



KONICA MINOLTA

## News Release

# 購買活動につながる最適なデザインを科学する 「EX感性ソリューション」を今秋発売

～ ヒトの感性への働きかけを脳工学に基づいた画像解析で定量化  
パッケージ・PR資材・商品陳列のデザインへ活用 ～

2022年8月26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を利用して購買活動につながる最適なデザインを追求できるオンラインサービス「EXplainable感性®ソリューション（EX感性ソリューション）」を今秋発売する予定です。この度、本サービスを紹介する特設ウェブサイトを公開いたしました。  
EX感性 <https://www.konicaminolta.com/jp-ja/explainablekansei/>

コニカミノルタは創業以来150年近くにわたって、見えないものを見る化し、人々の「みたい」という想いに応え続けてきました。このDNAをさらに進化させ、デザインを消費者がどう感じるか「みたい」というニーズに応えるために、脳科学を駆使して感性の可視化を研究している文科省/JSTプログラムCOI STREAMの「精神的価値が成長する感性イノベーション拠点」（中核機関 広島大学、2021年度で終了）に参画し、知覚や脳メカニズムの知見を得ることができました。

「EX感性ソリューション」では、感性脳工学に基づくアルゴリズムを採用した画像解析により、パッケージ、ポスター、カタログ、ウェブサイトなどのデザインや、商品の陳列など、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。これにより、消費者の購買行動を予測し、購買活動につながる最適なデザインを追求することができます。



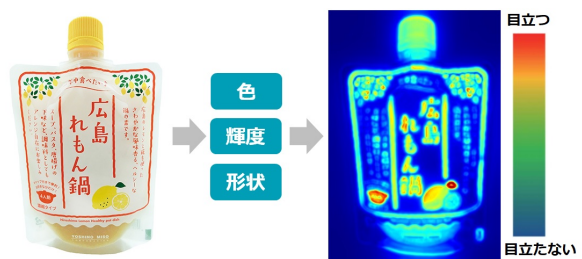
### 【「EX 感性ソリューション」が提供する価値】

#### 1. ヒトがどこに注目するかを知り訴求ポイントを目立たせる

「EX感性ソリューション」では、人間の視覚認知過程をもとにした数理モデルを画像解析に実装し、ヒトがどこに注目するかを「見える化」しました。

デザインの色、輝度、形状の特徴量をもとに、ヒトの注目し易さをヒートマップの形式で表示します。この機能を利用して、訴求したいポイントを目立たせるデザインの改良を行うことができます。

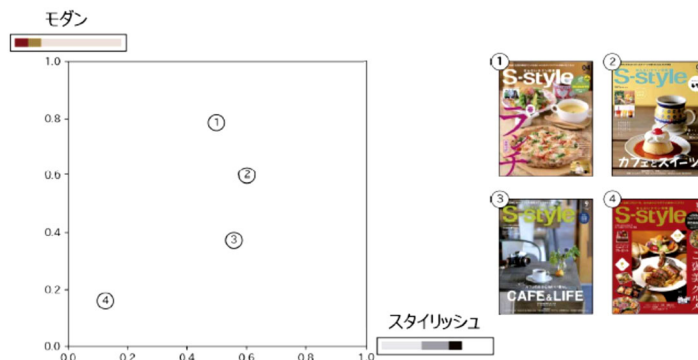
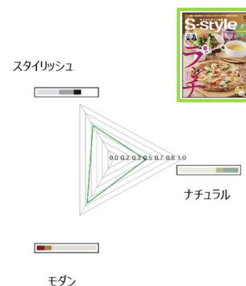
また、抽出した文字について、注目性を数値で表示することも可能です。これにより、文字や背景の色などを変化させて比較しながら、より文字が目立つ改良を行うことができます。



## 2. ヒトがどう感じるかを知りコンセプトに合った配色に

配色が与える印象についての数多くのデータを搭載しており、デザインから受ける印象を自動的に分析してレーダーチャートで表示します。この機能を利用して、ターゲット顧客に届けたい印象や刺さる印象をどの程度与えているか、さらに、コンセプトに合った印象をより強く与えるための配色の修正方法などを知ることができます。

また、配色による印象について、競合するデザインと並行して分析することで、デザインの差別化を定量的な根拠に基づいて行うことが可能になります。

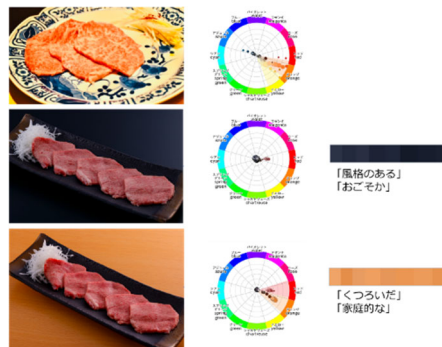


### 【「EX 感性ソリューション」を利用した事例】

#### 1. 飲食店メニュー(web/印刷)改善：予約率が172%に

焼肉店「うしこぞう」では、提供しているブランド牛をより魅力的に伝えるコミュニケーションが必要と考えていました。そこで、「EX感性ソリューション」を利用してwebおよび店内メニューの刷新を行いました。

web用には来店したくなる高級感を訴求するため「風格のある」「おごそか」を想起させる配色に、メニュー用には親近感を持ってもらえるよう「くつろいだ」「家庭的な」印象を与える配色を選びました。その結果、来店予約の172%増の効果を立証し、より効果的なコミュニケーションを確立することができました。



#### 2. 商品タグ解析：印象価格1.9倍を科学的に

ECサイト「型抜き印刷ドットコム」を運営する株式会社エールでは、型抜き印刷による商品タグの効果を検証し、自社の提案力アップにつなげました。

同じカップでも、タグの違いでいくらに見えるかのアンケート調査で一般的なタグだと335円のところ、型抜きタグの場合650円と1.9倍の効果が得られたため、これを感性評価で解析しました。その結果、一般的なタグが明度と彩度が低いために注目されず「単調な印象」であったのに対して、型抜きタグは「モダンな印象」で注目性も高まっていました。

商品タグの効果を科学的に説明できるようになり、同社では顧客に型抜きタグのデザインの改善について確信をもって提案することができるようになりました。

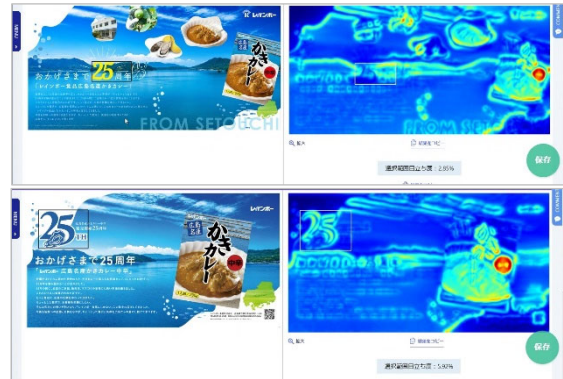
型抜き印刷ドットコム <https://katanuki-insatsu.com>

分析対象	感性評価	
	注目性	印象
一般的なタグ 		単調な印象 
型抜きタグ 		モダンな印象 

### 3.中吊りポスター改善：注目性を3ポイント向上

広島のレインボー食品株式会社（アヲハタグループ企業）では、主力商品である「広島名産かきカレー中辛 発売 25 周年」の電車の中吊りポスターを制作する際に「EX 感性ソリューション」を利用し、訴求ポイントである「25 周年」について注目性を 3.1 ポイント向上させました。

ポスターは、青空と瀬戸内海という全体的に青が背景となるデザインであったため、「25 周年」には補色(反対色)の黄色が使われていましたが、「25 周年」を抽出して注目性を数値で表示したところ 2.85%という数値でした。そこで、注目性評価を行いながらデザイン改善を進め、同系色の青色文字でも表示位置と大きさを調節することで 5.92%と約 3 ポイント注目性を向上できることを確認し、すっきりと洗練されたデザインが完成しました。



これからもコニカミノルタは、お客様の「みたい」というニーズに応えるソリューションを提供することで、人間社会の進化に貢献していきます。

#### 【 お客様のお問い合わせ先 】

コニカミノルタ株式会社

Email : [kansei@konicaminolta.com](mailto:kansei@konicaminolta.com)

----- 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

北 陽子 Tel : 070-3669-8853

※北が不在の場合は安部（080-6831-8742）へ