KONICA MINOLTA

EX感性

EXplainable

売れるデザインを科学する

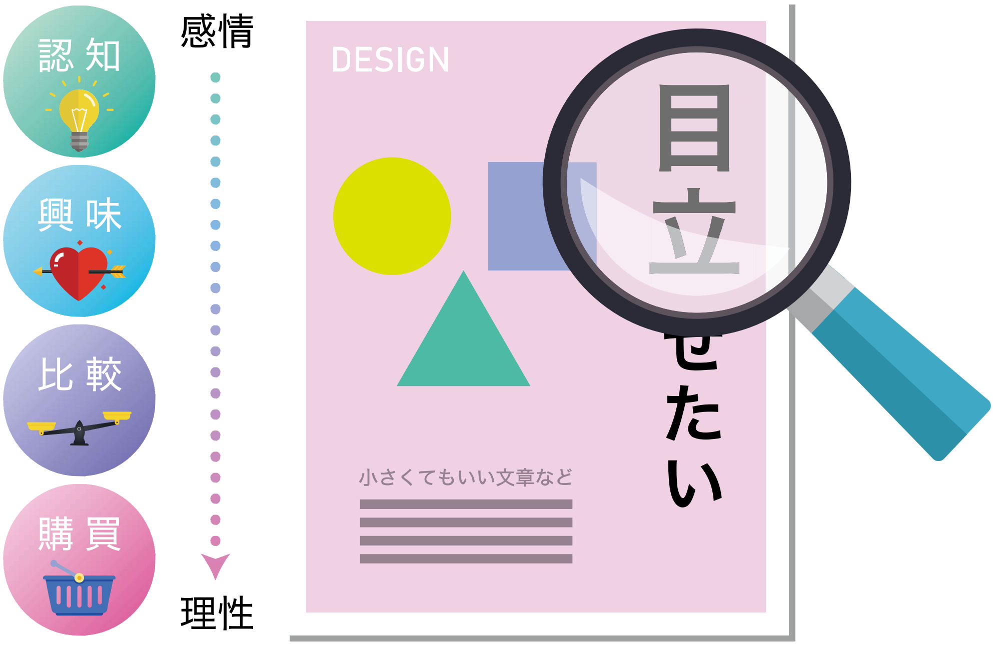
Giving Shape to Ideas

KONICA MINOLTA

Giving Shape to Ideas

売れるデザインを科学する

EX感性
EXplainable



脳科学に基づいてデザインを科学的に評価し 消費者に刺さる売れるデザイン製作を支援します

- 売り場の見せ方最適化
- 自社・市場トレンド調査
- 広告効果の最大化
- 競合との確実な差別化
- 最適なデザイン制作

Giving Shape to Ideas

購買に繋がる要素の見える化

認知

興味

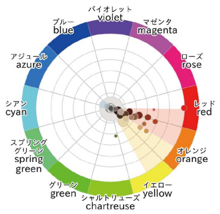
比較

購入

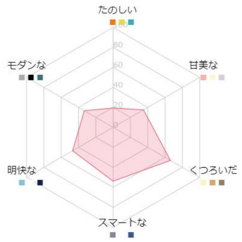
注目性

目立つポイントを定量的に明確化し 訴求ポイントを最適化する

印象＆レイアウト



配色パターン：アナロジー
配色の調和を見える化



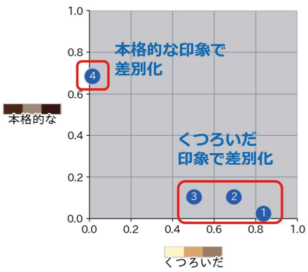
くつろいだ印象：66.2%
配色への印象を見える化

複雑度：1.55（ややにぎやかな）
複雑さの見える化

印象とレイアウトを定量化することで、 ターゲットに好まれるデザインコンセプトに最適化する

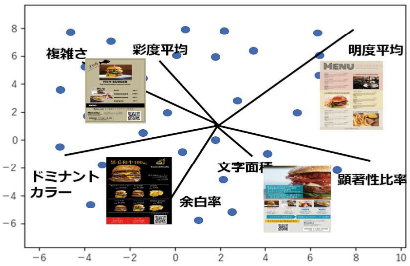
ポジショニング

色情報を用いたポジショニング



色情報から拡張した デザイン要素を用いたポジショニング

※開発中



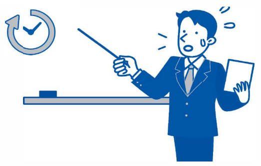
定量化に基づいた競合との確実な差別化ができる

Giving Shape to Ideas

活用シーンとアプリケーション

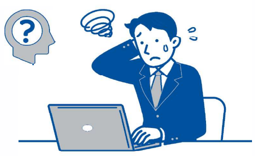
課題を解決

01 デザインコミュニケーション



- 伝達に時間がかかる
- 共通のモノサシが出来ない
- 提案が属人的

02 デザイン決定

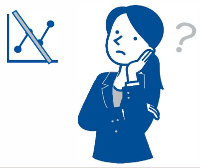


- 決定者への説明に時間がかかる
- 決定者が決め手を考えにくい
- 選定が嗜好的発想に陥りがち

03 売れる要素の明確化

- 購買予測が把握できない
- セールスの要因解析ができない
- 売れる決め手が決定できない

04 競合差別化



- 市場のトレンドがわからない
- 競合との差別店を説明できない
- 他社デザインとの差別化を図れない
- 自社商品のポジションを説明できない

適用できるクリエイティブ素材

紙媒体

最適なデザイン製作

デジタルコンテンツ

広告効果の最大化

売り場

売り場の最適化

すべてのメディアに活用可能

KONICA MINOLTA

Giving Shape to Ideas

DMデザイン改善事例

DMデザインを科学

アンケートにて会員様を分類

BEFORE 大人しく、QRしか目立たないため、直感的に分かり難い。

AFTER 訴求点を強調する。アンケート誘導の右頁に、アンケート対価を設置、期待感を持たせる。

アンケートデザインを改善することで、

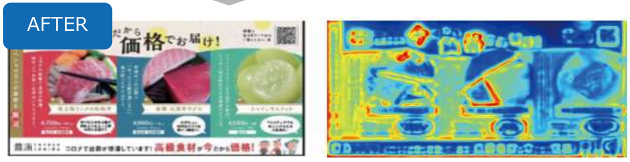
回答率が10%から53%まで増加

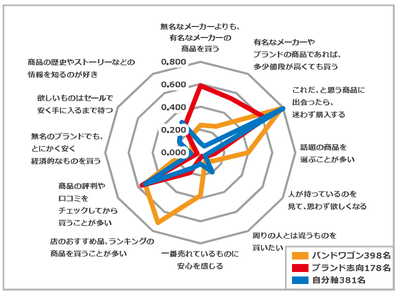
視認性を改善し、顧客タイプ別の改善案を制作

BEFORE

文字・絵の視認性を改善

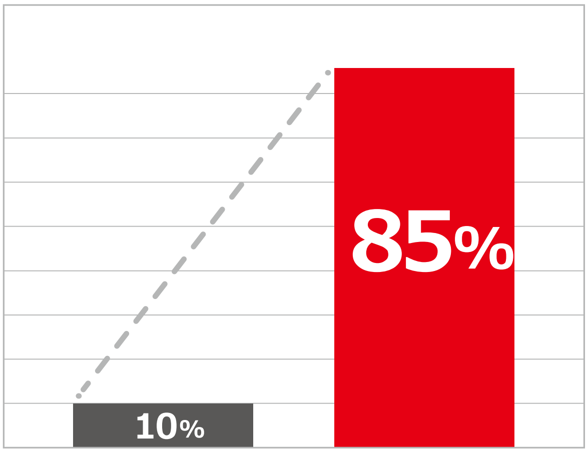
AFTER





文字と絵の注目性を上げることで各ターゲットへの訴求力を改善

DMからのQRコードアクセスを評価



最適なDMを送付することでアクセス率

8倍増加

一般的には10%程度の反応率の所、価値観に寄せることで85%が反応!

KONICA MINOLTA

Giving Shape to Ideas

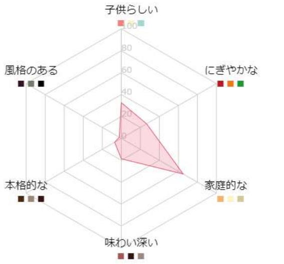
メニューデザイン改善事例

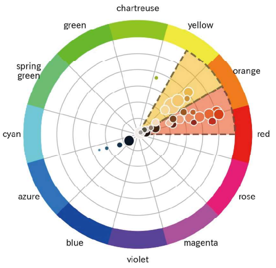
BEFORE

飲食店プラットフォームサイト

メニュー版

メニューデザインの印象

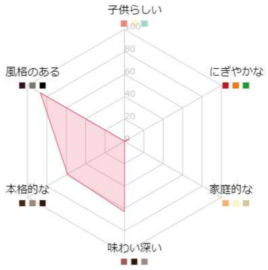


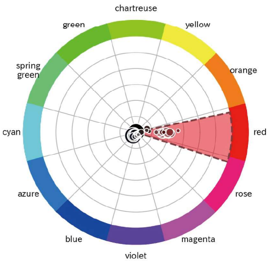


評価結果　焼き肉の高級感が表現出来ておらず、お肉の色味も黄色味が多く、調和していない

AFTER

焼き肉の「高級感」を中心にデザインの印象を改善





評価結果　焼肉の高級感が良く表現できており、ウェブサイトからの予約数が**172%**増加

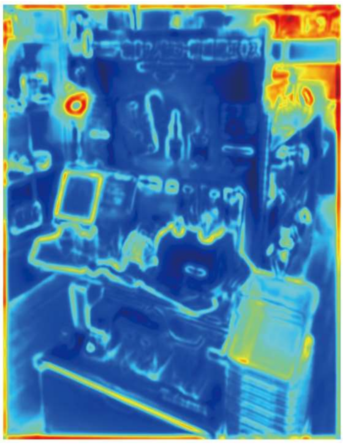
KONICA MINOLTA

Giving Shape to Ideas

売り場の最適化事例

BEFORE

ターゲット商材

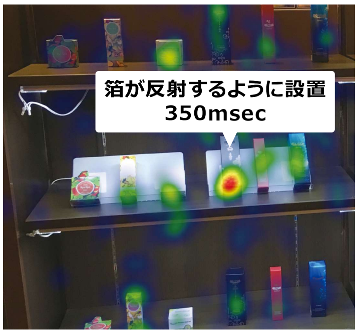


ターゲット商材が
目立たない状態、
手に取る人も
全然いない

陳列配置の変更、JV箔とPOPの提案

AFTER

POP
なし棚



JV箔あり箱は視線の時間が長く
箔による認知UP

POP
あり棚

箔を見た後にPOPで立ち止まり、
手に取る

評価結果 【箔での注意喚起】+【POP等での興味喚起】で高価の化粧品の購買行動につなげる

売り場全体を科学し、
購買行動に繋がるように展示方法・配置・照明を提案

KONICA MINOLTA