

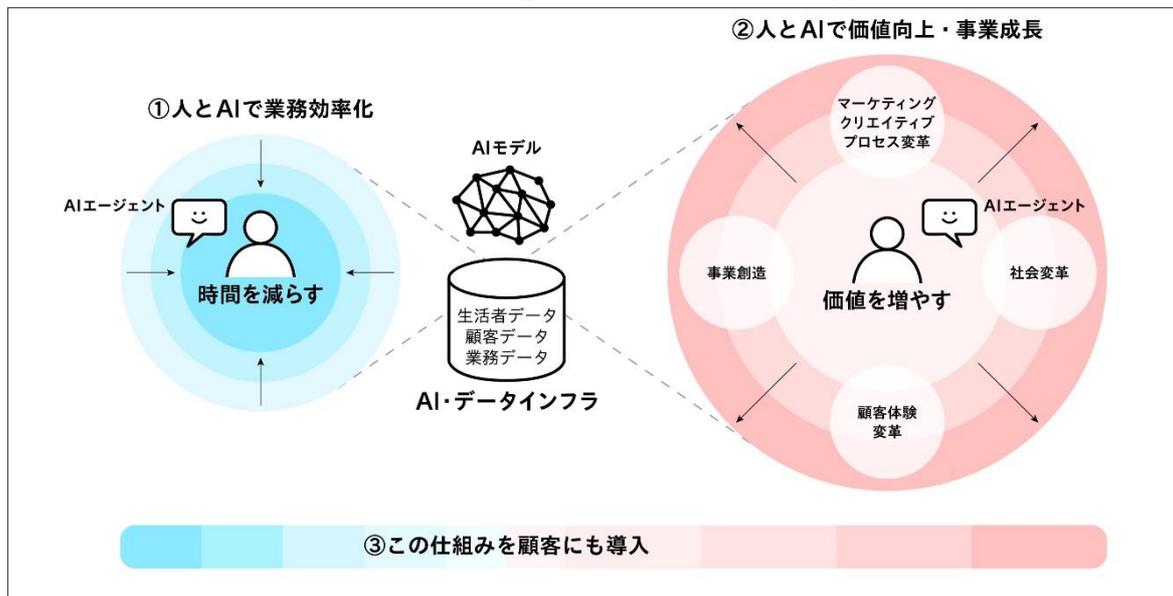
2025年5月19日
株式会社電通デジタル

国内電通グループ、AI ネイティブ化を加速する 独自の AI 戦略「AI For Growth 2.0」を発表 -AI エージェントがマーケティングの全工程をサポート-

国内電通グループの4社（電通デジタル、電通、電通総研、イグニション・ポイント）は、2024年8月に発表した“人間の知（=Intelligence）”と“AIの知”を掛け合わせて顧客や社会の成長に貢献する独自のAI戦略である「AI For Growth」^{※1}を刷新し、本日「AI For Growth 2.0」を発表します。

「AI For Growth 2.0」では、独自のAIアセット（大規模調査データや社内の専門人材知見など）とAI技術を融合させた「AIモデル」の深化により、マーケティング手法に革新をもたらし、その全工程をAIエージェントがサポートするマーケティング領域の「AIネイティブ化」を目指します。これにより「業務効率化」と「価値向上・事業成長」の両輪で顧客や社会の持続的な成長に貢献していきます。

<「AI For Growth」国内電通グループ AI 戦略図>



AI・データインフラを起点に、
「業務の効率化」「価値向上・事業成長」という両輪を加速させていく

近年、AI技術は著しい進化を遂げており、企業の意思決定や業務効率化、新規事業の創出など、多岐にわたる場面でその活用が期待されると同時に、AIを効果的に活用できる人材やその活用手法にも注目が集まっています。

当社グループでは、AI人材育成の一環として、国内グループ39社の従業員1114人（2024年11月25日時点）が、AI・ディープラーニングの活用リテラシー習得のために「ジェネラリスト検定（G検定）」^{※2}資格を取得し、社内業務の効率化や提供サービスの高度化を推進しています。

そしてこのたび、「AI For Growth 2.0」のもと、新たに1億人規模のAIペルソナを仮想的に再現する「People Model」を開発しました。また、社内の専門人財（クリエイター、プランナーなど）の知見やアイデア、思考法などを学習させた「Creative Thinking Model（創造的思考モデル）」^{※3}についても、その機能を拡充し、ビジュアルアイデアの生成を可能にしています。これらの概要は次のとおりです。

■「People Model」の概要

電通が独自構築している大規模調査データ^{※4}を、Large Language Model（大規模言語モデル、LLM）を活用してファインチューニングすることで、1億人規模の高解像度なペルソナを仮想再現するAIモデルです。従来の限定的なペルソナとは異なり、多人数・多層のペルソナ群を定義できるため、時間の制約を受けずに、学習データのない未知の質問に対するアンケート調査やマーケットシミュレーションの実施を可能にしました。従来モデルに比べ、アンケート機能が大幅に拡張されたこの独自のアンケートシステムについては、現在、特許出願中です。

- ① アンケート調査の高精度なシミュレーション
設問数に制限はなく、コンセプトやクリエイティブアイデアの高速な検証が可能。
- ② 自由自在な仮想インタビュー
調査対象者の確保が難しい属性についても、自由自在にインタビューすることが可能。

■「Creative Thinking Model（創造的思考モデル）」におけるビジュアルアイデア生成機能の概要
電通デジタルと電通が2024年8月に発表したAI広告コピー生成ツール「AICO2」^{※5}に続く第2弾として、東京大学AIセンター^{※6}との共同研究結果をもとに、「Creative Thinking Model（創造的思考モデル）」の機能を拡充し、社内の専門人財の発想プロセスを学習したAIが、高度なビジュアルアイデアの生成を実現しました。本手法は従来手法と比較して有意な向上^{※7}が見られ、専門人財のノウハウをAI化した手法として特許出願中です。

〈People Model 概要イメージ図〉



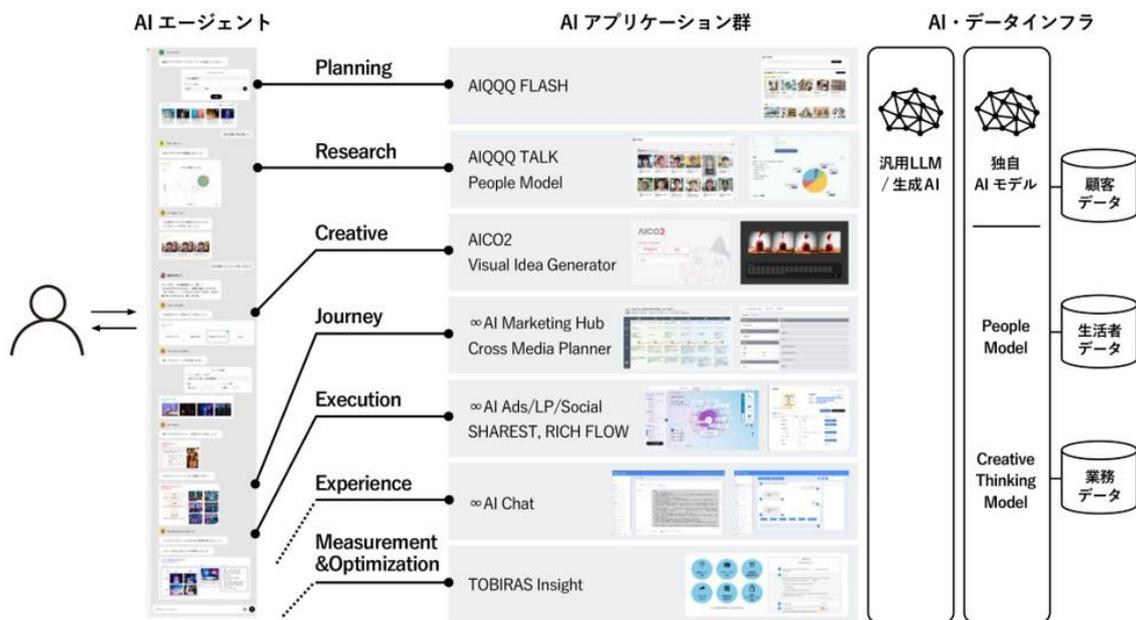
〈Creative Thinking Model ビジュアルアイデア生成例〉



上記2つの独自AIモデルの構築に加え、電通の「AIQQQ FLASH」「AIQQQ TALK」、電通デジタルの「∞AI[®]」、両社の「AICO2」などのAIアプリケーション群とのデータの連携を図ることで、ユーザーとの対話を通じて自律的に最適な答えを導き出す「統合マーケティングAIエージェント」の開発にも取り組んでいます。このAIエージェントは、当社グループ内での活用にとどまらず、今後は顧客向けにも提供していく予定です。

さらに、業務プロセス改革（BPR）への伴走支援や、顧客ニーズに応じたカスタマイズ型 AI エージェントの開発・導入などにより、マーケティング業務の全てのプロセスにおける高度化・高速化・効率化・内製化の実現と、顧客の AI トランスフォーメーションを統合的に支援していきます。

＜マーケティング全工程における「AI ネイティブ化」イメージ図＞



今後も当社グループは、独自の AI 戦略である「AI For Growth 2.0」を基盤に、これまでにない AI 活用を推進し、顧客や社会の成長に貢献していきます。



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/

※1：「人間の知（=Intelligence）”と“AI の知”の掛け合わせによって、顧客企業や社会の成長に貢献していく」という、国内電通グループの独自の AI 戦略。
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0805-010762.html>

※2：一般社団法人日本ディープラーニング協会（JDLA）が実施するディープラーニングをはじめとする AI に関するさまざまな技術的手法やビジネス滑油のための基礎知識を十分に有していることを認定する検定。
<https://www.japan.dentsu.com/jp/assets/pdf/news/2025001-0123.pdf>

※3：電通の専門人材（コピーライター、マーケターなど）の創造的思考方法（プロセス・推論能力など）を学習させた AI モデル。

※4：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。

※5：電通コピーライターが長年培ってきた思考プロセスを学習した AI 広告コピー生成ツール。

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0805-010761.html>（2024 年 8 月 5 日電通発表）

※6：国立大学法人東京大学次世代知能科学研究センター

現状の人工知能技術の枠組みとその限界を超え、真に人間のためになり、将来の社会、産業、経済、文化、学術を駆動する新たな次世代知能科学体系の構築と応用に取り組む研究組織。<https://www.ai.u-tokyo.ac.jp/ja/>

※7：総合評価：約 6.9%、クオリティ：約 6.0%、インパクト：約 12.5%、明確さ：約 5.5%、比喩的表現：約 12.8%、好感度：約 6.3%、時代性：約 6.2%、問題提起：約 6.8%と、それぞれで有意な向上が見られた (N=1000, p<0.001)。

以 上

<電通デジタルについて> <https://www.dentsudigital.co.jp/>

電通デジタルは、国内最大規模の総合デジタルファームです。「人の心を動かし、価値を創造し、世界のあり方を変える。」をパーパスに、生活者に寄り添うクリエイティビティとテクノロジーを統合的に活用することで、あらゆるトランスフォーメーションを実現しています。クライアント企業の事業成長パートナーとして、共に新たな価値を創造することで、経済そして社会の「変革と成長」を目指しています。

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル コーポレートコミュニケーション部

北川・宮本 Email : press@dentsudigital.co.jp