

生体情報に基づく好意推定手法の開発

Development of Preference Emotional Estimation Method by Physiological Information

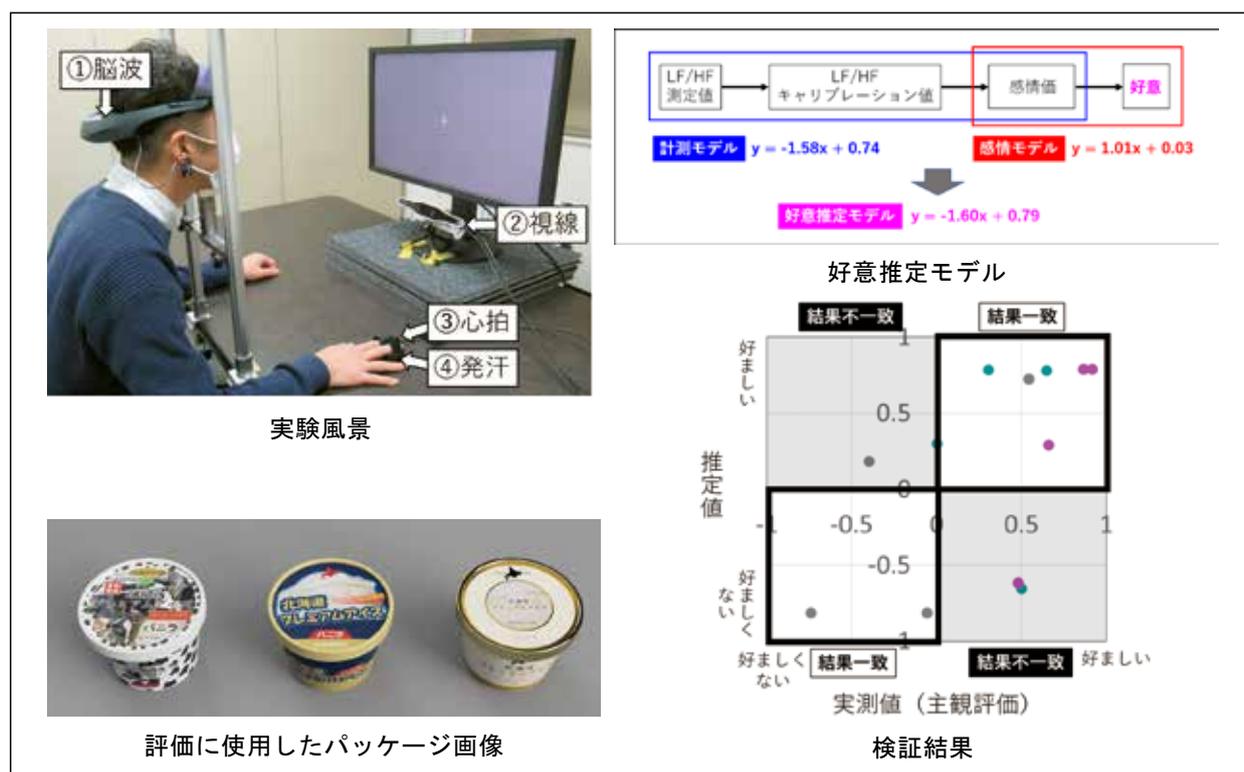
ものづくり支援センター 大久保 京子・安田 星季・神生 直敏
産業システム部 今岡 広一

■研究の背景

パッケージやウェブサイトなどは商品の重要な販促媒体であり、消費者の感性を捉え、好意的に見られるデザインにすることが重要です。これらの視覚媒体に対する感性評価は、アンケートやインタビューが用いられていますが、無意識の感情や言葉に表せない本音などはわからないという課題がありました。そこで、生体情報により消費者の感情や心理を定量化し、マーケティングに活かすニューロマーケティングが近年注目されています。本研究では、視覚媒体のデザイン評価に活用展開することを目指して、生体情報から好意を推定する手法を開発しました。

■研究の要点

1. 生体情報を用いた好意推定モデルの開発
2. 商品パッケージ評価によるモデルの検証



■研究の成果

1. 感情間の相関から作成した感情モデルと生体情報と感情の相関から作成した計測モデルを用い、心拍情報のみで好意を推定できる好意推定モデルを開発しました。
2. 商品パッケージのデザイン評価を行い、計測した心拍情報を用いて好意推定モデルで推定した結果、主観評価と70%程度一致しており、モデルの有効性を検証できました。