

News Release

報道関係者各位

連絡先

高梨 寿, コミュニケーションズ

Eメール: hisashi.takanashi@nielsen.com

電話: 03-5798-9353

ファックス: 03-5798-9441

脳神経科学に基づく革新的ニューロ・マーケティング 科学雑誌”New Scientist”の表紙デザインを選定

➤ 科学雑誌出版業界で初、潜在意識に最も強く訴えかける表紙に。

2010年08月26日 - 東京発: ニールセン・カンパニー合同会社(本社: 港区白金台 / 職務執行者 シンディ・シン)は、脳神経科学に基づく最新のマーケティング手法、ニューロ・マーケティング事業の戦略的投資先であるニューロ・フォーカス社(米国カリフォルニア州バークレー)が、科学雑誌”New Scientist”の表紙デザインの選定に、ニューロ・マーケティングを適用したことを発表しました。

ニューロ・フォーカス社は、高解像度脳波センサー(High resolution EEG)及び視標追跡(アイトラッキング)装置を用い、”New Scientist”8月7日号の3つの候補表紙に対する被験者の脳波及び視標追跡を行いました。被験者がどの部分を見た際に、どのように感じているのかを、7つ(注意度、感情的関与度、記憶保持度、総合的脳神経効果、購入意向、新奇度、認知度)の指標で評価します。ニューロ・マーケティングを用いることによって、どの表紙が見込み客の興味を引き、深い潜在意識のレベルで、より強く訴えるのかを特定することが可能となります。出版社はより効果的な表紙デザインの決定に活用することができます。同様にこの技術をブランド、商品、パッケージング、店内マーケティング、広告にも応用して、消費者が脳内で起こす意識下の反応の強さを測ることもできます。

”New Scientist”の副編集長、グラハム・ロートン(Graham Lawton)氏は、次のように述べています。「売店に並べてあるどの雑誌にもいえることですが、販売を伸ばすには、人々の関心を引き、魅了し続けられる表紙を作ることが重要となります。今回の試みで、脳神経学的に他の2つより明らかに際立った表紙を特定することができました。脳神経科学を適用することにより、売店で雑誌売上がどのように変わるのか、とても興味深いです」と述べています。

21世紀のマーケティング・サイエンス

ニューロ・マーケティングは世界中の様々な業界で商品開発、パッケージデザイン、マーケティング活動の改善に役立っており、今日益々多くの企業が導入していますが、雑誌出版社の利用は今回が初めてです。

ニューロ・フォーカス社, 英国マネージング・ディレクター、トム・ノーブル(Thom Noble)は次のように述べています。

「ニューロ・マーケティングの適用範囲は非常に多岐にわたり、私たちは世界中の様々な業種のクライアントと仕事をしていますが、特に今回”New Scientist”と仕事をする機会を得られたことを、とても嬉しく思っています。なぜなら、私たちが行っていることは厳密な科学に基づいており、実用性が高く、実証できる成果を示すことができるからです」

3つの候補表紙デザインは、いずれも好印象でした。しかしながら、総合的脳神経効果から見たとき、選定されたデザインは、感情的関与度のレベルが際立って高く、他に比べて著しい効果の違いが見られました。感情的関与度のレベルが上がると記憶保持度や購入意向も促進されます。

今回、特別な方法で選ばれた表紙とその関連記事は以下サイトでご覧いただけます。

<http://www.newscientist.com/article/mg20727721.300-mindreading-marketers-how-neuromarketing-stormed-the-world.html>

この度、ニューロ・フォーカス社 CEO, Dr. A.K. プラディーブが、最新のマーケティング手法ニューロ・マーケティングの適用方法、事例について紹介した書籍「The Buying Brain」(出版社 Wiley & Sons)を出版致しました。製品開発からパッケージング、店頭マーケティングに至るまで、ニューロ・マーケティングの活用について、最新情報を把握ことができます。以下 Amazon.com にてご購入いただけます。

➤ **書籍 “The Buying Brain - Secrets for Selling to the Subconscious Mind”**

ご購入は以下サイトにて

<http://www.amazon.co.jp/Buying-Brain-Secrets-Selling-Subconscious/dp/0470601779>

当書籍に関する特設サイト (<http://www.buyingbrain.com/>) にて、Dr. A.K. プラディーブからのビデオコメントを御覧いただけます。



ニューロ・フォーカス社について

ニューロ・フォーカス社は、世界トップレベルのニューロマーケティングサービスを提供しており、広告、メッセージング、パッケージ、製品開発などに、人間の脳が、どのような刺激を受け、処理するかといった神経科学をマーケティングの世界に導入させた革新的な企業です。米国カリフォルニア州バークレーに本社を置き、英国、欧州、アジア太平洋地域、南米、中東地域に事業拠点やニューロラボを所有しています。バークレーや MIT、ハーバード、オックスフォード、コロンビア大学やその他有数の専門機関のニューロサイエンスやマーケティング領域におけるノーベル賞受賞者や博士号レベルの人々の専門知識を活用し、独自の事業経営ノウハウとコンサルティングに基づき、クライアントへソリューションを提供しています。クライアントには主要なテレビや映画、自動車、消費財、食品飲料、金融サービス、インターネット、電気通信、薬品、小売、その他多岐にわたる業種の主要な企業が含まれます。ニールセン・カンパニーはニューロ・フォーカス社へ、戦略的に投資を行い、世界でニューロマーケティングサービスを提供しています。詳細は、ホームページ (<http://neurofocus.com/>) をご覧ください。

ニールセン・カンパニーについて

ニールセン・カンパニーは世界最大の情報・メディア企業で、マーケティング及びコンシューマー情報、テレビ等のメディア情報、オンライン情報、モバイル情報を提供しています。また、トレードショーの開催や業界紙を出版しており、各分野でリーダー的地位を確立しています。アメリカ・ニューヨークの本社を拠点とし、世界 100 カ国以上でビジネスを展開しています。詳細は、ホームページ (www.nielsen.com) をご覧ください。