

## News Release

### 報道関係者各位

**連絡先:**

高梨 寿, コミュニケーションズ  
Eメール; [hisashi.takanashi@nielsen.com](mailto:hisashi.takanashi@nielsen.com)  
電話; 03-5798-9353  
ファックス; 03-5798-9441

資料は、ニールセン・カンパニー（米国）より発表された報道資料の抄訳です。

#### ニールセン・カンパニー、新たな神経科学の最先端技術をマーケティング手法に応用

2008年2月7日、ニューヨーク及びバークレー発: 世界最大の市場調査会社であるニールセン・カンパニー（米国）は、ニューロフォーカス社との提携を発表しました。ニューロフォーカス社は、脳波の研究成果を広告、番組、メッセージングに応用することを特異とした革新的なマーケティング企業です。この提携により、神経科学の最先端の研究成果を用いた新しいマーケティングでの調査手法や評価指標の開発が可能となります。

また、両社の関係をより強固なものとするため、ニールセンのCEOであるデイビッド・カルフーン（David Calhoun）が、ニューロフォーカス社の取締役役に就任することになりました。

カリフォルニア州バークレーに拠点を置くニューロフォーカス社は、広告、ブランディング、パッケージ、価格、製品デザインなどが、一般消費者に効果的に伝達されているかを脳波、視標追跡、皮膚伝導反応を用いて、マーケティングに応用しています。当技術には、カリフォルニア大学バークレー校、ハーバード大学、及びマサチューセッツ工科大学でのマーケティング、エンジニアリング、神経科学領域の専門知識が活用されており、ミリ秒単位での注意、コンシューマー・エンゲージメント（消費者との絆）や記憶保持の状況を測定することができます。

この度の提携により両社は、消費者向け商品、テレビ、映画、新興メディアで、新技術を用いた製品やサービス、評価指標の拡充で協力していきます。今後、ニールセンでは、消費行動での意識活動を理解するために、ニューロフォーカス社が持つ解析技術を既存のサービスにも組み込んでいく予定です。

ニールセン・カンパニーの執行役員副社長であるスーザン・ホワイティング（Susan Whiting）は、「ニールセンは革新的なサービスをクライアントへ提供することに力を入れており、この度の提携は、ニールセンが科学技術を用いた調査をサービス・ラインナップに組入れる第一歩になる素晴らしい



しい機会と捉えています。この提携により、消費行動の洞察や、消費者自身さえ気づいていない行動の仕組みを解析することができるようになるため、消費行動をさらに深く把握できる新しい調査手段になると考えています」と述べています。

ニューロフォーカス社の CEO である A.K.プラディーブ (A.K. Pradeep) 博士は、「今回の提携により、ニールセン社の世界市場での様々な業界のお客様に、画期的な科学的手法を用いた市場調査サービスを提供できるようになりました。革新的な科学的測定法を用いて、コンシューマー・エンゲージメント (消費者との絆)、コンシューマー・エクスペリエンス (消費者体験) に測定可能な新たな製品やサービスを共同開発できることは、此の上も無いことです」と述べています。

ニューロフォーカス社は、さまざまな刺激に対する脳の直接的な反応を測定するために、脳波記録に関する最新技術を確立しました。調査対象者は、広告やマーケティング資料を目にする際に、1秒に約 2000 回、脳反応を追跡するセンサーが埋め込まれたヘッドギアを装着します。これにより調査対象者が、広告視聴や対話による調査において、メッセージのどんな部分に意識を集中するかを正確に、即座に分析することを可能としました。

さらに、ニューロフォーカスは、視標追跡、電気皮膚反応、その他の生理学的パラメーターを複合的に解析し、脳波分析の価値を増加させる包括的なソリューションを提供します。

## ニールセン・カンパニーについて

ニールセン・カンパニーは世界最大の情報・メディア企業で、市場情報 (ニールセン)、メディア情報 (ニールセン・メディア・リサーチ)、インターネット利用者情報 (ネットレイティングス、バズメトリックス)、携帯電話利用者情報、トレードショー及び業界紙出版 (ビルボード、ハリウッド・リポーター、アドウィーク) 等の各業界で認められたブランドを傘下にもつ企業です。アメリカ・ニューヨークの本社を中心に、世界 100 カ国以上でサービスを提供しています。詳しい情報は、ホームページ (<http://www.jp.nielsen.com>) をご覧ください。

## ニューロフォーカス社について

ニューロフォーカス社は、広告、メッセージング、パッケージ、製品開発などに、人間の脳が、どのような刺激を受け、処理するかといった神経科学をマーケティングの世界に導入させた革新的な企業です。ニューロフォーカス社のクライアントには主要なテレビや映画業界の企業が含まれます。ニューロフォーカス社はパークレーや MIT, ハーバード、ヘブライ大学の研究による神経科学やマーケティング領域での学術的な専門知識を活用しています。

詳しい情報は、ホームページ <http://www.neurofocus.com> をご覧ください。