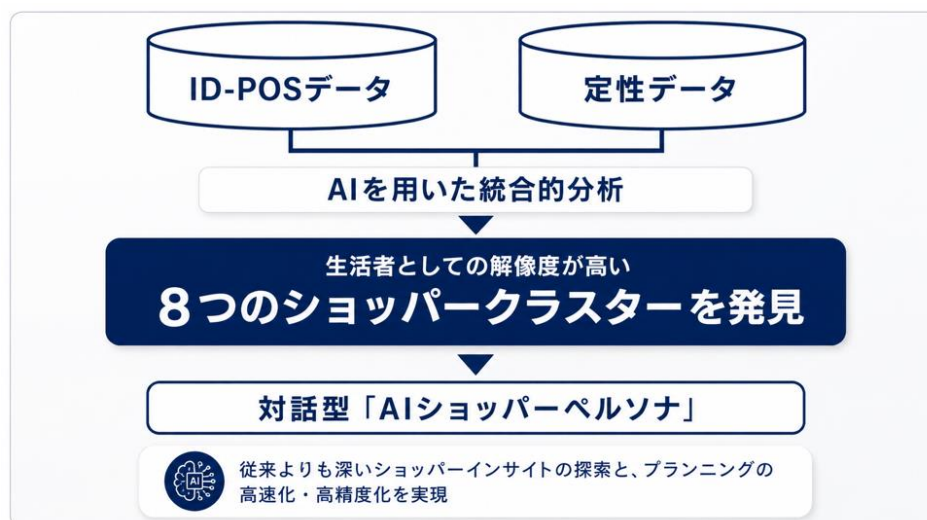


2026 年 7 月 30 日

電通プロモーション、購買行動から 8 つのショッパークラスターを特定 － ID-POS データと AI 分析を活用し、リテールプロモーションの仮説構築を高度化－

株式会社電通プロモーション（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：北原 整、以下「当社」）は、食品スーパーの約 60 万件の ID-POS データ※¹ と生活者の定性データを AI で分析し、購買行動の特徴に基づいた 8 つのショッパークラスター※² を特定しました。これにより購買時点における生活者の意識や行動背景の把握が可能となり、リテールプロモーションにおけるプランニングの高速化と高精度化を実現します。さらに、対話型 AI ソリューションに活用することで、購買行動のシミュレーションや仮説検証の効率化を支援します。



近年、ID-POS データはマーケティング分野で広く活用されていますが、多くの場合、商品やカテゴリー起点での分析にとどまり、顧客理解は性別や年代別といった大まかな区分に限定されてきました。一方、アンケート調査などの定性調査では、生活者が日常でどのような消費生活を送っているのかを全体として把握するのが難しいという課題がありました。その結果、購買の最終段階であるボトムファネルにおいて、「なぜ買うのか」といった本質的な理由を十分に捉えできていませんでした。

こうした課題に対し、当社はリテールプロモーション領域で培ってきた売場・購買接点に関する知見を生かして、全国 122 店舗の食品スーパーにおける約 60 万件の ID-POS データと生活者の定性データを AI 分析し、購買行動の特徴に基づく 8 つのショッパークラスターを特定しました。これにより、価値観やライフスタイル、購買時の判断軸といった要素を含めた生活者理解ができるようになり、従来の性別・年代別といった属性ベースでは把握できなかった購買スタイルや意思決定の違いを明らかにし、ショッパー理解の高度化を実現します。また、この分析では深いショッパーインサイトを得られるだけでなく、個々の製品の購

買実態を8つのクラスターにひも付けた分析も可能です。 ※3

8つのショッパークラスター



さらに、特定した8つのショッパークラスターを、電通が開発した対話型AIソリューション「AI For Growth Talk」※4上で「AIショッパーペルソナ」として活用。プランナーは、実在の生活者にインタビューを模した自然な対話を通じて、購買理由や迷いに関する仮説を探索できます。1対1の深掘りだけでなく、複数のペルソナによるグループインタビュー形式での検討も可能です。これにより、購買時点の意識や迷いといったボトムファネルの理解が進み、仮説構築から検証までをより迅速に行うことができ、リテールプロモーションにおけるプランニングの高速化・高精度化を実現します。

当社は今後も、独自のデータ分析とAI技術の掛け合わせにより、リテール領域におけるマーケティングの質とスピードを高めます。そして、実購買データや生活者インサイトといったさまざまな定量・定性データを融合した深いショッパー理解を通じて、企業と生活者のより良い関係づくりに貢献してまいります。

※1 分析データについて

- ・ID-POSデータ提供：マギー株式会社、株式会社日本流通科学情報センター
- ・分析対象店舗：全国食品スーパーパネル店 122 店舗
- ・分析対象期間：2025 年 1 月〜2025 年 12 月
- ・分析対象者：上記期間中来店客 60 万人

※2 ショッパークラスターとは、購買データなどから共通する買い物行動や特徴を持つ生活者を分類したグループ

※3 ID-POS データに含まれている製品で、かつ JAN コードが明らかなものに限る

※4 電通、AI で多様な生活者像を再現する新ペルソナを開発

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2026/0406-011026.html>



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

＜電通プロモーションについて＞ <https://www.dentsupromotion.co.jp/>

電通プロモーションは、電通プロモーションプラス、電通プロモーションエグゼ、電通リテールマーケティング、電通 tempo の4社統合により、2026年1月1日に発足した、CXM（Customer Experience Management）を軸に顧客体験とビジネス成果をつなぐ統合型プロモーション会社です。顧客体験づくりから売上成果までを一貫して担う「創客力」を強みとし、リアルとデジタルの両域による最適なコミュニケーション設計と実行力を通じて、より良い社会の実現と事業成長の両立を目指しています。

＜サービス・事業に関するお問い合わせ＞

株式会社電通プロモーション

統合プランニング事業部 高見、高荒

MAIL : p-team@group.dentsu.co.jp

＜リリースに関するお問い合わせ＞

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

電通プロモーション 広報担当：小笠原、代田

MAIL : kouhou@dentsupromotion.co.jp

※お問い合わせはメールにてお願いいたします。