DENTSU DIGITAL PRESS RELEASE

株式会社電通デジタル 広報担当
105-7077 東京都港区東新橋 1-8-1
https://www.dentsudigital.co.jp

2026 年 11 月 9 日
株式会社電通デジタル

電通デジタル、AI 時代における企業ブランド戦略を再定義するサービス「After AI Branding」を提供開始
－生活者インサイト分析およびクリエイティブの融合により AI 時代に選ばれ続けるための体験価値を創出－

株式会社電通デジタル（本社：東京都港区　代表取締役社長執行役員：瀧本 恒　以下、電通デジタル）は、AI がツールとしての導入フェーズを終え、意思決定にも関わるインフラとして定着しつつある「After AI 時代」において、企業が生活者から選ばれ続けるためのブランド戦略を策定するサービス「After AI Branding（アフター エーアイ ブランディング）」を、本日より提供開始します。

AI による効率化・自動化の進展に伴い、日常の意思決定や情報収集が AI に委ねられる領域が拡大しています。これからの企業活動においては、AI に正しく認識・参照されるための GEO（生成エンジン最適化）などの技術的アプローチの重要性が高まっており、電通デジタルにおいても最新の知見や分析アプローチを通じた企業支援を推進しています※1。一方、それだけでは生活者からの自発的な指名は獲得できません。AI が日常の選択を支える場面が増える時代だからこそ、生活者が自らの意思で「このブランドを選びたい」と感じる、人の感性に響くブランド体験をどう築くかが重要な経営課題となっています。

本サービスは、電通デジタルならではの「AI を駆使したデータ分析・生活者インサイト導出」と「クリエイティビティ」を融合し、企業のブランド提供価値の再定義や生活者との持続的な関係構築を目指します。戦略策定からプロトタイプ検証までを一貫して伴走し、「人の感性に響く体験価値」を創出することで、企業のブランド競争力の強化を支援します。

【「After AI Branding」の 3 つのステップ】

1.　AI 時代の生活者インサイトの導出

国内電通グループが打ち出す AI 時代の購買行動モデル「AIJES」※2の考え方と、AI の普及に伴う生活者インサイトの変化を研究する社内専門組織「with AI ラボ」※3の調査・分析データを活用します。AI の浸透が生活者の価値観や行動パターンに与える影響を多角的に分析し、時代を経ても変わらない人の根源的な欲求・ニーズと、テクノロジーの浸透によって生じる新たな課題（ペイン）や期待（ゲイン）を明確に切り分け、次世代のブランド戦略に不可欠な生活者インサイトを導き出します。

2.　人に選ばれ続けるためのブランド提供価値の再定義

ステップ 1 で導出した生活者インサイトを基点に、現状のブランド体験（As-Is）を棚卸しした上で、After AI 時代における環境変化を踏まえた未来の体験価値の方向性（To-Be）を整理します。そこから、機能的な利便性に留まらない人間らしさや世界観への共感といった人の感性に

響く要素を軸に、未来のブランド体験の軸となる「コアバリュー」を定義します。
　あわせて、製品・サービス、広告・PR、自社メディア、コミュニティ、店舗・イベント、営業・カスタマーサポートなど各顧客接点において、「人が担う体験」と「AI が担う体験」の役割を整理することで、「コアバリュー」を一貫して体現するブランド体験の全体指針を策定します。

3.　クリエイターと AI の共創によるアイデア創出とプロトタイプ検証

　再定義したブランド指針に基づき、クリエイターの構想力と AI の生成・分析能力を融合します。AI 開発や社会実装を牽引するプラットフォーマー各社の最新知見を取り入れ、生活者の意識や購買行動の変化を見据えた具体的な体験アイデアや施策プロトタイプを開発。制作したプロトタイプを用いて、AI で生成した「未来の生活者ペルソナ」によるシミュレーションで、受容性についての仮説を検証し、企業と生活者のつながりを深める実効性の高いアクションプランへとブラッシュアップします。

　今後も電通デジタルは、AI 時代のブランディング支援を拡充し、企業と生活者をつなぐ新たな価値を創出することで、クライアントの事業成長に貢献してまいります。

※1：
電通デジタル、生成 AI との対話で自社コンテンツの 引用機会を創出する「Generative Engine Optimization コンサルティングサービス」を提供開始（2025 年 5 月 16 日発表）
https://www.dentsudigital.co.jp/news/release/services/2025-0516-000224
電通デジタル、AI ペルソナ活用で GEO 支援を高度化「マルチターンカンバセーション分析」を提供開始（2026 年 10 月 30 日発表）https://www.dentsudigital.co.jp/news/release/services/2026-1030-000356
※2：国内電通グループ、AI 時代の新購買行動モデル「AIJES」を提唱（2026 年 9 月 10 日発表）
https://www.dentsudigital.co.jp/news/release/services/2026-0910-000346
※3：電通デジタル、生活者の AI 活用実態調査を実施　AI 利用者の約 3 人に 1 人が購買行動において AI に相談　旅行や金融で顕著（2026 年 7 月 23 日発表）
https://www.dentsudigital.co.jp/news/release/services/2026-0723-000335

AI For Growth

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/

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・横田　Email：press@dentsudigital.co.jp
【本事業に関する問い合わせ先】
株式会社電通デジタル DDCR（Dentsu Digital Creative）
岡部・平田　Email：after_ai_branding@group.dentsu.co.jp