

各 位

会 社 名 株式会社アイリッジ
代 表 者 名 代表取締役社長 小田 健太郎
(東証マザーズ 3917)

「ニューロクリエイティブ&店頭最適化パック」提供開始

本日、当社子会社である株式会社Qoilが下記のプレスリリースを発表しましたので、別紙のとおり、お知らせします。

記

脳波計測に基づく“足を止める”POP制作からIoTカメラによる効果検証まで
「ニューロクリエイティブ&店頭最適化パック」提供開始
～コロナ禍による消費者の店舗滞在時間減少にDXで対応～

以 上

脳波計測に基づく“足を止める”POP制作からIoTカメラによる効果検証まで 「ニューロクリエイティブ&店頭最適化パック」提供開始

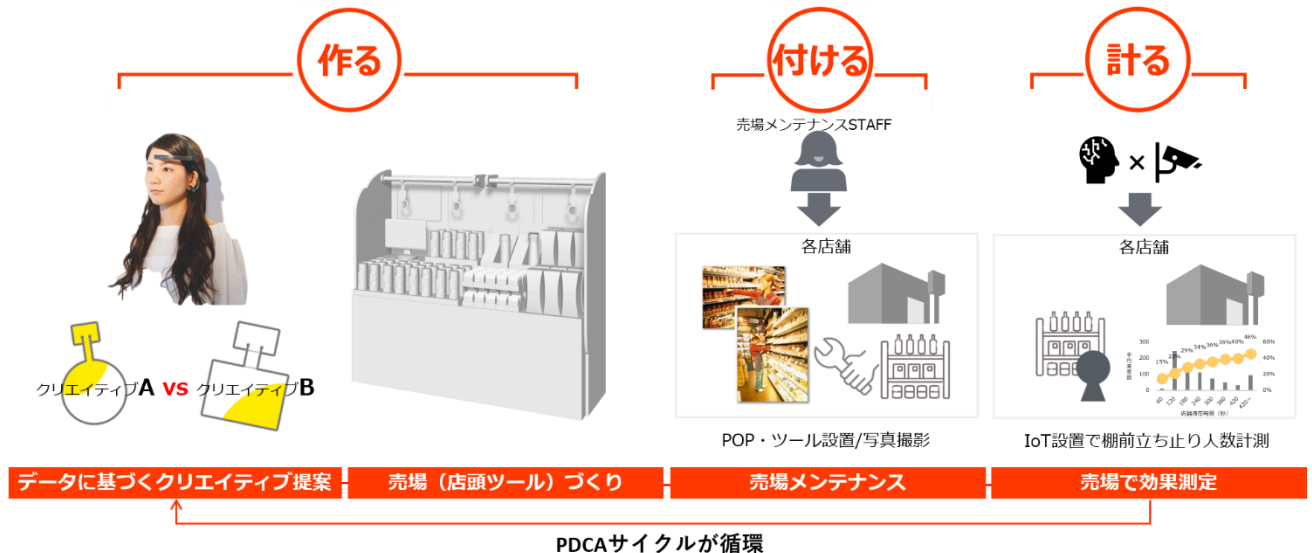
～コロナ禍による消費者の店舗滞在時間減少にDXで対応～

株式会社アイリッジ（本社：東京都港区、代表取締役社長：小田 健太郎、東京証券取引所マザーズ：3917、以下「アイリッジ」）の連結子会社でマーケティングに関するコミュニケーションデザイン事業を展開する株式会社Qoil（本社：東京都目黒区、代表取締役社長：小田 健太郎、以下「Qoil」）は、株式会社電通サイエンスジャム（本社：東京都港区、代表取締役社長：志村 武彦、以下「電通サイエンスジャム」）、株式会社ドウ・ハウス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：小笠原 亨、以下「ドウ・ハウス」）、株式会社Flow Solutions（本社：神奈川県横浜市、CEO：チャド・スチュワート、以下「FLOW」）の協力のもと、脳波計測に基づく“足を止める”POP制作から店頭設置代行、店頭データに基づく効果検証までをワンストップで提供する「ニューロクリエイティブ&店頭最適化パック」を2022年2月3日より提供開始します。



NEURO&VMD

ニューロクリエイティブ&店頭最適化パック 全体像



「ニューロクリエイティブ&店頭最適化パック」提供開始の背景

新型コロナウイルス感染症が続く中、メーカーの新製品プロモーションが難しくなっています。コロナ禍で消費者の店頭滞在時間は減少傾向が続いていること※1、またコロナ禍で利用が拡大しているECについても、2020年時点での物販のEC化は8.08%に過ぎないためです※2。商品を直接手に取って確認できる点でも、「目的買い」商品以外の「ついで買い」ではリアル店舗の果たす役割は大きく、コロナ禍のリアル店舗においては、初見でパッと“足を止めなくなる”店頭POPクリエイティブ（制作物のデザインやコンテンツ）の重要性がますます高まっています。しかし、POPはこれまで担当者の経験則などから感覚的に制作されたまま効果検証も行われなことが多く、さらに、小売の人手不足や業務過多から、そもそも店頭設置率が20%程度に留まるケースもあり、課題となっていました。

「ニューロクリエイティブ&店頭最適化パック」の特長

「ニューロクリエイティブ&店頭最適化パック」は、脳波計測に基づく“足を止める”POP制作から、ラウンダーによる店頭設置代行、店頭IoTカメラのデータに基づく効果検証までをワンストップで提供するサービスです。脳波計測での科学的なクリエイティブ検証には、電通サイエンスジャムの「ニューロアナリティクスソリューション」を活用しています。また、ドウ・ハウスとのパートナーシップによる設置代行では、ラウンダー※3を全国へ派遣の上各個店を巡回し、POPの設置やメンテナンス作業の代行サービスと、設置状況などのレポート提出を行います。設置後はFLOWで計測したPOP前の立ち止まり検知データに基づき、効果検証が可能です。

店頭データ取得においてはプライバシーに配慮した画像認識技術を用いており、POP前で立ち止まった人数・性別・年齢層・立ち止まり時間などのデータの蓄積と効果検証を繰り返していくことで、より精度の高いPOP制作が可能になります。

<従来の店頭プロモーションと「ニューロクリエイティブ&店頭最適化パック」の違い>

	従来の店頭プロモーション	ニューロクリエイティブ &店頭最適化パック	ニューロクリエイティブ &店頭最適化パックのメリット
POP制作	メーカー担当者の経験則や、モニター調査回答者の回答結果など、人の「顕在意識」や感覚に基づきクリエイティブを制作	ターゲットに応じた被験者の脳波計測を伴うA/Bテストを行い、「潜在意識」も含めた科学的に効果の高いクリエイティブを制作	科学的に比較検証をした“足を止める”店頭POPは、販売数量が最大で7倍も増加した実績も（電通サイエンスジャム調べ）
店頭設置	小売側で設置してもらうか、小売ごとのメーカー側営業担当者が一店ずつ巡回して設置	ラウンダーが設置やその後のメンテナンスも代行し、設置レポートも提出	設置率を大きく引き上げ、レポートにより設置の様子も見える化
効果検証	多くのケースで十分に行われてこなかった	プライバシーに配慮した画像認識技術によりPOP前で立ち止まった人数・性別・年齢層・立ち止まり時間などの計測が可能	データの蓄積と効果検証を繰り返していくことで、より精度の高いPOP制作が可能に

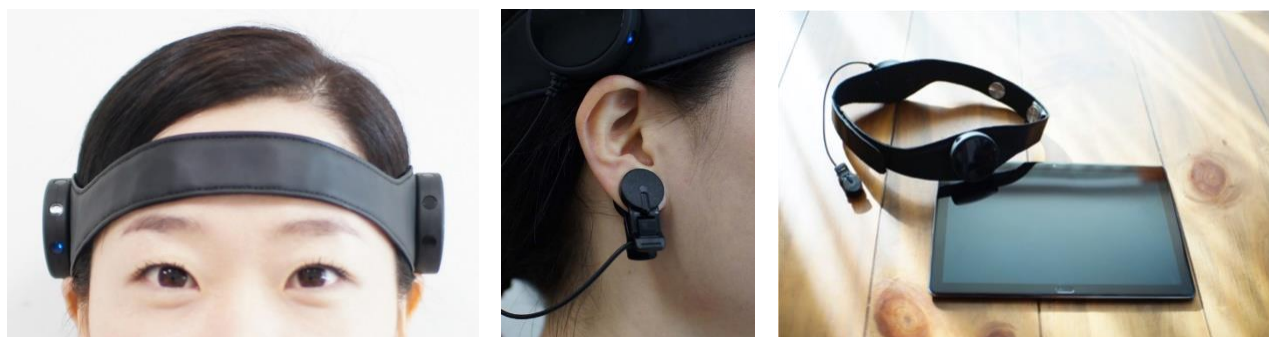
<「ニューロクリエイティブ&店頭最適化パック」の概要>

サービス概要	脳波計測に基づく“足を止める”POP制作から、ラウンダーによる店頭設置代行、店頭IoTカメラデータに基づく効果検証までをワンストップで提供するサービス
提供内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ニューロクリエイティブPOP制作（3回分） ・店頭設置代行（企画設計・訪店準備含む） ・効果検証（3ヶ月分） ※POP制作は、同一年度内であれば異なる3つの商品のプロモーションに利用することもできます
提供開始日	2022年2月3日

今後の展望

コロナ禍でDX（デジタルトランスフォーメーション）が加速し、生活者の行動変容が進む中、リアル店舗においては「体験」や「偶然の出会い」の提供など、リアルにしかできない価値提供がより求められるようになります。Qoilでは、これまで20年以上手掛けてきた店頭プロモーションおよびプロデュースの経験をもとにリアル店舗のマーケティング支援を行い、ウィズ/アフターコロナにおいてますます重要になる、OMO^{※4}を実現するリアル店舗づくりを支援してまいります。

図1：被験者の脳波計測イメージ



<クリエイティブを見る被験者の脳波の動きから、興味度や好き度を判定>
 ※株式会社電通サイエンスジャムのニューロアナリティクスソリューションによる技術提供

図2：ラウンダーによる店頭設置代行イメージ

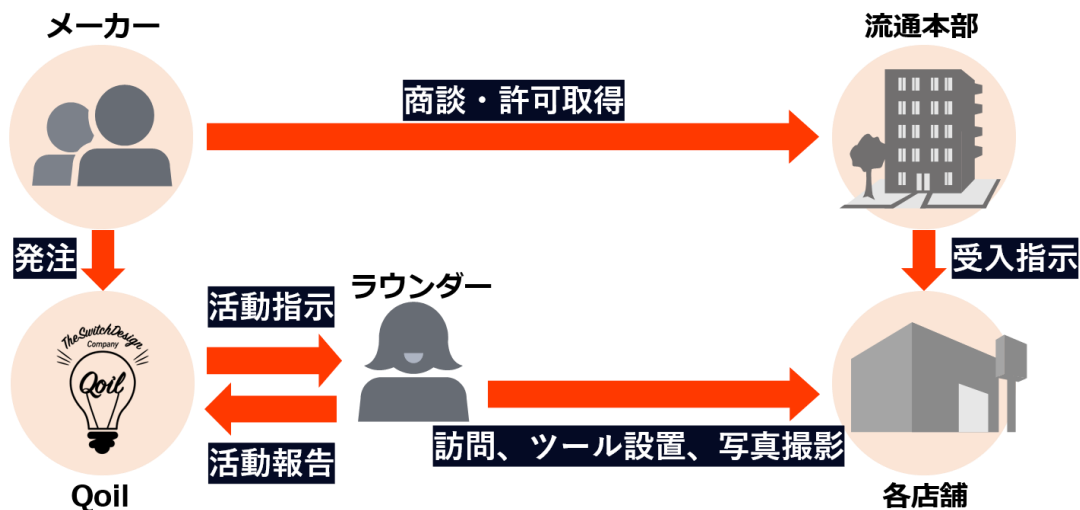
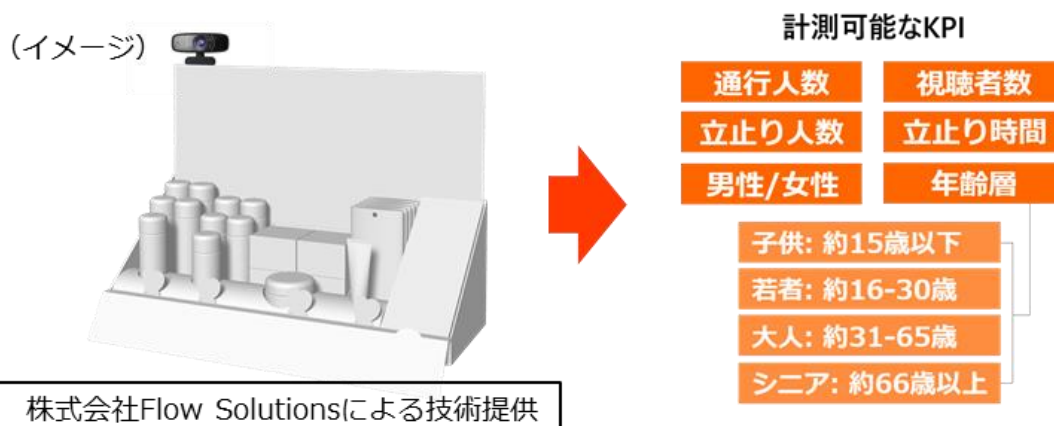


図3：立ち止まり検知データに基づく効果検証イメージ



- ※1) 凸版印刷・ONE COMPATH「電子チラシサービス『Shufoo!』、コロナ禍の買い物意識調査」(2021年12月16日)より
- ※2) 経済産業省「令和2年度産業経済研究委託事業(電子商取引に関する市場調査)」(2021年7月30日)より
- ※3) ラウンダー：メーカー営業担当が補いきれない店舗・企業を巡回してフォローを行うスタッフのこと
- ※4) OMO (Online Merges with Offline)：スマホアプリから店舗へ集客したり、アプリ(オンライン)と店舗(オフライン)の区別をせずあらゆるユーザー体験をデータ化し、そのデータを活用して最適なユーザー体験等を提供する取り組みのこと

株式会社Qoil

株式会社Qoilは、スイッチを作って、おして、人を動かす会社です。お客様の事業・商品・サービスのなりたい未来を実現するために、現状のボトルネックを紐解き、戦略策定から企画立案・実行・改善までご一緒します。オフラインからオンラインまで、双方の利点を活かし融合させたセールスプロモーションを強みとしています。

※株式会社デジタルガレージ マーケティングテクノロジーセグメント ビジネスデザインカンパニーを前身とし、会社分割により2018年6月に株式会社DGマーケティングデザインとして新設、2021年4月、株式会社Qoilへ社名変更。

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

株式会社アイリッジ

株式会社アイリッジは、「Tech Tomorrow：テクノロジーを活用して、わたしたちがつくった新しいサービスで、昨日よりも便利な生活を創る。」という理念のもと、スマートフォンアプリを活用した企業のOMO (Online Merges with Offline) 支援を軸に、リテールテック、フィンテック、MaaS、VUI (音声インターフェース)、業務支援等、幅広い領域でDXを支援しています。OMO支援ではアプリの企画・開発における業界トップクラスの実績に加え、アプリマーケティングにも強みを持ち、データに基づく施策でユーザーを優良顧客へと育成するファン育成プラットフォーム「FANSHIP」を通じて、購買促進やCX改善の支援を行っています。

<https://iridge.jp/>

お問い合わせ先

サービスに関して

株式会社Qoil 担当：岩佐

Email：noriyasu.iwasa@qoil.co.jp TEL：080-9046-7034

報道関係 広報担当

Email：pr@iridge.jp TEL：03-6441-2325