

報道関係各位

2018年1月24日  
株式会社クロス・マーケティング

## 無意識下での反応速度を測定 「パーセプションR」の提供開始

～脳の反応速度を計ることで、直感的な思考や感情を調査することが可能に～

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区 代表取締役兼CEO 五十嵐 幹 以下当社）は、無意識下での脳の反応速度調査「パーセプションR（Perception R）」をサービス化し、2018年1月より提供を開始します。

近年、生活者の意識や市場環境は変化し、多様性を増しています。商品やサービスを提供する企業は、その状況に対応すべく、生活者のインサイトを抽出するアンケートやインタビューを行い、マーケティングリサーチを進めてきました。しかし、従来手法のアンケートなどでは、意識して設問に回答するため、生活者の潜在意識や瞬間的意識といった“無意識”を読み解くことが困難という課題があることも事実です。

その課題に対し、当社はグルーピングインタビューやデプスインタビューによって生活者の深層心理を明らかにしてきました。生活者の価値観が複雑化している現代において、この“無意識”を明らかにするニーズは、今後ますます高まることが予想されます。

そこで当社では、これまでの“無意識”を明らかにする取り組みをさらに強化すべく、スマートフォンに表示される画像や文字に対して、直感的に判断するまでの脳の反応速度を測定し、その結果を分析することで“無意識”を明らかにできる新サービス「パーセプションR」の提供を1月より開始します。たとえば「好き」という言葉に対して、表示された画像を見て「○」と「×」のどちらかを選択するだけの簡単な調査です。この調査手法は「レスポンス・レイテンシー（反応速度）」<sup>※1</sup>とも言われ、通常意識されない思考や感情に対するノイズの有無を調べる事が可能になります。

本サービスは、この調査手法に、スマートフォンによるWebアンケートの実施手法を取ることで多数のサンプルの回収を実現。また、当社が長年培ってきたマーケティングリサーチによる企画力や調査設計力、分析力を生かし、生活者の“無意識”から得た情報を、課題解決や今後の施策に繋げることができるサービス展開を実現しました。

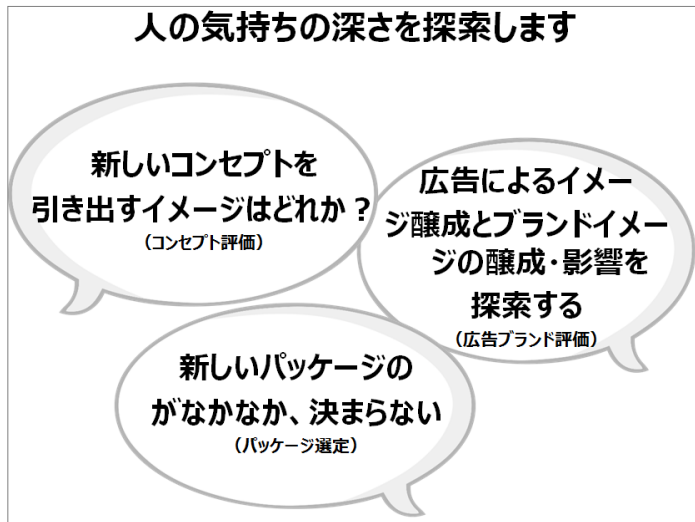
これにより、生活者の潜在意識のなかにひそむ選択基準を読み取ることが可能になり、どのようなイメージが購買の後押しになるのかを捉えられるため、接触機会の多い消費財などといった身近な商品に対するコンセプト開発やパッケージ評価、ブランドイメージの相違などに有用となります。

今後も、当社はさまざまな手法を取り入れながら、お客様のマーケティングパートナーとして、ニーズに適したマーケティングリサーチ、マーケティングソリューションを提供していきます。

※1：ハーバード大学経営大学院名誉教授であるジェラルド・ザルトマン氏が提唱する、回答者の反応速度を計る調査手法

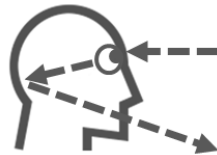
## ■参考イメージ

例えば、広告やロゴのイメージと「信頼」などの情緒的なイメージをパーセプションRを使って調査をすることによって、どのくらいの人があるイメージを持っていて、そのイメージの気持ちの深さを知ることができます。広告がそのブランドイメージにどの程度関連しているかということや、そのイメージがどの程度好意度に影響しているのかなどを測定します。



## 反応時間(レスポンスタイム)で 潜在識下での『気持ちの深さ』を捉えます

1. 画像を見て、0.3秒で脳に
2. 手は、すぐに動き始める
3. 意識は、後を追いかける



テーマに関して、あてはまると思う方の画像を回答者がタップして反応時間を測定する



## 回答画面イメージ



## 【会社概要】

商号：株式会社クロス・マーケティング  
代表者：代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
所在地：東京都新宿区西新宿3丁目20番2号  
設立：2003年4月1日  
主な事業：マーケティングリサーチ事業  
URL：<http://www.cross-m.co.jp/>

<本件に関するお問い合わせ先>

株式会社クロス・マーケティンググループ 広報：東海林（しょうじ）

TEL：03-6859-2252 E-mail：[pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)