

研究課題 (テーマ)	生体情報に基づく次世代マーケティング手法の開発		
研究者	所属学科等	職	氏名
代表者	情報システム工学科	教授	唐山英明
分担者	富山県工業技術センター		川堰宣隆
研究結果の概要			
<p>本研究の目的は、ヒトに様々な商品画像を見せ、その際に出現する生体情報を利用した新しいマーケティング (市場調査) 手法の開発を行うことです。従来のマーケティングでは、アンケートを用いて好みの商品やデザインなどの把握を行います。しかしながら、アンケートでは正確な回答が得られない問題もあり得ることから、近年、生体情報を利用するマーケティング手法が注目されています。その中でも、脳情報を解読する手法に関する研究が盛んに行われつつあります。</p> <p>本研究課題では集団の脳波を計測し、これを解析することにより、その集団の注意状態を把握する技術の開発を行いました。特に、商品画像のコンテンツやブランド銘柄などの知名度を把握することを想定し、集団に画像を提示することにより惹起した事象関連電位と呼ばれる脳波を詳細に分析しました。</p> <p>実験では計 20 名以上の被験者に脳波センサを取り付け、脳波を計測しました。この脳波には画像に対する「注意の程度」に関する情報が含まれていると考えられ、その画像コンテンツへの集団の注意の度合を定量化することを試みました。</p> <p>その結果、得られた脳波の波形が集団の注意状態と密接な相関があることが明らかになり、この成果を英文論文誌 (Computer-Generated Emotional Face Retrieval with P300 Signals of Multiple Subjects, Journal of Advanced Computational Intelligence and Intelligent Informatics (JACIII), Vol.20, No.6, pp.902-909, 2016.) に出版しました。今回開発した技術を利用すると、商品画像への集団の注意を把握できるため、あらたなマーケティング手法に応用できると考えられます。</p> <p>一方で、商品画像を見ている際の顔の温度変化を計測するために、今回あらたに導入したサーモグラフィを利用し、2017 年 5 月現在も研究を継続しています。</p>			
今後の展開			
<p>今後は当初の計画をさらに発展させ、実際のブランド銘柄をとまなう画像を用いた実験を行っていきます。今回あらたに導入したサーモグラフィ装置によるデータの分析も追加し、生体情報を市場調査に応用するための技術開発を推進する予定です。</p>			

【留意事項】

- 1 内容は研究途上にあるものや特許に関わるものなどを除き、「公表してよい部分」のみ記載してください。
- 2 できるだけ、専門外の一般者でも理解できるよう、わかりやすく平易な文章で記載してください。
- 3 できるだけA4（ワード様式）1枚で収まるように記載してください。
- 4 様式は、電子データで提出してください。