

凸版印刷、脳活動を可視化し消費者インサイトを分析

NeUが開発した脳活動計測機を活用した調査メニューの提供を開始
消費者の直感的な反応を数値化し、企業の商品開発や販売促進を支援

凸版印刷株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:磨 秀晴、以下 凸版印刷)は、1968年に設立された消費行動研究室により、さまざまな調査手法で消費者の潜在意識を把握する委託調査や自主調査を行っています。

このたび、消費行動研究室が提供する調査手法の新たなラインナップとして、消費者の購買行動時の生体反応を分析する脳活動計測技術を活用した調査メニュー(以下、本調査メニュー)を消費財メーカーに向け、2020年3月17日より本格的に提供を開始します。なお、本調査メニューは提供開始に先立ち、複数のメーカーに採用されています。

本調査メニューは、国立大学法人東北大学(宮城県仙台市、総長:大野 英男、以下 東北大学)と株式会社日立ハイテク(本社:東京都港区、代表取締役社長:宮崎 正啓、以下 日立ハイテク)のジョイントベンチャーである株式会社 NeU(ニュー)(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:長谷川 清、以下 NeU)の提供する携帯型脳活動計測装置を活用した、消費者インサイトを分析する調査です。脳血流を計測することで、前頭前野において脳血流反応を示した箇所の活動状況を把握し、数値化することが可能です。これにより、消費者が商品や売り場に対して感じる言葉では表現が難しい直感的な感覚や無意識的な反応を定量化・可視化します。

本調査メニューは、凸版印刷がこれまで提供してきた消費者の購買行動把握のためのインタビュー/アンケート調査と、購買行動時の視線の動きを記録・分析するアイカメラを使った行動視察などの調査メニューとを組み合わせ提供していきます。これにより、商品パッケージやPOPなどの販促ツールが商品選択・購買決定にどう機能しているか、これまでの視線解析の知見に加え、脳活動を可視化することでより深い検証が可能となります。これらの調査により、企業における商品開発や販売促進活動を支援します。



脳血流測定を活用した購買行動分析調査の様子

© Toppan Printing Co. Ltd.



NeUが開発した携帯型脳活動測定装置「HOT-2000」

© NeU Corporation

■ 開発の背景

消費者の店頭購買行動における潜在意識の把握には、従来アンケートやインタビューといった手法で調査が行われてきました。しかし、設問の設定やインタビュー時の環境により得られる回答が本来の意識と乖離することがあり、消費者の潜在意識を定量化・可視化をすることは難しいとされてきました。

凸版印刷では、50年以上にわたるマーケティング・リサーチのノウハウにより、インタビュー/アンケートという手法に加え、アイカメラ調査を活用し、定量・定性の両面から消費者の潜在意識を把握する購買行

動分析調査を行ってきました。この手法に加え、このたび脳科学の知見と計測技術を強みとする NeU の協力のもと、購買行動時の脳血流計測を活用することにより、直感的な感覚や無意識的な反応の定量化・可視化を実現。企業の商品開発や販売促進活動をはじめ、WEB サイトや広告物への接触時の反応などにも応用していきます。

■ 本調査メニューの特長

・脳活動データとさまざまな調査メニューを組み合わせ購買行動を多角的に分析

思考・創造・意思・計画などを司る前頭前野の購買行動時の脳活動を「注目」「思考」の2指標で測定。さらにアイカメラで取得した消費者の視線データとあわせ、何を見てどのような反応を示したのかを解析します。分析結果から、商品パッケージ・販促ツールの効果を検証するだけでなく、凸版印刷の多様なマーケティングソリューションと連携し、消費者の購買意欲を喚起する店頭販促ツールの開発や売り場作りなど店頭ソリューションの提案まで行います。

・脳科学カンパニーNeUの知見を活用

NeUの脳活動の見える化技術(fNIRS*)は、脳の直感的な反応を数値化し、より客観的・定量的な評価を提供しています。NeUが開発した携帯型脳活動計測装置は、微弱な近赤外光を使用しており、赤ちゃんから高齢者まで安全な計測が可能です。また、小型・軽量のため、被験者に負担をかけることなく、実際の店舗内など限りなく日常環境に近い状況での調査を実現します。

*functional near-infrared spectroscopy 機能的近赤外分光法

■ 参考価格

350万円～ ※サンプル数、検証内容により変動

■ 今後の目標

凸版印刷は、本調査メニューを消費財メーカーへ向けて商品開発・販売促進などのマーケティング領域での活用を中心に拡販し、2020年に関連受注含め約15億円の売上を目指します。また今後は、商品の使い心地や商業・公共施設のUD診断などにも活用できるよう開発を推進していきます。

■ 消費行動研究室について

消費行動研究室は、さまざまな情報を多岐に渡る制作物(印刷物、パッケージ、映像、Webサイトなど)で表現してきた凸版印刷のマーケティング・リサーチ部門として1968年に設立。生活者の声を的確に捉えて、多くの業界のクライアントからの委託調査、および自主調査を行っています。

URL:<https://www.toppan.co.jp/biz/mrl/>

■ 株式会社NeUについて

東北大学と日立ハイテクのジョイントベンチャーであるNeUは、長年培った脳計測技術に基づき、これまで数多くの大学・研究機関、大手企業の研究開発を支援してきました。専門的知見に基づいた最適な実験デザインと、自社開発のハードウェアによる信頼性の高い計測&解析データを提供し、客観的評価手法の確立を支援しています。

URL:<https://neu-brains.co.jp/>

* 本ニュースリリースに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

* 本ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。