



クリエイティブの印象を可視化するツール 『感性AIアナリティクス』のご紹介とその開発秘話

2025.1.22

感性AI株式会社

代表取締役 CEO 秋山正晴
チーフシステムエンジニア 久保裕貴

会社概要

会社名	感性AI株式会社
所在地	東京都調布市小島町1丁目1-1 UECアライアンスセンター 309
代表	秋山 正晴
設立	2018年5月25日
事業内容	ものづくり分野、ウェルネス分野などにおけるAIサービスの提供・コンサルティングを通じたAI開発
特徴	<ul style="list-style-type: none">京王電鉄と電気通信大学 坂本真樹教授との共同出資により設立、大学発ベンチャーとしても認定坂本研究室の知的財産を商用利用可能

ミッション

感性とAIの融合でHAPPINESSを実感できる社会に



五感で感じた曖昧な感性をAIで定量化

電気通信大学坂本研究室知財に基づくコア技術
感性評価システム「Hapina」

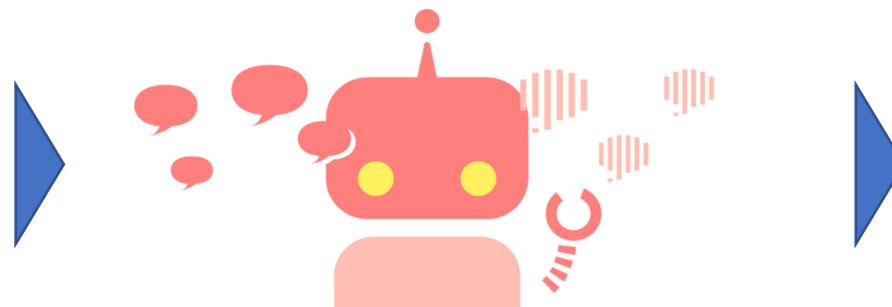


坂本 真樹

感性AI株式会社取締役COO 兼
電気通信大学副学長（広報担当）
電気通信大学大学院情報理工学研究科/
人工知能先端研究センター教授

- 人の感性に結びつく様々な言語情報から、人工知能（AI）によって五感を定量化
- 画像が人へ与える視覚的印象を定量化

- ・テキスト
- ・オノマトペ(擬音語・擬態語)
- ・画像
- ・物性データ
など

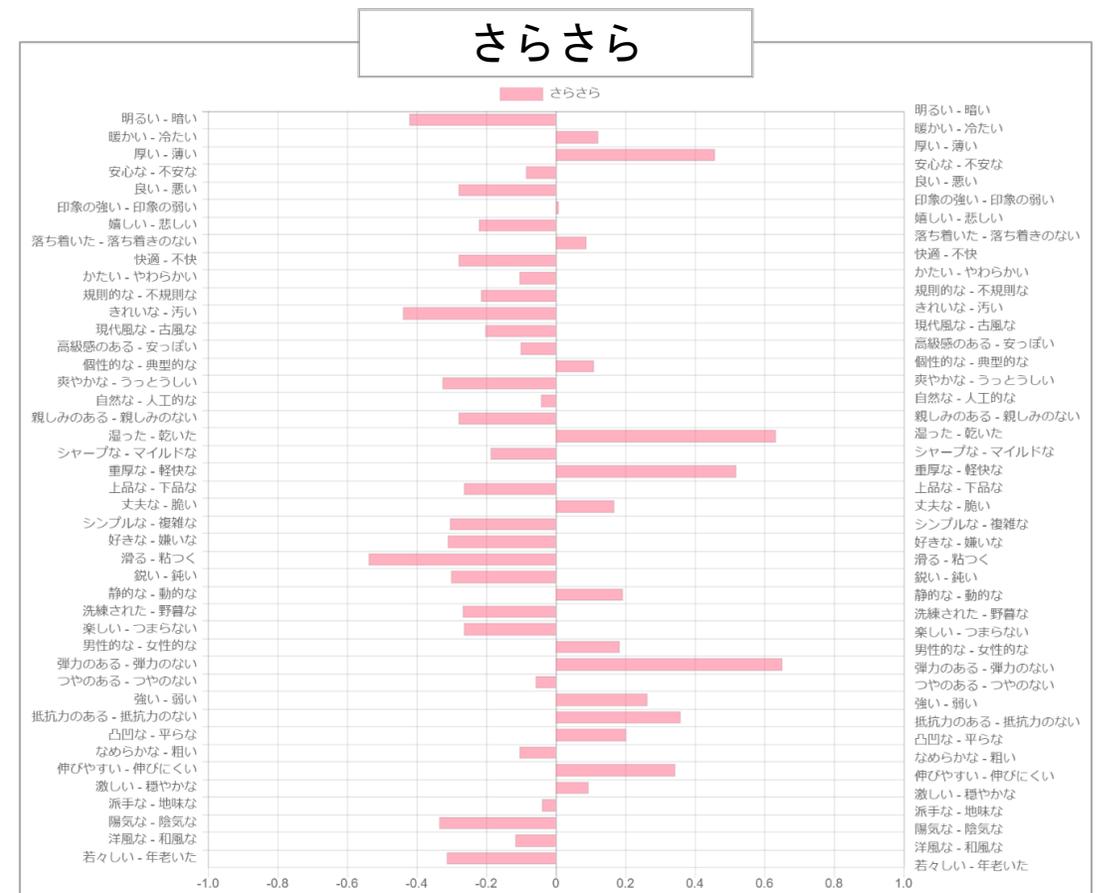
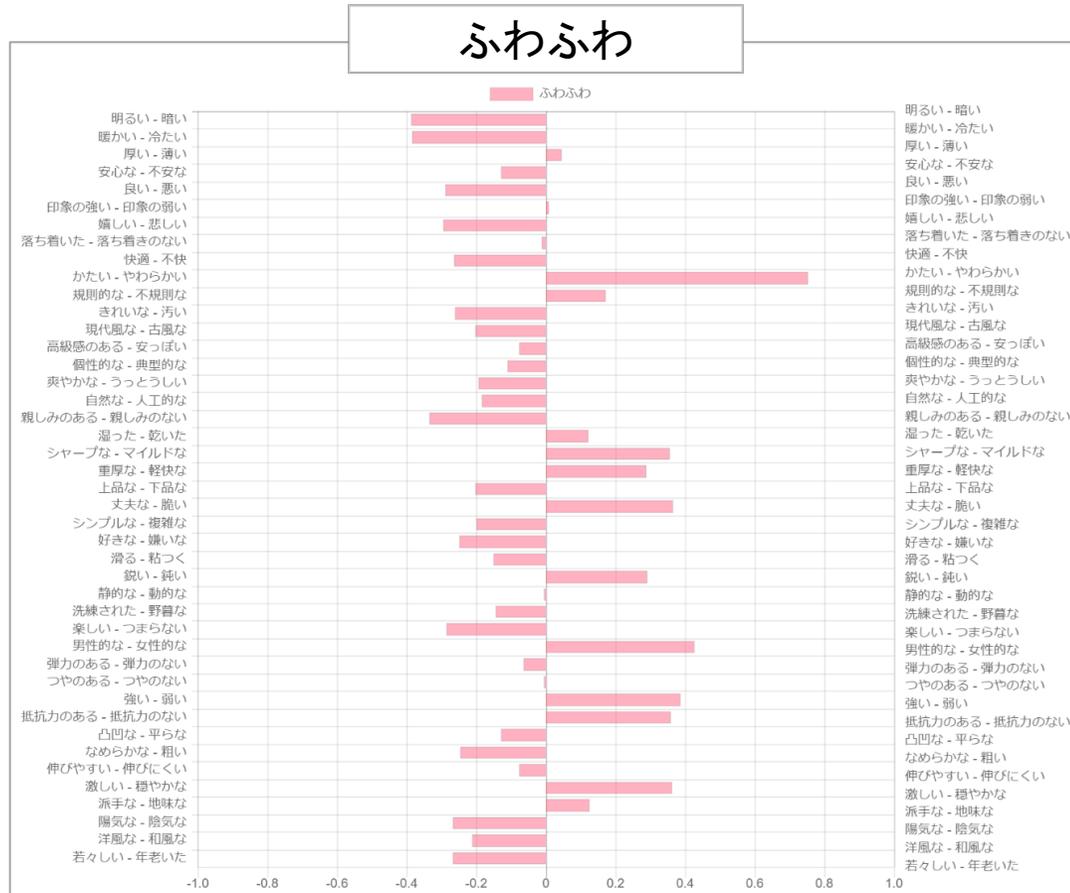


感性評価値



五感の
定量化

【触感の可視化】オノマトペをもとに印象の数値化



官能評価の一手法としてもご利用いただけます

感性に着目する背景

従来の製品やサービスの評価基準・・・ 「機能」「信頼性」「価格」

〈近年の市場環境〉

- 消費者ニーズの多様化
- 消費者の持つ情報量の増大
- 市場変化のスピードが速い
- 価格競争の激化
- 原価・人件費高騰

コモディティ化

顧客ニーズが読みづらい

企画・開発の時間がかけれない

価格転嫁しづらい



価格競争に陥らない**新たな付加価値**が必要

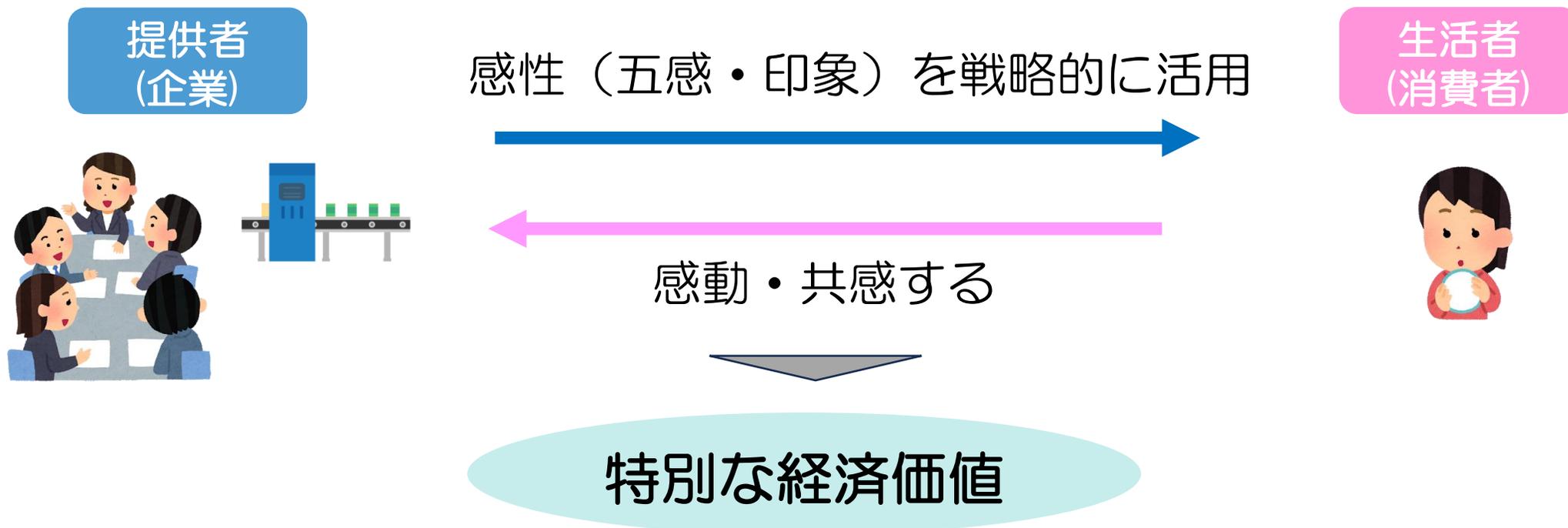
感性価値

感性に着目する背景

「感性価値」とは

生活者の感性に働きかけ、感動や共感を得ることで
顕在化する価値

(2007年 経済産業省「感性価値創造イニシアティブ」)



製品特徴

感性評価でマーケティングを支援

企画時

ポイント① 客観的な指標による説得力

商品の重要な要素であるネーミング、キャッチコピー、パッケージについて、AIが感性情報を分析・可視化

→よりコンセプトに適したプロダクト開発や消費者の感性に働きかける感性価値創造を実現

ポイント② モニター調査の低コスト化

これまで自社やリサーチ会社に依頼して調査・分析していた部分を、サブスクリプションサービスで何度もAIが簡易・瞬時に出力可能に

→感性価値を見える化しながらコスト削減・業務効率化を実現

振り返り

ポイント③ 過去事例の検証

好評だったパッケージや、コンペ等で提出したクリエイティブの評価などの過去事例と感性評価を組み合わせ、注目や公表を集める要素の分析やクライアントの好みの把握できる可能性も

従来の価値軸(機能・品質・価格)を超えた「第四の価値軸」である感性価値をAIにより可視化・創造するための革新的クラウドサービス

製品特徴

感性評価以外のマーケティングお役立ち機能

お役立ち機能① テキストマイニング

- ワードクラウド
- 二文書間比較
- 文書クラスタリング
- 文書要約
- . . . など8つの機能を搭載

⇒アンケートや口コミ分析に活用可能

お役立ち機能② ニュース分析

AIがニュース記事进行分析し、ワードクラウドや1週間のトレンドキーワードなどを表示。

⇒マーケティングの日々の情報収集にお役立ち



週間トレンドキーワード

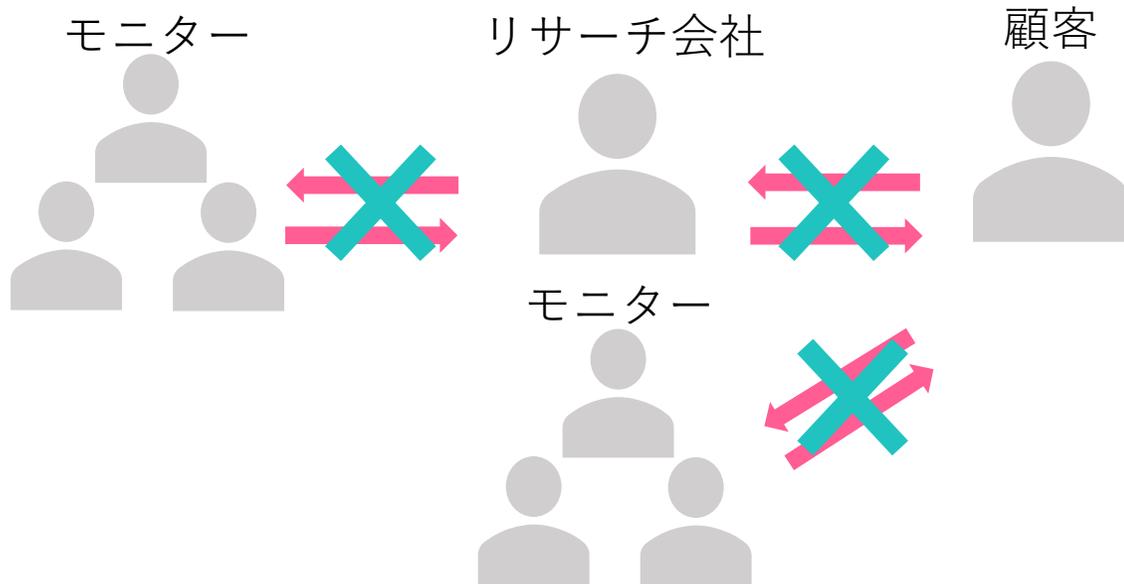
一週間のキーワードを10個ずつ表示します。単語をクリックするとGoogleニュースの検索結果ページに遷移します。

2024年7月23日	2024年7月24日	2024年7月25日	2024年7月26日	2024年7月27日	2024年7月28日	2024年7月29日
ハリス	落下	山形	破壊行為	記録的大雨	阿部詩	加納
小林製薬	ジェット	市立	放火	フェンシング	K2	吉沢
紅	入国禁止	大雨特別警報	TGV	世界遺産登録	阿部一二三	谷川
麴	Zoom	山形県	パトカー	準決勝	パキスタン	恋
小原乃梨子	ビッグモーター	氾濫危険水位	ブラジル政府	開会	ヘリ	虹輝
辛	投資詐欺	半	迫害	平井	滑落	TOMORROWLAND
東海道新幹線	154円	線状降水帯	不適合	角田	1回戦	出資
アマゾン	34年	152円	敦賀原発	共同声明	早田	14歳
聖和学園	法整備	8000円	高速鉄道	永山竜樹	鉄棒	クアッド
30キロ	離陸	記録的大雨	80万人	60キロ	準決勝進出	馬術

製品利用のメリット

コスト効果・商品開発の迅速化

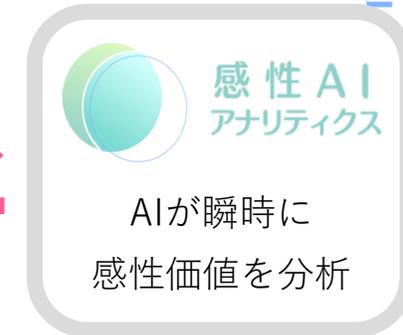
これまで自社やリサーチ会社に依頼して調査・分析していた部分
(ネーミングテスト、コンセプトテスト、デザインテストなどの消費者の反応調査) を
AIが簡易・瞬時に算出し、一定程度代替可能



ターゲット毎の感性分析が可能に

評価したい情報の入力

評価する



※別途初期導入費5万円

通常モニター調査は…

- ・ 半月～1カ月程度の期間
- ・ 数十万～数百万円

マーケティングリサーチコストの削減・業務効率化・推進に貢献

製品利用のメリット

付加価値の創造支援

◆ 機能的価値を超え新たな価値を生み出し競争上の優位性確立を実現

販促・ブランディングにおいて重要な要素であるネーミング、キャッチコピー、パッケージ戦略について、よりコンセプトに適したプロダクト開発や、消費者の感性に働きかけやすい感性価値の創造・改善を支援

◆ ブランディングの確立を理論的に支援

既存データとの組み合わせによって、今までの製品を分析することで注目・購買に繋がる感性評価を検証することで、新たなクリエイティブの際に同様の感性評価を続けていくことでブランディングの確立を理論的に支援

◆ 感性を数値で可視化することによって関係者間でコンセプトやイメージを共有しながらビジネスを拡大していくことが可能に

これまでデザイナーやコピーライターの主観的な判断に頼ってきた顧客の感性に響かせる訴求力向上をAIにより推進

「感性AIアナリティクス」のご紹介 ～ユースケース～

京王電鉄 〈新型車両2000系導入〉

①コンセプト策定

アンケートなど



コンセプト

「もっと、安全に、そして安心して、これからもずっと、のっていただける車両を。
全ての世代に、やさしく、そして、ワクワクしてもらえる車両を」



感性 AI
アナリティクス

「テキストマイニング」
でアンケート分析や単語抽出を活用

②デザイナーによる複数のデザイナー案



③最もコンセプトにマッチする 最終デザイン決定

感性 AI
アナリティクス



「感性AIアナリティクス」のご紹介 ～ユースケース～

生成AIとの組み合わせ

消費者アンケートを学習した特化型AIで分析することにより、生成AIクリエイティブの品質向上へ

情報収集

コンセプトづくり

制作

感性評価

生成AI

アイデア出し

ネーミング・コピー
パッケージ作成

より訴求力の高い
商品開発を実現

感性 AI アナリティクス



ニュース分析



連想語マップ



テキスト
マイニング

商品コンセプト

各社データ

アンケート

クチコミ

SNS

消費者アンケートをもとにした
AI評価モデル



ネーミング
感性評価



キャッチコピー
感性評価



パッケージ
感性評価

商品化へ

さいごに

当社では、「感性AIアナリティクス」に加え、感性とAIを活用した独自技術・ノウハウでお客様のビジネスに即したサポートをさせていただきます。

まずはお気軽にお問い合わせください。

<https://www.kansei-ai.com>

sales@kansei-ai.com

