

2024年3月22日

## 博報堂、生成 AI で生活者発想を支援するサービスプロトタイプを開発 独自の生活者調査データベースから 7,000 タイプのバーチャル生活者を生成 —AI を生活者の声を聴くイマジネーション・パートナーへ—

株式会社博報堂（東京都港区、代表取締役社長：水島正幸、以下博報堂）は、生成 AI を業務効率化やクリエイションのためだけでなく、「イマジネーション」のために活用し、生活者を深く理解するためのサービスプロトタイプを開発しましたのでお知らせいたします。

本サービスは各分野で存在感の増していく生成 AI を、博報堂のフィロソフィーのひとつである生活者発想を拡張するために活用し、DX 本来の意味である、デジタル技術によって“生活をより豊かにする”ことにつなげられないかという思いから開発いたしました。

毎年 7,000 人に調査を実施している博報堂オリジナルの大規模生活者調査データベース「HABIT」と生成 AI 技術をかけあわせ、7,000 タイプのバーチャル生活者を生成。HABIT データから生活者の基本プロフィール・価値観/意識・生活行動・消費行動・メディア消費・ブランド評価の情報を生成 AI に読み込ませることで、7,000 タイプの生活者を再現しました。※匿名化された調査データを基にしており、セキュアな環境で活用しています。

コンセプト動画：[https://youtu.be/WJ6kki5\\_-1U?si=2T-KDQR52W7hSny0](https://youtu.be/WJ6kki5_-1U?si=2T-KDQR52W7hSny0)



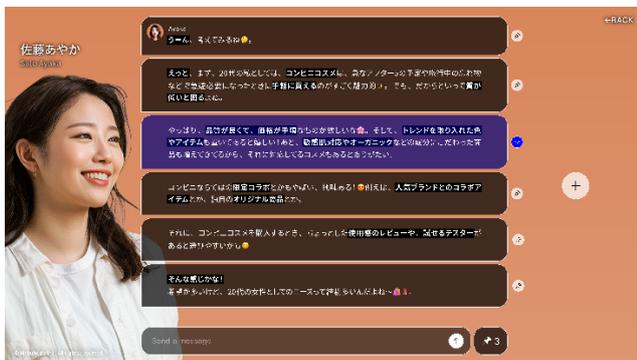
例えば一般的に、部下が上司に対して等立場が違う人には深い本音は話しづらく、また初対面の場合短時間で心を開いてもらうのは難しいものですが、AIならばそのようなことはありません。本サービスは、生成AIを活用して多様なバーチャル生活者をつくり出すことで、価値観・バイアス、状況等に左右されずに、忖度のないリアルな意見やニーズ等“あらゆる人の本音”を聞き出すことを目指しています。バーチャル生活者との対話を繰り返し、商品・ブランドに関する感想や人間関係に関する悩みなどに耳を傾けることで、今後はマーケティング・商品開発をはじめ、組織づくり、アイディエーション、ワークショップといった多岐にわたる領域での活用を想定しています。

現在はプロトタイプとして博報堂社内で試験的に活用・ブラッシュアップを行い、今後は対外的なサービス展開も見据えてまいります。

また本サービスでは、バーチャル生活者のインサイトやペルソナ、カスタマージャーニーの把握、そして時間や場所、コスト等に制約のないユーザーインタビューを可能にします。さらに、メッセージアプリのようなやりとりによってバーチャル生活者の感情を引き出すメッセージUIや、複数のバーチャル生活者同士の会話を観察するようなカンパセーションUIなど、生成AIの可能性を最大限に引き出し、利用者のイマジネーションを刺激するUI/UXデザインにも注力しました。



<バーチャル生活者 ペルソナイメージ>



<メッセージ UI イメージ>



<カンパセーション UI イメージ>

開発にあたり、サービス開発や UX デザインの専門チームである hakuodo DXD と、高度な AI・データサイエンススキルを持つ Data Science Boutique が知見を活かし取り組みました。外部パートナーとして、AI/IoT を活用したサービス開発の支援拠点である Microsoft AI Co-Innovation Lab を利用。そして AI のスペシャリスト集団である株式会社 Laboro.AI と連携しました。プロジェクトには、テクニカルディレクター・UX デザイナー・データサイエンティスト・アートディレクターなど多様な専門家が参画し、最先端の生成 AI 技術と博報堂の深い生活者理解を融合させて、本サービスを実現しました。

博報堂は本サービスを通じて、生活者の声を聴き、DX の本来の目的である「生活をより豊かにする」取り組みを推進していきます。今後も博報堂は、生成 AI を駆使し、人々の生活を豊かにする新たなサービスの開発に努めてまいります。

---

#### 【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 成田・下田      TEL:03-6441-6161      e-mail: koho.mail@hakuodo.co.jp

#### ■大規模生活者調査データベース HABIT

生活者の商品に関する使用実態や意識・行動、ブランドの評価、テレビ番組や雑誌などの媒体接触状況、個人属性や生活価値観など、生活者個人の意識や実態を幅広くつかむことのできる、博報堂オリジナルのデータベース。「どのような行動を取っているのか」「どのような意識を持っているのか」の 2 点を知るために、関東・関西合わせて約 7,000 人の調査対象者（パネル）に対して大規模なアンケート調査を 1996 年から年 1 回行っている。パネルの構成は人口構成比に基づき、年齢・性別が偏らないよう考慮されている。

#### ■hakuodo DXD



ブランディングとエンジニアリングの両方の視点を持ち、短期的な広告キャンペーンにとどまらず、中長期的にビジネスやブランドを支える生活者との接点を生み出す専門チーム。システムやデータ基盤の上に、活者視点でオウンド・UX・サービスといった体験価値を実装し、グロースまで支援します。

#### <hakuodo DXD の主な業務>

- ・生活者とダイレクトに繋がる、D2C 事業の立ち上げ（主に飲料／コスメ／トイレタリーなど）
- ・商品差別性や付加価値を、UX やサービスを通じて創出（主に金融や保険や耐久財など）
- ・リテールビジネスにおける、App の本格活用（主に CVS や GMS やドラッグや外食やエンタメなど）
- ・乱立している Web や App などの UX を顧客 ID 起点で再構築（主に複数の UX 接点を持つ大企業）
- ・従業員の業務成果を最大化する、UX サービス開発（主に業務でのデータ活用を加速させたい企業）

## ■Data Science Boutique™

- ・マーケティングスキルと AI・データサイエンススキルを持つ高度専門人材で構成。
- ・複数のスキルを持つ専門人材が一体となってチームを組成し、クライアント企業のマーケティング課題把握・データ分析・戦略立案から AI モデル実装・施策実施までをワンストップでサービス提供。

### <提供サービス例>

「データ分析・戦略パートナー型のサービス」：マーケティングデータ(クライアント企業の 1st Party データやその他アクチュアルデータ、調査データなど)を分析して課題発見・戦略立案・KPI 策定・KPI モニタリングまで提供。

「AI コンサルティング・開発・実装型のサービス」：クライアント企業の課題に応じた AI の設計・開発・実装。