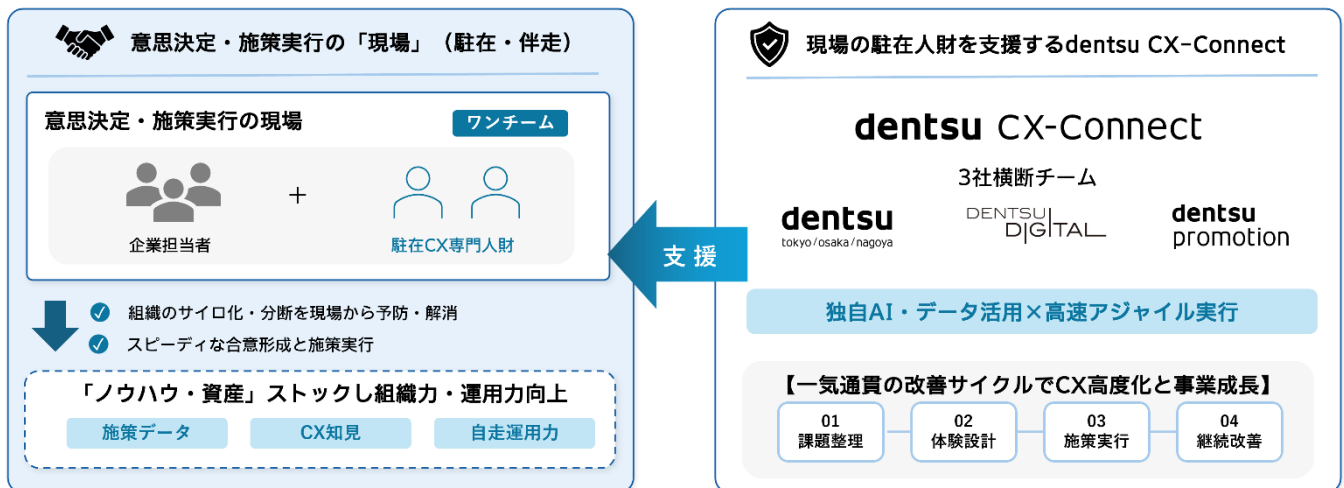


2026 年 8 月 27 日

**AI 時代に求められる企業・団体の CX 高度化を支援する
「dentsu CX-Connect」を駐在・伴走型支援サービスとしてアップデート
－CX 領域の専門人財が意思決定から施策実行まで伴走し、顧客体験価値向上と事業成長の両立を支援－**

株式会社電通プロモーション（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：北原 整、以下「電通プロモーション」）と、株式会社電通、株式会社電通デジタルの3社は、2024年に発足した、社内で分散しがちな顧客体験（CX：カスタマーエクスペリエンス※¹）の施策・ノウハウ・データをつなげるストック型マーケティングチーム「dentsu CX-Connect」※²を、AI時代に求められる企業・団体のCX高度化を支援する駐在・伴走型のCX支援サービスとしてアップデートし、本日より提供を開始します。CXに関する多様な領域に精通する専門人財が、企業・団体の意思決定や施策実行の現場に駐在・伴走することで、潜在的な課題の可視化や、CX高度化を阻む組織内の分断・サイロ化の解消を支援します。また、3社の独自AIソリューションや独自データを活用し、施策実行と改善を迅速かつ継続的に行うことで、ノウハウを企業・団体内に蓄積しながら、顧客体験価値の向上と事業成長の両立を実現します。

<dentsu CX-Connect のサービスイメージ>



近年、生活者が AI を活用して情報収集や購買判断を行う機会が増え、ブランドとの接点から購買に至るまでの意思決定プロセスは大きく変化しています。AI による推奨や検索結果が生活者の選択に影響を与える一方で、生活者自身が納得・共感し、応援したいと思える対象を自ら選び取る行動も広がっています。こうした変化を踏まえ、企業・団体には、AI による情報接点と生活者自身の意味づけの双方を見据えた、より高度な CX 設計が求められています。その実現には、ブランド、CRM（顧客管理）、SNS、データ活用、販促、情報基盤など、多様な領域を横断した計画と実行が必要です。さらに、生活者の反応や市場環境の変化に応じて、施策をスピーディに実行し、軌道修正をしながら改善を続ける運用体制も不可欠です。こうした要件

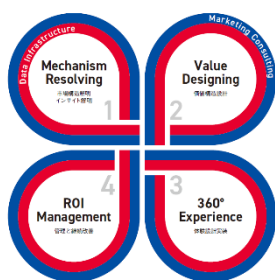
を満たすためには組織横断での連携が求められますが、多くの企業・団体では、顧客接点に関する施策やデータ、ノウハウが部門ごとに分散し、迅速な意思決定や継続的な改善の妨げとなるケースがあります。

3社はこうした課題に対応するため、2024年に「dentsu CX-Connect」を発足させ、企業・団体のCX高度化を支援してきました。今回のアップデートでは、3社の専門人財が企業・団体の意思決定や施策実行の現場に駐在・伴走し、組織や領域を横断した課題整理、体験設計、施策実行、改善を一体的に推進します。具体的には、電通独自の大規模調査データを基に1億人規模の高解像度なペルソナを再現した「People Model」※3などの独自AIソリューションや独自データを活用した施策最適化やCX高度化を推進します。これにより従来の個別最適な取り組みにとどまらず、企業・団体内に知見やノウハウを蓄積しながら、継続的に改善を重ねる組織力・運用力の向上に貢献します。

今後も3社は、AI時代における生活者との関係構築のあり方を進化させ、CX高度化やブランドエンゲージメントの強化を通じて、企業・団体の事業成長に貢献していきます。

- ※1 商品やブランドとのコンタクトポイントで生じる一連の顧客体験（デジタル販促、リアル販促、接客DX、EC、SNS、オウンド、アプリ、リアル体験、バーチャル体験、CRM）
- ※2 2024年6月18日発表：従来分散しがちだったCXの施策・ノウハウ・データをつなげるストック型マーケティング専門チーム「dentsu CX-Connect」発足 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0618-010740.html>
- ※3 電通独自の大規模調査データを、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したAIモデル
2025年5月19日発表：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 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0519-010884.html>

本リリースで言及している「駐在」によるCX支援サービスの提供にあたっては、法令順守の観点から、指揮系統や業務従事者の管理などについて、顧客との契約において厳格に定義することを前提としています。



「dentsu CX-Connect」は、国内電通グループが提唱する、事業グロースのための次世代マーケティングモデル「Marketing For Growth」の4つのプロセスのうち「Mechanism Resolving（市場構造解明・インサイト解明）」「Value Designing（価値構造設計）」「360° Experience（体験設計実装）」「ROI Management（管理と継続改善）」の全てに該当するサービスです。

「Marketing For Growth」については以下リリースをご確認ください。

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0130-010682.html>

＜電通プロモーションについて＞ <https://www.dentsupromotion.co.jp/>

電通プロモーションは、電通プロモーションプラス、電通プロモーションエグゼ、電通リテールマーケティング、電通 tempo の4社統合により、2026年1月1日に発足した、CXM（Customer Experience Management）を軸に顧客体験とビジネス成果をつなぐ統合型プロモーション会社です。顧客体験づくりから売上成果までを一貫して担う「創客力」を強みとし、リアルとデジタルの両域による最適なコミュニケー

ション設計と実行力を通じて、より良い社会の実現と事業成長の両立を目指しています。

<サービス・事業に関するお問い合わせ>

株式会社電通プロモーション
統合プランニング事業部 高見、高荒
MAIL : p-team@group.dentsu.co.jp

<リリースに関するお問い合わせ>

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
電通プロモーション 広報担当：小笠原、代田
MAIL : kouhou@dentsupromotion.co.jp

※お問い合わせはメールにてお願いいたします。