

2025 年 11 月 25 日

電通と電通デジタル、電通ダイレクト、動画コンテンツと AI で “偶発購買”を創出する「偶発購買アーカイブコマース」提供開始 —コンテンツを資産化し AI が最適なタイミングで購買を促進—

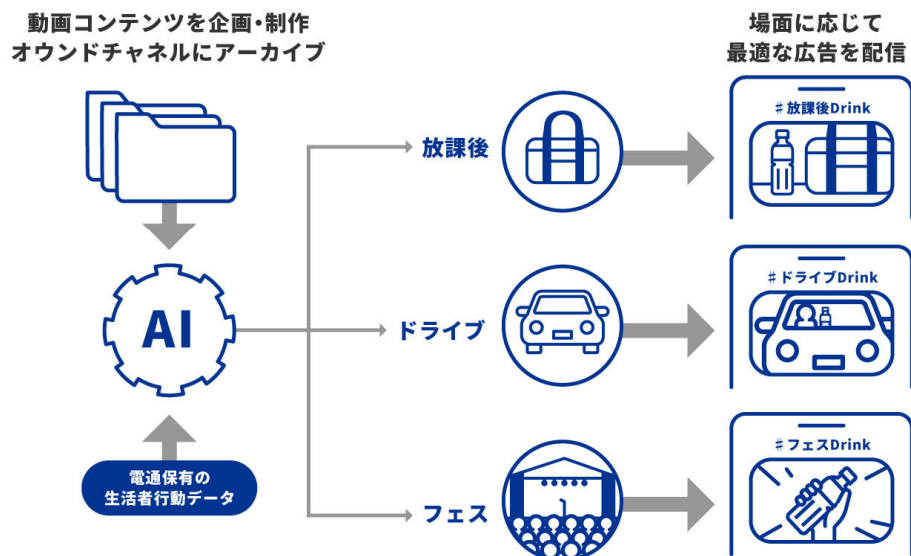
株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑、以下「電通」）、株式会社電通デジタル（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：瀧本 恒、以下「電通デジタル」）、株式会社電通ダイレクト（所在地：東京都港区、代表取締役：近藤 一成）の3社は、企業のオウンドチャンネルにおいて魅力的な動画コンテンツを企画・制作・アーカイブし、AI を活用して、偶然目にした情報による“偶発購買”を意図的に創出する新ソリューション「偶発購買アーカイブコマース」の提供を本日より開始します。

生活者による購買行動は、計画的に調べて買う“計画購買”だけではなく、SNS や動画、店頭などで偶然目にした情報をきっかけとした“偶発購買”によっても行われています。偶発購買の一例であるライブコマースのようなリアルタイム型販売は、視聴者との双方向のやりとりや臨場感によって一時的な盛り上がりを生み出しますが、配信後の持続性に課題があります。「偶発購買アーカイブコマース」は、こうした一過性のアプローチに代わり、アーカイブした動画コンテンツを、購買の“発火点”として機能させることで、商品やサービスの偶発購買を継続的に誘発する新しい仕組みです。コンテンツを資産化することで、長期にわたって商品やサービスの価値を伝えることができます。

「偶発購買アーカイブコマース」では、あらゆる動画プラットフォーム上で多様なフォーマットを活用するなど、偶発購買が起こりやすいよう工夫した動画コンテンツを企画・制作します。また、電通が保有する独自の生活者データと電通デジタルの次世代マーケティング活動支援ソリューションブランド「∞AI®（ムゲンエーアイ）」※を掛け合わせ、視聴データや行動ログを統計的に処理し、個人を特定できない形に加工した上で動画コンテンツの分析を行います。その結果に基づき購買予兆を検出し、切り抜き動画や短尺クリップを自動抽出することで、最適なタイミングでの動画コンテンツ配信・視聴を促進します。

これにより、商品やサービスの情報収集段階にある計画購買層にも、偶発的な購買行動を働きかけます。さらに、生活者の購買関心が高まるタイミングで AI を組み合わせた広告配信も行い、動画コンテンツを顧客との接点を生み出す“働き続ける購買エンジン”として機能させます。このように購買の“発火点”を複層的に設計することで、企業の販売活動を短期・長期の両面から持続的に強化します。

“偶発購買”を創出する「偶発購買アーカイブコマーンス」の仕組み ＜飲料会社の例＞



3社は今後も、クリエイティビティ、データ、テクノロジーを融合した新たな顧客体験の創造を通じ、企業が偶発購買を戦略的に創り出すための新しいコマーンス基盤を提供していきます。

※「∞AI®」について <https://www.dentsudigital.co.jp/services/data-ai/AI/mugen-ai>

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

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 広報室 広報部
河南、内田、長谷川

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 データマーケティング局 グロースコンサルティング 1部
宮前、松見
Email : koho@dentsu.co.jp