

News Release

人の感性を見える化し、最適なマーケティングを科学する デザイン解析サービス「EXplainable感性®」を発売開始

～消費者の購買プロセスをデザイン観点で行動経済学・脳科学に基づき評価～

2023年4月13日

コニカミノルタ株式会社（本社：東京都千代田区、社長：大幸 利充、以下 コニカミノルタ）は、最先端の感性脳工学と当社独自の画像処理技術を利用した、購買活動につながる最適なデザイン制作を支援するクラウドサービス「EXplainable感性®（EX感性）」を4月3日に発売開始いたしました。あわせて、本サービスを紹介する特設ウェブサイトもリニューアル公開しました。

<https://explainablekansei.konicaminolta.com/>

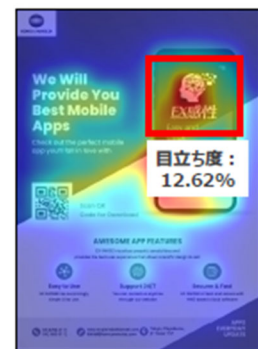
【「EX 感性」によるデザイン分析の特長と活用効果】

「EX 感性」では消費者の購買プロセスを認知・興味・比較・購入の4段階に分解し、購入に至るまでの各段階において、独自の分析メニューによりデザイン上の課題を抽出、評価の上、改善の方向性を提案します。

1. 認知における注目性分析

人が認知する色・輝度・形状の特徴量を計算することでデザインの「注目性」を見える化します。範囲を指定した分析により、その範囲の視認性が全体の中でどの程度あるのかを定量化できます。

たとえば、照明や角度などによる製品パッケージの見え方の変化やニス・箔などの特殊加工効果を確認し、店頭・WEBなどで目立ちやすい最適なデザイン制作が可能です。また、WEB上の画面をスクロールダウンしながらコンテンツへの視線の動きを見える化し、従来のPV以上のデータを直感的にかつ分かりやすい形で伝え、容易な改善をサポートします。



【注目性分析例】

2. 興味における印象・類似度分析

商品を購入する際 84.7%の人が、「色」をもとに判断して購入する※ほど、「色」は興味において非常に重要な要素です。

「EX 感性」の印象分析メニューでは、印象語と配色をマッチしたデータベースからデザインの「印象」を見える化します。デザインが訴求したいコンセプトに合致しているかどうか、あるいはターゲットが好む印象にデザインされているかを確認し、改善を可能とします。

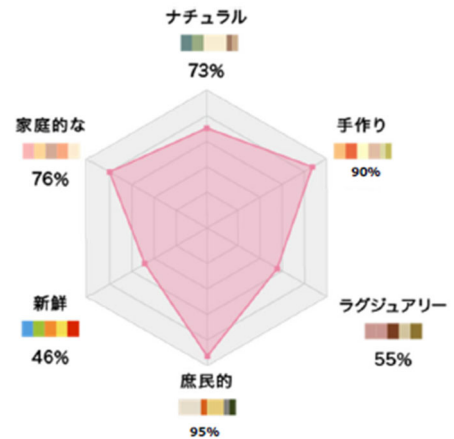
また、類似度分析では、指定した印象語や画像に対する類似度をレーダーチャートの形で見える化し、各印象に対する分析結果が一目で分かりやすくなり、他デザインとの比較も容易とします。



【印象・類似度分析対象】



【印象分析データ例】



【類似度分析データ例】

3.比較におけるポジショニング分析

消費者が商品の購入前に比較する段階において、「EX感性」では、「色」を軸にしたデザインのポジショニングを分析し、見える化します。デザイン改善の方向性の判断材料や、提案・プレゼンのエビデンスとして利用できます。

また、「EX感性」で分析可能なデザイン要素は全て「定量化」して見える化し、分析結果をCSVデータとして出力します。売上・クリック率などの目的変数と組み合わせることで、売れるデザインの要素を特定することが可能です。



【ポジショニング分析対象】

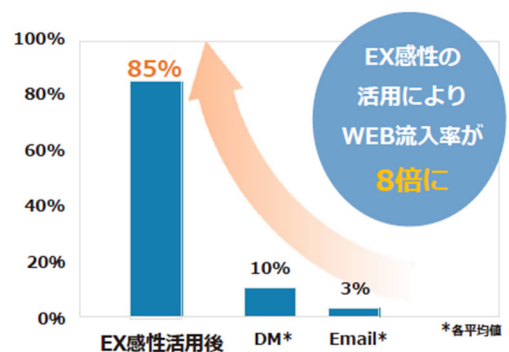


【ポジショニング分析結果例】

【「EX感性」を利用した事例：QRコードアクセス率が8倍に】

全国の生鮮・加工品販売のECサイトを運営する株式会社食文化は、ダイレクトメールで案内したQRコードからWEBサイトへの流入率が10%に留まっており、思うように伸びないという課題を抱えていました。そこでコニカミノルタの「EX感性」により認知プロセスでの注目性を分析し、タイトル文字と絵柄部分をより目立つように改善した結果、流入率が85%と約8倍に増加しました。

「EX感性」の活用によりデザインの視認性・訴求力を定量的に計測、科学的に対策を講じることで、マーケティング施策効果を飛躍的に向上することを可能にしました。



【QRコードからのWEBアクセス率】

コニカミノルタは創業以来150年にわたって、見えないものを見える化し、人々の「みたい」という想いに応え続けてきました。

「EX感性」は、コニカミノルタが創業以来培ってきた画像解析の技術と文科省の研究プログラムや広島大学との産学連携を通じて研究した感性脳工学とを融合し、人の感性を画像解析技術で可視化します。脳科学の認知理論をベースに「見る」という行為を科学的に紐解き、マーケティング活動に係わるあらゆるデザインについて、感性への働きかけを定量的に示し、Explainable（説明可能）にします。

「EX感性」は、ダイレクトメール・パッケージなどの紙媒体、ホームページやSNSなどのWeb媒体、店頭での商品陳列など様々なシーンにおいて、最適化したデザインによる効果的なマーケティング施策の実現を支援いたします。

※引用 : Why All Sale Signs Are Red: The Science of Color in Retail

ソース: Secretariat of the Seoul International Color Expo 2004, CCICOLOR - Institute for Color Research.

【 お客様のお問い合わせ先 】

コニカミノルタ株式会社 <https://cs-kansei.konicaminolta.com/hc/ja/requests/new>

----- 報道関係お問い合わせ先 -----

コニカミノルタ株式会社 広報部

安部 寛 Tel : 080-6831-8742

※安部が不在の場合は 北 (070-3669-8853) へ