

報道各位

2019年（平成31年）2月27日  
株式会社 大広  
総務局広報部

**各種センシングデータを企業のマーケティングに本格活用する時代に向けて**  
**大広のプロジェクト、「気持センシングラボ」にビデオリサーチが参画**

**～ビデオリサーチ「ひと研究所」の生活者データ×バイタルデータ  
で新たな生活者アプローチに挑戦～**

株式会社大広（代表取締役社長：落合 寛司）（以下、大広）は、昨夏発足した、脳波等のセンシングデータを企業のマーケティングに活用する研究プロジェクト「気持センシングラボ」にて、株式会社ビデオリサーチ（代表取締役社長：加藤 譲）（以下、ビデオリサーチ）が参画することが正式に決定しました。なかでも、生活者研究のシンクタンク機能である「ひと研究所」が中心となり、本プロジェクトで収集したセンシングデータに生活者起点を掛け合わせること、更なる価値化を図っていきます。さらに、ひと研究所独自の生活者クラスターである「ひとセグ」を動画制作・配信に活かすことで、コンテンツ価値の向上と第三者調査機関として配信時の判断基準をつくる役割とを担います。

本プロジェクトは、大広がクライアントニーズに応じた動画戦略立案とプロジェクト全体のプロデュースを行い、脳波や視線といったセンシングデータを取得できる次世代分析ツールの「VR Insight™」※1を用い、各種データのセンシングを担当するSOOTH株式会社、保有する動画配信システムの提供、独自トラッキング技術を活用した配信時のユーザー行動分析を担当する株式会社ヒトクセ、新たにビデオリサーチ「ひと研究所」を加え、参画企業の得意領域での知見や機能を活かし、最新テクノロジーを活用しながら、「気持」が生活者の行動にどのような影響を与えるのかを発見していくプロジェクトとなります。そこで得た知見やノウハウをマーケティングに活用することで、企業と生活者との好意的な関係性づくりに貢献することを目指しております。

ビデオリサーチの「ひと研究所」は、多様な生活者のインサイトを深く理解し、企業のマーケティング課題解決を支援することを目的に2012年に設立されたシンクタンクとなります。ビデオリサーチが保有する豊富なデータや他企業が保有するデータと生活者起点の視点を掛け合わせることで研究をしてきました。その中でも本プロジェクトでは、性・年代を問わない、生活者が固有に持つ「考え方のクセ」に着目した「ひとセグ」の情報×選択セグメントの活用を積極的に行っていきます。今回の参画では、従来のアスキングデータにセンシングデータを掛け合わせることで、新たな

「化学反応」を起こすことを目指し、動画コンテンツに対する視聴態度の変化を解析・分析していきます。



## 活動報告

<第一弾 動画での実証実験の実施>

広告主の「概念検証」のフェーズとして、具体的な実証実験を実施済み。動画視聴時の視線、脳波等をセンシングし、無意識下に存在する「気持」の感情データと、アスキングデータ（行動データ）を融合させ、「視聴質」を仮説検証。視聴者にとって、より受容しやすい動画の制作や広告主の目的を達成させるための要素発見へむけたレポート予定。

## 今後の展望

今後は対象を動画以外にも拡大し、様々な広告を通して提供した体験が、その後のユーザー行動にどのように結びついたかをトラッキングし、分析・評価することで、生活者の感情変化に適したコミュニケーション戦略と感情に基づく新たなデジタルマーケティング戦略を立案できるソリューションを開発してまいります。

また、気持センシングラボとして、様々な成果、失敗も含めたプロセスなどの情報発信、そしてセミナーやワークショップ、ワールドカフェなども実施し、直接事業社、生活者との交流を検討中です。

■ 本件に関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

株式会社大広 総務局広報部 長谷川千春

TEL. 03-6364-8601

## <ご参考>

株式会社大広

<https://www.daiko.co.jp>

SOOTH 株式会社

<https://www.sooth.co.jp>

株式会社ヒトクセ

<https://hitokuse.com/>

株式会社ビデオリサーチ

<https://www.videor.co.jp/>

※1 【SOOTH 株式会社「VR Insight™」について】 <https://www.vr-insight.com/>



人の意思決定や行動は、本人でも気づかない深層心理、潜在意識などの無意識に左右されると言われています。VR をビジネス活用するサービスライン「VR Insight™」は、高精度なシミュレーターである VR 体験と生体反応センシングを組み合わせることで、その究明への第一歩を踏み出し

ました。

VR を高精度なシミュレーターとする考え方は、「バーチャルリアリティとは、みかけは現実ではないが、効果としてあるいは実質的には、現実である」という日本バーチャルリアリティ学会の定義に基づいています。また VR を活用する優位性は、「通常のディスプレイと据え置きカメラを組み合わせる場合より、はるかに高精度な視線トラッキングができること」「VR 空間での没入状態では、脳波等のセンシングデータを取得する際に外的なノイズの影響を受けにくいこと」だと考えています。