

マーケティング研究組織 MCEI 東京支部(1969年設立)が新たな挑戦

脳科学・行動科学を応用したロボットのプロモーション実験開始

実験日:5月15日~5月21日、実験場所:シティーマーケットうおまつ本店(茨城県つくば市)

広告付き配膳&案内ロボット「KettyBot」を店内プロモーションに起用。販促に最適な香り放香器搭載。コミュニケーションロボット「OriHime」をパイロット(在宅勤務者、距離・身体的な問題により店頭で働けない方々)が遠隔で操作して接客。更に売れるデザインを感性工学で検証します。

この実験を通して店頭販促の新技术開発と小売業における新たな働き方、販売方法を探求します。

.....本リリースのポイント.....

- 1 長引くコロナ禍や人手不足で実施が中止されていた店頭デモ販促を、脳科学や行動科学を応用した非接触型ロボット「KettyBot」と分身ロボット「OriHime」の2タイプのロボットを活用して、店頭販促実験を行います。
- 2 非接触型ロボット(KettyBot)には、同研究会が5年にわたり研究を重ねてきた、シズル音や映像、香り、POPなど、五感に訴える仕掛けを搭載し、その効果測定を実施。さらに「売れるデザイン」を感性工学で検証します。
- 3 分身ロボット(OriHime)はパイロット(在宅勤務者や、距離・身体的な問題により店頭で働けない方々)が操作。多様性の時代に、小売店頭での「働き方」の新たな可能性を探求します。

.....

—取材をご検討のメディア関係者の方々へ—

取材対応の調整のため、5月14日(日)までにご希望の日時をお知らせください。

(広報窓口:MCEI事務局 高橋 03-6661-1013) みなさまのお越しをお待ちしております。

マーケティング実務家による国際組織、MCEI 東京支部(特定非営利活動法人:東京都中央区 理事長・宮地雅典)では、早稲田大学商学大学院守口剛教授監修のもと、脳科学や行動科学、AI を活用した五感を刺激するマーケティング技術の実践研究「感覚マーケティング実践研究会」を推進して参りました。この度、その一環として、全日食チェーンうおまつ本店様(つくば市)店内で、各種ロボットによる実証実験を行います。

長引くコロナ禍や人手不足で、実施が中止されていた店頭デモ販促を、脳科学や行動科学を応用した非接触型ロボット「KettyBot」(提供:テクノホライゾン 名古屋市南区)と分身ロボット「OriHime」(提供:オリィ研究所 東京都中央区)の2種類のロボットを活用して店頭販促実験を実施します。

非接触型ロボット「KettyBot」にはシズル音や映像、POP、香りなど、五感に訴える仕掛けを搭載し、その効果測定を実施します。映像やPOP類はコニカミノルタ(株)(東京都千代田区)が提供する「EX感性サービス」により、脳科学、AIの科学的な観点から売れるデザインに精度を上げて展開。香りは(株)プロモツール(東京都文京区)が提供するディフューザー「セントPOP」を活用し、販促効果を高めます。分身ロボット「OriHime」はパイロット(在宅勤務者や、距離・身体的な問題により店頭で働けない方々)が操作。オノマトペや方言などの地域性を生かしたコミュニケーションで商品の魅力や機能を紹介します。ダイバーシティ問題を視野に入れながら、小売業の人手不足問題と多様な働き方を望む働き手をつなぐ社会実験として、「働き方」の新たな可能性を探ります。

実施概要:

I 目的

- ① 「感覚マーケティング実践研究会」を通して学んだ知見を活かし店頭コミュニケーションツールを制作。
- ② 感を刺激する店頭ツールとして「非接触ロボット(KettyBot)」、「分身ロボット(OriHime)」を活用。
①で制作したツールを併用し、その店頭販促ツールとしての可能性を探求する。
- ③ ID-POS データにより購入後の購買行動を追跡調査。
- ④ 人手不足問題に悩む「小売業」と多様な働き方を望む「働き手」をつなぐ社会実験として、「働き方」の新たな可能性を探る。

II 内容

- ① 実験店舗 全日食チェーン加盟店シティーマーケット「うおまつ」本店(茨城県つくば市上横場2216-3)
- ② データ比較店舗 (同格の店舗を設定)※実験当日、同価格で対象商品を販売。効果測定の基準とする。
- ③ 実験実施日 5月15日(月)~21日(日)実験、比較実験6月上旬 ※6月下旬振り返り

運営:特定非営利活動法人 MCEI 東京支部、コーディネーター:早稲田大学商学学術院 教授 守口剛氏

実験協賛企業(順不同):カゴメ株式会社、大和製罐株式会社、全日本食品株式会社、全日食チェーンうおまつ本店
(ロードサイド店舗:つくば市)、 コニカミノルタ株式会社、テクノホライズン株式会社、
株式会社オリイ研究所、株式会社プロモツール、株式会社 TVC



写真提供 テクノホライズン

◆KettyBot◆

トレーに商品を乗せ、「香り」「シズル音」「音声」「映像」などを出しながら店内を巡回します。



写真提供 株式会社オリイ研究所

◆OriHime◆

分身ロボットを遠隔操作するパイロット*が、本人の言葉で“オノマトペ”を活用しながら店頭プロモーションを行います。

* リモート勤務者や身体的な問題で外出して働けない方など。



◆EX 感性サービス◆

感性脳工学に基づくアルゴリズムを採用した画像解析により、「ヒトがどこに注目するかを知り訴求ポイントを目立たせる」デザインを見える化できます。

今回は非接触ロボットや店頭陳列での「売れるデザイン」を検証します。

MCEI(Marketing Communications Executives International)とは:

世界13か国16支部で活動・交流を続けている国際マーケティング研究団体です。本部はスイスのジュネーブで、東京支部は1969年に水口健次創設理事長により創設されました。マーケティングを学ぶ国内外の人々を支援する事業を行い、広く門戸を開放しながら生涯学習教育に寄与し、マーケティングを通してさまざまな社会課題を解決し、人々の豊かな暮らしに貢献することを目的として活動しています。会員企業は消費財メーカーやサービス業を中心に約60社。さまざまな専門性を持ったマーケティング実務家が集い、学び、交流するキーパーソンセンターとして、会員各社の知恵と力の結集で新たな価値創出に挑戦する「協創プラットフォーム」を目指しています。

本件に関する問い合わせ先: MCEI 東京支部事務局 〒103-0023 東京都中央区日本橋本町 3-10-3 丸宗ビル 4階
TEL 03-6661-1013 / FAX 03-6661-1012 担当: 高橋 jimukyoku@mceitokyo.org <https://www.mceitokyo.org/>