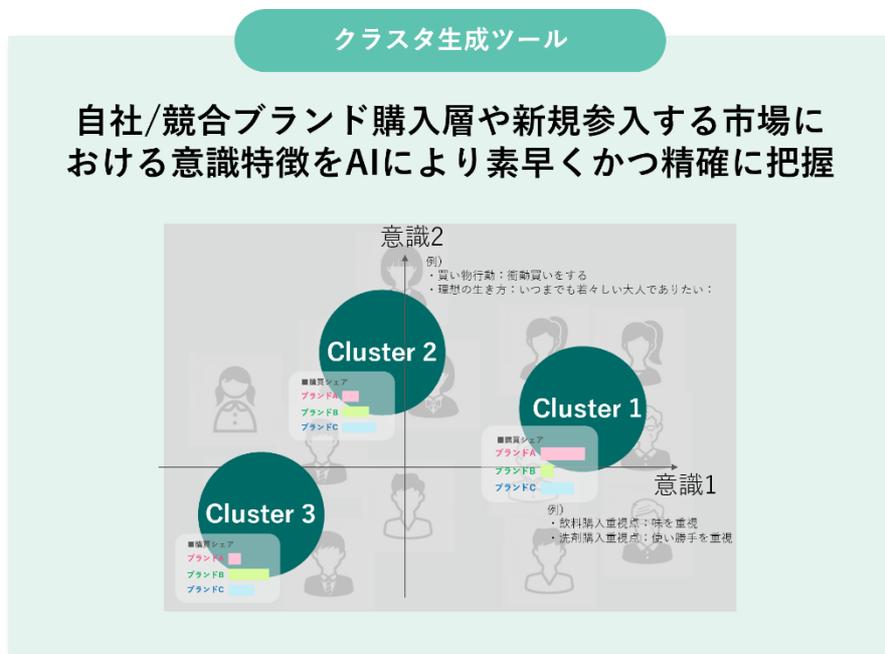


2024年12月9日

株式会社博報堂DYホールディングス

**博報堂DYホールディングス、市場構造把握からペルソナ策定までを自動化する  
AIを活用したクラスタ&ペルソナ生成ツールの全社活用を開始**  
～生活者ニーズや市場の把握を効率化し、マーケティング戦略の高度化・高速化を実現～

株式会社博報堂DYホールディングス（東京都港区、代表取締役社長：水島正幸、以下博報堂DYホールディングス）は、AIを用いて市場構造把握からペルソナ策定までを自動化するクラスタ&ペルソナ生成ツールの実証実験を2023年11月から開始し、複数の実務利用を通じて有用性を確認いたしました。今後、本ツールを全社的に活用することで、クライアント企業のマーケティング支援の高度化を実現します。



**購買データ×生活者意識による独自クラスタリング**

**■多様化・複雑化する生活者ニーズや市場構造の把握が課題に**

昨今、多様化・複雑化している生活者のニーズを踏まえ、購買重視点や価値観など生活者のニーズを起点としたマーケティング戦略を策定することの必要性が高まっています。一方で、自社および競合ブランド利用者の定義からデモグラ・意識特徴の把握、さらには各ブランドの強み・弱みを把握するためには、定量調査やクラスター分析などの実施が必要となり、費用や工数がかかることが課題となっていました。

**■独自開発ツールで市場構造把握からペルソナ策定までを自動化**

このような背景のもと、博報堂DYホールディングスでは、市場構造把握からペルソナ策定までを自動化する、AIを活用したクラスタ&ペルソナ生成ツールを独自に開発しました。本ツールでは、購買ログデータおよび博報堂DYグループ独自の生活者意識調査データを活用することで、データに基づいた生活者の潜在的なニーズを明らかにすることができます。クラスタ生成ツールでの実証実験は2023年度から社内にて開始しており、複数のクライアント企業における実利用・提案における実績から、本ツールの有用性を確認しました。また、ペルソナ生成ツールは、2024年9月から社内における実証実験を開始しております。これら2つのツールの更なる活用を通じて、定量調査やクラスター分析といったこれまで多くの費用と工数がかかっていた博報堂DYグループ全体のマーケティング業務を効率化することにより、クライアント企業への支援の高度化を実現します。

## <「クラスタ生成ツール」概要>

任意の商品・ブランドを選択することで、それらの商品・ブランドが属するカテゴリーを横断した市場全体の分析、各カテゴリー内でのターゲット分析を博報堂D Yグループ独自のモデルにより自動で行うことが可能です。市場全体を購買傾向と意識特徴を基に似通った生活者をグルーピングすることで、各ブランド購入層のデモグラ構成、意識特徴を把握することが可能です。

### クラスタリング設定条件

STEP1:プロジェクトの選択 (任意) ▼

STEP2:購買データ抽出 (初回のみ必須) ▼

STEP3:購買データ条件設定 (必須!) ▲

・クラスタリングに使用する 購買データを選択してください。

3 9 3 1 洗顔・化粧水・乳液\_購買期間\_2023-08-01-2024-07-31\_sex-全て\_age-全て.csv ▼

・クラスタリング対象の商品カテゴリーを選択してください。

化粧水 × 乳液 × ▼

・クラスタリング対象の商品ブランドを選択してください。

ブランドA  ブランドB  ブランドC  ブランドD  
ブランドE  ブランドF  ブランドG ▼

STEP4:追加属性調査データ条件設定 (任意) ▲

・クラスタリングに使用する設問を選択してください。(文字を入力することで検索することも可能です)

Q28\_メイク・U... × Q29\_スキんケ... × Q30\_美容行動... × Q31\_スキんケ... ×  
Q32\_1\_肌悩み... × × ▼

STEP5:クラスタリング条件設定 (任意)

### クラスタリング設定条件の入カイメージ

#### -----クラスタリング結果-----

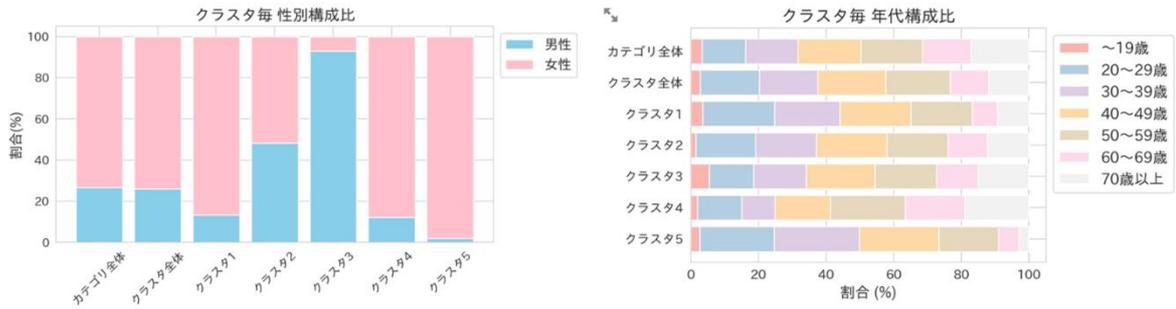
※クラスタ毎のIDボリューム/性年代構成/ブランド購入傾向/意識特徴を画面に表示します。詳細はファイルをダウンロードしてご確認ください

#### クラスタ毎のIDボリューム

ID数が偏っている場合には、「STEP5:クラスタリング条件設定」でクラスタ数を調整し再度クラスタリングをお試しください。



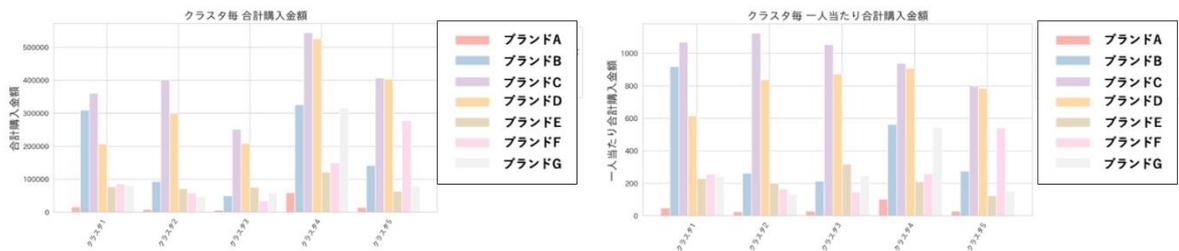
## クラスタ毎のデモグラ集計



## クラスタ毎の購買集計

ブランドの購入傾向の差を把握し辛い場合には、「STEPS:クラスタリング条件設定」でクラスタリング実行回数を増やす or クラスタリングのアルゴリズムを「QPR購買データをより重視したクラスタリングを行う」に変更し、再度クラスタリングをお試しください。

グラフの右上の⇐を押下すると、グラフを拡大することができます。



## クラスタリング結果イメージ

### < 「ペルソナ生成ツール」 概要 >

「クラスタ生成ツール」から出力された各クラスタ分析データを使用し、各クラスタのペルソナシートを自動生成するツールです。調査回答率の並び替えやペルソナ画像生成までを自動化しており、ユーザーはボタン操作と簡単な情報入力だけでペルソナを作成することができます。

ペルソナシートの文章やペルソナ画像は生成 AI によって自動生成されます。生成される文章や画像は各グループのデモグラフィック特性や意識特性を反映しているため、ペルソナのイメージに適した画像が生成可能です。これにより、これまでのペルソナ作成の業務を効率化することが可能です。

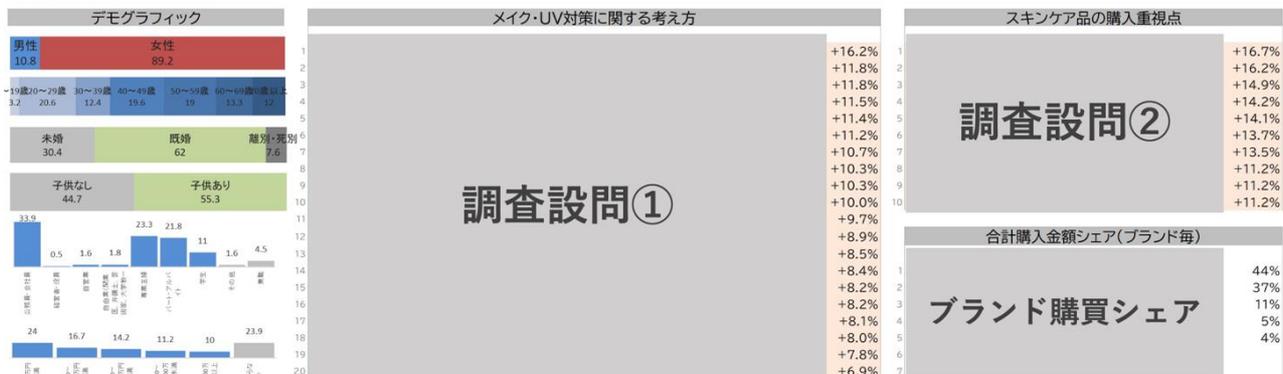
### ターゲットクラスター #1

N=512 (27%)



### 自然素材美容大好き層、心地良さ至上主義メイク派、ヘルス&エコ意識スキンケアタイプ

このクラスターのメンバーはメイク落としやクレンジングの重要性を理解しており、肌への負担を気にした選択をしている。また、化粧品やスキンケア商品選びでは肌への優しさや、環境に配慮された商品を選ぶ傾向がある。ただし、それだけでなく自分自身の気分転換やテンションUPも重視している。日焼け止めについては、使用感の良さや肌へのやさしさを重視し、季節によって使い分けることも考えている。一方で、メイクは自分の心地良さを重視し、どう見られるかよりも自分自身の心地よさを大切にしている傾向がある。また、購入時には、自然素材や無添加の商品を好むとともに、詰め替え可能なものや自分や家族の健康、環境への影響を考慮した商品選びをしている。新しい美容やスキンケアに対する興味も高く、実際に商品を見て触れてから購入したいという意識も強い。



## ペルソナ生成ツール イメージ

また生成したペルソナを AI エージェント化することで、購買ログデータおよび意識調査データで生成された精緻な AI ペルソナを生成し、恒常的にターゲット生活者との対話、ニーズ把握を行うことで、マーケティング戦略の高度化・高速化を目指します。

「クラスタ生成ツール」「ペルソナ生成ツール」は今後、統合マーケティングプラットフォーム「CREATIVITY ENGINE BLOOM」のモジュールとして組み込むことで、博報堂 D Y グループ全社での利用を促進していきます。

---

本件に関するお問い合わせ

株式会社博報堂 D Y ホールディングス グループ広報・IR 室 西川

[koho.mail@hakuhodo.co.jp](mailto:koho.mail@hakuhodo.co.jp)