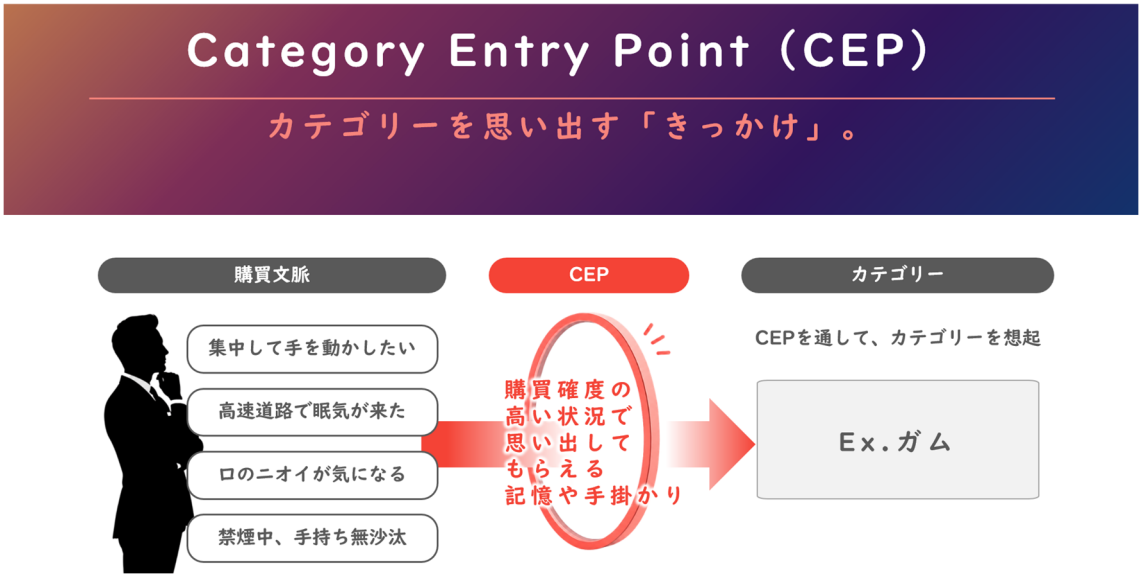
電通、ブランド戦略設計ソリューション「People CEP Discovery」の本格提供開始

― 生成AIと当社独自のブランド設計理論で、CEPの発見から顧客体験・施策の設計までを一気通貫で支援 ―

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、以下「当社」）は、商品やブランドの想起や購買のきっかけとなるCEP（カテゴリーエントリーポイント※）の考え方に、生成AIと当社独自のブランド設計理論を活用し、CEPの発見からブランドと連動した顧客体験のコンセプト設計、施策立案までを一気通貫で支援するブランド戦略設計ソリューション「People CEP Discovery」の本格提供を開始します。

People CEP Discovery

近年、生活者が商品を想起する「きっかけ」であるCEPは、ブランド戦略を設計するうえでの重要な視点として、マーケティング領域で注目を集めています。市場の成熟や生活者ニーズの多様化が進む中、新たな購買文脈を捉え、生活者が商品カテゴリーやブランドを想起する機会を広げる重要性が高まっています。一方で、CEPを分析・選定するだけでは、具体的なブランド戦略や顧客体験、コミュニケーション施策にすぐ展開できるとは限りません。数多くの購買のきっかけの中から、そのブランドが獲得すべきCEPを見極め、ブランド固有の価値と結びつけた体験へと具体化するには、生活者理解、ブランド戦略、クリエイティブを横断した設計が必要です。



こうした課題を踏まえ、当社は、長年培ってきたブランド戦略や統合マーケティングの知見と生成AIを組み合わせ、CEPを起点にブランドが提供すべき体験価値と施策を導き出す「People CEP Discovery」を開発しました。本ソリューションでは、生成AIと当社独自のブランド設計理論を活用し、100を超えるCEP候補を生成し、AIによる一次評価をもとに、これらを「市場性」「ブランドとの親和性」「購買につながる可能性」の3つの指標で評価し、当社のプランナーがブランドとして獲得すべきCEPを選定・精緻化します。そして、選定したCEPをブランド固有の価値と結びつけ、顧客体験のコンセプトからコミュニケーション、サービス、店頭施策などの多様な方向性の企画案までを一気通貫で具体化します。必要に応じてAIを活用したリサーチにより生活者の受容性や改善点を確認し、仮説の生成・評価・改善を短期間で繰り返すことで、ブランド戦略と施策の精度を高めます。



これにより、既存の購買場面の分析にとどまらず、これまで十分に捉えられていなかった生活者の状況や心理から、新たな購買文脈を探索することが可能になります。さらに、CEPの探索・評価、ブランド戦略、顧客体験や施策の開発までを一つのプロセスとしてつなぎ、「商品カテゴリーを想起するきっかけを広げること」と「そのきっかけを特定のブランドの選択につなげること」の双方を支援します。



<＜People CEP Discoveryで開発したダミー製品ユースケース＞



ごろっと野菜と厚切り肉の贅沢パスタソース **CEP開発シート**
GOROTTO VEGETABLE・PASTA SAUCE　CATEGORY ENTRY POINTS・DEVELOPMENT SHEET

BRAND _____ CATEGORY _____
DATE _____ ／ OWNER _____

主要CEP

・ストック品補充シーン

×

ブランド資産

・記号／品質／国産素材100%の約束
・DNA／安心感／ストックできる安心感
・記号／形態／1人前×2袋の使い勝手

↓

コンテキストCEP

・忙しい未来の自分や家族のために、いざという時に罪悪感なく頼れる「おいしいお守り」を常備して、心に余裕を持っておきたい時。

ブランド・ラダリング

▼ブランドが約束する未来
食卓に、手軽な驚きと喜びを届ける。

▼ブランドが今すぐ実行する約束
未来の私を、助けてくれる。

▼ブランドを選ぶ人
コアユーザー　30-40代の働く女性。忙しい中でも食の質や楽しさを諦めたくない。手軽さと本格感、安心感を両立させたいと考えている。

▼ブランドの人物・利用文脈
人柄/価値観　親しみやすく、頼りになる料理上手な友人。センスが良く、食の楽しみ方を知っている。こだわりはあるが、決して堅苦しくない。

▼ブランドだから得られるエモーション
手軽なのに罪悪感がなく、自分や家族を大切にできたという満足感。食卓に驚きや会話が生まれる喜び。

▼ブランドだけが提供できる独自的な機能・利点
ごろっとした具材による高い満足感。国産素材100%の安心感。かける/あえるだけの簡便性。

▼RTB（信頼できる理由）→ なぜ信じ、なぜ選ぶのか
国産素材100%使用。無水調理法などのこだわりの製法。

中期戦略

『国産素材の安心感』と『ストックできる利便性』を掛け合わせ、『おいしいお守り』という情緒価値を確立。特に子育て層の罪悪感を解消し、心の余裕を提供する。

本ソリューションは、クライアントと当社担当者が共に検討する、ワークショップ型のコンサルティングサービスです。生成AIを活用してCEPやコンセプト、顧客体験、施策に関する複数の仮説を短期間で数多く生成し、共通のフレームワークで評価・改善を重ねます。

多様な方向性を具体的な企画案まで落とし込みながら仮説検証を進めることで、関係者間の認識をそろえ、ブランド戦略に関する意思決定の迅速化と精度向上を支援します。

当社は今後、AIによるCEP候補の評価・推薦機能や、生活者の受容性を把握するリサーチ機能を強化し、「People CEP Discovery」の提供価値をさらに広げていきます。AIと人の知見を融合し、変化する生活者の意識や行動を捉えたブランド戦略と顧客体験の高度化を通じて、企業と生活者のより豊かな関係を構築し、企業の持続的な成長に貢献していきます。

※　CEP（カテゴリーエントリーポイント）：生活者が商品カテゴリーの購入を考えるときに、そのカテゴリーやブランドを思い出す手がかりとなる状況・心理・行動など

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、長谷川、山中
Email：koho@dentsu.co.jp

【事業に関する問い合わせ先】
株式会社電通　dentsu Japan AIセンター
Email：dj_ai_center@dc1.dentsu.co.jp