

<参考資料>

2009年8月18日

博報堂

博報堂、潜在意識や深層心理をマーケティングに生かす専門チーム
「Hakuhodo B.B. Buyology(博報堂ブレイン・ブリッジ・バイオロジー)」を発足

博報堂は、認知心理学や脳科学を活用することにより生活者の潜在意識や深層心理にアプローチする専門チーム「Hakuhodo B.B. Buyology」(博報堂ブレイン・ブリッジ・バイオロジー)を、正式に発足いたしましたのでお知らせいたします。

昨今、脳科学の急速な進歩により、脳血流、脳波などの整理指標を手がかりとする“ニューロマーケティング”を実務に活用することが世界的潮流となりつつあります。

以前より博報堂は、商品・サービス・ブランド等に対する言語化されづらい生活者の意識を把握し、役立てていくため、深層心理インタビューの手法を生かしたZMET調査や五感を使ったワークショップ手法など、右脳と左脳を行き来する「ブレイン・ブリッジ・プログラム」を推進してまいりました。

更に、2009年4月、今後、脳科学、認知科学、心理学などを活用した、より専門性の高い領域にも踏み込んだ生活者の深層意識の解明が不可欠と考え、ニューロマーケティング・コンサルティングを専門とする米国ニューヨークのBUYOLOGY Inc. (マーティン・リンストローム会長、ゲーリー・シンガーCEO)と業務提携を行いました。これにより、同社が持つ専門家とのネットワーク、保有する大規模なニューロデータベースを活用することが可能になりました。

上記の提携をきっかけとし、生活者の潜在意識や深層心理をマーケティング活動に本格的に役立てていくための専門チーム「Hakuhodo B.B. Buyology (博報堂ブレイン・ブリッジ・バイオロジー)」を結成しました。本チームは社内クリエイター・リサーチャー・コンサルタント・プロデューサーなど領域の異なる多数のメンバーが参加しており、幅広いサービスを提供することを可能としています。また潜在意識・深層心理領域における知見や技術に習熟し、国内外における各領域の専門家との連携を深めてまいります。

本チームは、製品やデザインの開発、広告・WEBの評価・開発、ブランド戦略立案などのクライアントの様々な課題に対して、発展途上にあるニューロマーケティングの可能性と限界を正しく認識したうえで、倫理面での対応も行い、適切な方法や協力会社を選択してプロジェクトを設計・運用し、応えていくことをミッションとしています。

今後も博報堂は、ニューロマーケティングの知見を生かしながら、クライアントにおける課題解決のためのソリューションサービスを充実させてまいります。

【本チームが活用する技術の一例】

- ✓ EEG (Electro EncephaloGraphy)
電極付キャップによる脳波測定により、脳の表面（大脳皮質）での脳反応を計測します。
テレビCM評価をはじめ、買物行動や製品評価への応用が始まっています。
- ✓ fMRI (functional Magnetic Resonance Imaging)
MRI機器内で、対象者の脳血流を測定し、脳の深部も含めての脳反応を計測します。
ブランドイメージのような、抽象的・概念的な思考に対する仮説検証に役立ちます。
- ✓ アイ・トラッキング調査
視線の動きを追うことで、実際に注目している点を明らかにします。
画面や店頭のレイアウトに役立つほか、脳波調査と組み合わせてCM評価にも貢献します。
- ✓ ZMET (Zaltman Metaphor Elicitation Technique) 調査
人間の認知メカニズム「メタファー」を用いて、深層心理にせまります。
商品やブランドに対するニーズを探り、コンセプトを導く際に役立ちます。
- ✓ レスポンス・レイテンシー調査
回答に要した時間を測定することにより、潜在的な印象や反応を計測します。
アンケート調査の精度をさらに高めることに貢献します。

以 上

本件に関するお問い合わせ

博報堂	広報室	西尾・大野
		TEL 03-6441-6161
		FAX 03-6441-6166