

# 感情分析で製品開発を支援

脳の活動を可視化される。「ブレインテック」をマーケティングに生かす動向が現れた。人工知能(AI)開発のSandBox(サンドボックス)は人の脳波を解析し、感情を分析するサービスを手掛ける。従来は、被験者の気遣いから被験者が感じた興味関心を定量化する。例えば、においや音を感じた際に、被験者がどのくらい不快に感じたか、または好感を得たかなどが分かる。自宅で測定できるため、測定にかかる設備や会場費などを抑えら

## サンドボックス、脳波解析



サンドボックスはマーケティング向けに脳波測定サービスを提供する

## 食品・消費財メーカーに提供

及ぶと予測する。8割以上を医療やヘルスケアが占めるが、自動車など医療分野も1兆円近くに達している。調査に高額な費用と手間がかかっていた。大手通信会社などが脳波を活用したサービスを展開する。一方でサンドボックスは、マーケティングに生かすサービスを手掛ける企業は少ないとみられる。同分野で成長が見込める。4月をめぐりAIを活用した視線推定サービスを開始する。脳科学に基づいて人間の視線が注目するメカニズムをAIに学習させた。製品パッケージやテレビCMなどの動画や画像をアップロードすると、明るさや色合い、動きなどをAIが解析し、視線が集まりやすい箇所を提示する。従来の視線推定ではカメラの動きを記録する専用機器が必要だ。正確な分析データの取得には最終的な解析結果を得るまでに1〜2カ月ほどかかることも多い。調査に高額な費用と手間がかかっていた。企業向けにクラウドで提供するSaaS(サービス)型で視線推定サービスを提供し、年間60万円を想定する。価格を抑えることで、これまで視線推定の活用が難しかった小売店などでの利用を見込む。「お客様の目に入りやすい効果的な商品陳列や在庫管理などに生かすことできる」(菊地代表)



視線推定AIは画像や動画から視線が集まりやすい箇所を提示する