

# データサイエンス×脳・心理学による 感性の見える化とビジネス応用

中央大学理工学部は、1949年に発足し、2019年に創立70周年を迎えました。創立当初からの伝統を引き継いだ研究力の高さは国内外に知れ渡っており、現在も110を超える研究室と170名からなるスタッフを擁し、日夜活発な研究・教育活動を行っています。

今回は、4名の講師をお迎えし、消費者の感性の見える化と、これをビジネスに結びつける技術に関する講演をお願いします。日頃より消費者心理の分析やデータサイエンスに高い関心をお持ちの企業の皆様に、また中央大学との産学連携を希望する皆様のビジネスの一助となりますようご案内申し上げます。

## ◆ 講演

### (1) 「消費者の感性を見える化！ 印象評価実験×レビューデータ解析によるアプローチ」

講師：庄司 裕子 氏 中央大学 理工学部 ビジネスデータサイエンス学科 教授

講演概要：消費者が商品やサービスに対してどのような印象を抱き、何を重視して購買に至るのかを明らかにすることは、商品開発上重要です。本講演では、消費者が抱く漠然とした「好み」などの感性的側面を、印象評価実験で測定する手法について解説します。さらに、大規模なオンラインレビューデータを分析して感性キーワードを抽出し、印象評価構造を明らかにする手法を解説します。

### (2) 「企業の感性を見える化！ 実験心理学×サイコメトリクスによるアプローチ」

講師：久徳 康史 氏 中央大学 研究開発機構 機構教授

講演概要：企業が製品やサービスの開発・評価で求める消費者の「感性」や「ブランドイメージ」は、実験心理学や心理測定学（サイコメトリクス）を組み合わせることで数値化し可視化できます。本講演では、質問票で消費者や従業員のブランド評価を測定し、実験と組み合わせて明らかにする手法や事例をお話しします。

### (3) 「社会の感性を見える化！ 特許解析 × SNS データ分析によるトレンドマッピング」

講師：難波 英嗣 氏 中央大学 理工学部 ビジネスデータサイエンス学科 教授

講演概要：特許などの技術文献や SNS の大規模データを横断的に分析し、技術イノベーションや社会の潜在的ニーズを“感性”の視点から可視化する試みが進んでいます。本講演では、大規模言語モデル(LLM)を用いた特許・論文・SNS の解析により、社会の関心や新技術がどのように受容されるかをトレンドマッピングする方法論を紹介いたします。

### (4) 「商品やブランド価値の可視化：新たなニューロマーケティング手法によるアプローチ」

講師：檀 一平太 氏 中央大学 理工学部 人間総合理工学科 教授

講演概要：企業が製品やサービス開発で求める「感性」や「ブランドイメージ」は、ニューロマーケティングの手法によって数値化・可視化が可能です。本講演では、我々が開発した、潜在的な注意を測る新しい視線解析法、CovET (Covert Eye Tracking) や、意味記憶への商品価値の定着を図る意味記憶 n-back タスクなど、最新のニューロマーケティング手法を紹介し、潜在的意識や意味記憶レベルで商品やブランドの価値を評価する新たなアプローチを提案いたします。

## ◆ 交流会

参加者全員による立食形式の懇親・名刺交換会

日 時： 2025年3月4日(火) 13:00~18:20

会 場： 対面式(中央大学 後樂園キャンパス 3号館 14F)

および Webex によるオンライン配信

定 員： 対面式は先着50名

参加費： 無料

主 催： 中央大学 理工学研究所 / りそな中小企業振興財団