



2019年3月8日

報道関係各位

日本電気株式会社
株式会社マクロミル

**NEC とマクロミル、
AI を活用したインサイトマーケティング事業を本格展開
～AI×データ×生体情報で生活者インサイトを発見するサービスを販売～**

日本電気株式会社(本社：東京都港区、代表取締役 執行役員社長 兼 CEO：新野隆、以下 NEC) と株式会社マクロミル(本社：東京都港区、代表執行役社長 グローバル CEO：スコット・アーンスト、以下マクロミル)は、AI や生体情報を活用したインサイトマーケティングサービスを共同開発し、2019年4月から順次提供開始します。今回提供開始するサービスは、生体情報を活用した会場調査サービスと AI を活用した生活者購買を予測するサービスです。2019年1月から先行して提供開始した AI 分析サービス「D-Profile」と合わせてサービス展開していきます。

これらのサービスは、NEC が提供する最先端 AI 技術群「NEC the WISE」(注1)を用いて、マクロミルが保有する多様な生活者起点のデータ(年齢などの属性情報、購買履歴、アクセスログなど)や脳波、視線などの生体情報を分析することで、これまで以上に生活者のニーズを深掘し、新たなインサイトを発見するものです。

これらのサービスの活用により、アンケート調査や会場調査では見いだせない生活者の無意識な反応や行動情報を可視化し、企業は生活者のより深いインサイトをマーケティングや商品開発に活かすことが可能となります。

両社は、生活者データの利活用領域における協業を2018年4月から開始し、先進的な企業に向けたマーケティングソリューションの共同開発を行ってきました。本サービスは、この共同開発の一環によるものです。

なお、dotData(注2)を活用した AI 分析サービス「D-Profile」については、金融、消費財メーカー、マスメディアなどで実施いただいております。

ランニングや商品開発における新たなインサイトを提供しています。

「D-Profile」サービス詳細

URL : <https://www.macromill.com/service/d-profile.html>

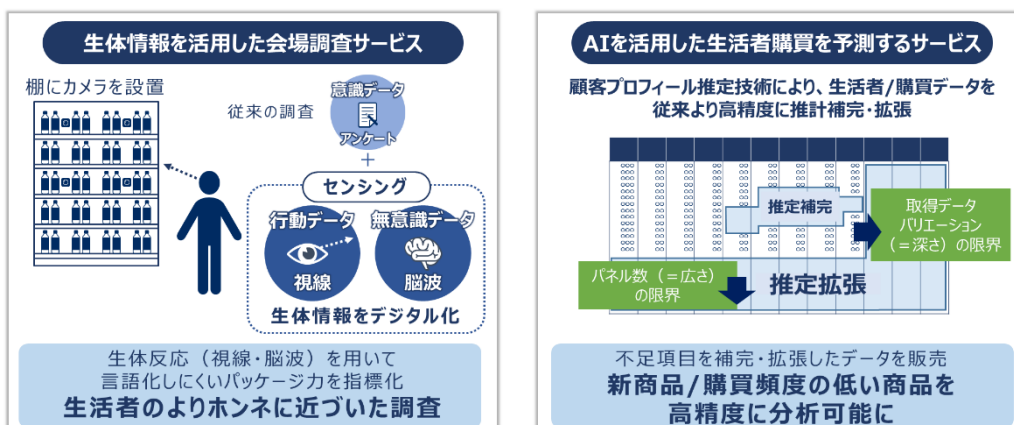
今後両社は、これらのソリューションを活用し、店舗における生活者の購買行動に紐づくインサイトを調査するサービスの共同開発を行っていきます。2019年度中の提供開始を視野に、実証店舗での実証実験などを通じて事業開発を進めています。

両社は本協業を通じ、消費傾向や価値観を反映したマーケティング活動に役立つデータ・分析価値を企業へ提供することで、個々の企業が独自のデータを保有し活用するだけでなく、安全安心なデータ流通を通して様々なデータを融合・活用できる状況をサポートし、個々の生活者にフィットした価値や豊かさを追求・享受できる社会の実現を目指します。

【背景】

近年、生活者の行動が多様化・個別化し、企業にとってより深く、生活者を理解することが重要となってきました。従来は、生活者の性別・年齢などの属性データ、価値観などの意識データ、購買行動データしか得ることができず、生活者理解における限界がありました。また収集コストの問題からその絶対数の増加を望むニーズが各企業で高まっていました。

今回両社が開発したサービスは、調査事業において視線や脳波など生体情報を使ってデータの質を高めるとともに、AIを活用しデータを高精度に拡張し分析に必要な絶対数を確保することで、マーケティング活動に役立つデータとその分析価値を企業へ提供します。



新サービス概要

【新サービスについて】

1. 生体情報を活用した会場調査サービス

マクロミルの実施する CLT(会場調査)において NEC の AI 技術「遠隔視線推定技術」(注3)や株式会社センタン (注4)の「脳波測定技術」(注5)を活用し、生体反応を定量的に測定するサービスです。本調査サービスでは、棚前テストと個別パッケージテストを用意しています。

店頭のパネルを再現した中で新商品を評価する棚前テストでは、従来のような視線測定装置を身体に着用することなく、より自然な状態で調査を実施する事ができます。新商品を評価する個別パッケージテストでは、視線と脳波を組み合わせることで、デザイン要素別にポジティブ・ネガティブのどちらに働くかを示します。これらの調査を合わせて消費者の興味を引く度合いとなるエンゲージ力を視線の推移と心理面の両面で指標化する事が可能です。

なお、本サービスは先行して 2018 年 9 月に実証実験を実施し、従来のアンケート調査では明らかにすることが困難だった、「最初に商品のどこを見たのか」、「どの商品と比較したのか」、さらには「それがネガティブ・ポジティブのどちらに働いたのか」などの商品選択過程における生活者のリアルな反応を把握できることが実証されています。

販売開始時期：2019 年 7 月（予定）

提供サービス内容：

- 棚前テスト
陳列棚での各商品の視認率や視認秒数などの指標を数値化した数表
- 個別パッケージテスト
視線・脳波反応をパッケージデザイン上にヒートマップ表示した画像

2. AI を活用した生活者購買を予測するサービス

NEC の AI 技術「顧客プロフィール推定技術」(注6)でマクロミルの生活者データ(購買データ)の不足項目を補完し、約 10 万人規模(注7)まで拡充したデータを販売するサービスです。新商品や購買頻度の低い商品など購買量が少ない商材の分析や、DMP(データマネジメントプラットフォーム)で自社の保有する複数データと掛け合わせ分析を行うシーンで、購買パネル数が少なく十分に分析できない課題を解決します。購買を起点と

した消費者理解や広告のプランニング、DMP の構築ニーズなどに応えます。

販売開始時期：2019年4月（予定）

提供サービス内容：AI を活用し予測した生活者購買データ一式

以上

(注1)  NEC the WISE

「NEC the WISE」(エヌイーシー ザ ワイズ)は、NEC の最先端 AI 技術群の名称です。
"The WISE"には「賢者たち」という意味があり、複雑化・高度化する社会課題に対し、人と AI が協調しながら高度な叡智で解決していくという想いを込めています。

・プレスリリース 「NEC、AI (人工知能) 技術ブランド「NEC the WISE」を策定」
https://jpn.nec.com/press/201607/20160719_01.html

NEC の AI

<https://jpn.nec.com/ai/>

(注2) dotData :

● NEC の最先端 AI 技術群「NEC the WISE」の1つである「予測分析自動化技術」をカーブアウトしたデータ分析を自動化する分析ソフトウェア。

・プレスリリース 「AI でデータサイエンスの常識を変える NEC、データ分析プロセスを自動化する新会社を米国に設立」(2018年4月26日)

https://jpn.nec.com/press/201804/20180426_01.html

※日本国内においては、NEC が dotData, Inc.から本ソフトウェアの独占販売権を取得し提供

dotData ご紹介ページ

<https://jpn.nec.com/solution/dotdata/>

dotData 社

<https://dotdata.com/>

(注3) 遠隔視線推定技術 :

離れた場所から視線の方向をリアルタイムかつ高精度に検知する技術

参考 URL : https://jpn.nec.com/physicalsecurity/technology/gaze_technology.html

(注4) 株式会社センタン :

マクロミルグループの一員として、脳科学・心理学の知見に基づいたマーケティング・コンサルタントサービスを提供。

所在地 東京都港区、代表取締役社長 田中尊信

(注5) 脳波測定技術 : 脳波などの生体反応をリアルタイムに計測する技術

(注6) 顧客プロフィール推定技術 :

NEC 独自の関係マイニング技術に基づき、基本プロフィールと購買履歴から、顧客一人ひとりの詳細なプロフィールを、高精度かつ全自動で推定する技術。これにより、刻々と変化するライフスタイルへの対応や、見逃していた"個"の真のニーズの素早い発見・施策立案が可能。

参考 URL : http://jpn.nec.com/press/201609/20160902_02.html

(注7) 約 10 万人規模：

マクロミルは現在保有する MHS（約 2 万人）に加え、本サービスで約 8 万人分のデータを推定拡張し、合計約 10 万人規模の購買データを有します。

<本件に関するお客様からのお問い合わせ先>

NEC コーポレートインキュベーション本部

E-Mail : info@mnd.jp.nec.com

マクロミル 事業企画本部

E-Mail : info_support@macromill.com

<本件に関する報道関係からのお問い合わせ先>

NEC コーポレートコミュニケーション部 高木

電話：(03) 3798-6511

E-Mail : press@news.jp.nec.com

マクロミル コミュニケーションデザイン本部 吉村

電話：(03) 6716-0707

E-Mail : press@macromill.com