



KONICA MINOLTA

News Release

デザイン解析サービス「EXplainable感性[®]」が ロッテの新製品「LATTE MILK」のパッケージデザイン制作に貢献

2025年4月8日

コニカミノルタ株式会社（本社：東京都千代田区、代表執行役社長：大幸 利充、以下 コニカミノルタ）の提供するデザイン解析サービス「EXplainable感性[®]（EX感性）」は、株式会社ロッテ（本社：東京都新宿区、代表取締役社長執行役員：中島 英樹、以下 ロッテ）が4月15日より発売するチョコレートの新製品「LATTE MILK」のパッケージデザイン制作段階で活用されました。

「EX感性」は、感性脳工学とコニカミノルタ独自の画像解析を融合した技術により、デザインに対する人の感性を見える化し、定量的に解析するオンラインサービスです。パッケージ・販促物など紙媒体のデザイン、店舗・展示会などの空間デザイン、Webや動画媒体などのコンテンツデザインといったさまざまなデザインを購買活動につながるよう最適化します。

ロッテでは、2024年に商品企画・マーケティング・販売企画で科学的・定量的な指標を取り入れることを目的に「EX感性」を導入し、デザイン検討段階での課題解決に活用しています。

例えば新製品のパッケージデザイン検討では、製品の特長と消費者のニーズとが合致するポイントを探るために、過去に蓄積した知見の応用に加えて、新しい手段を講じたいという課題がありました。

そこで新製品「LATTE MILK」のパッケージデザイン制作段階において、「EX感性」による分析手法の一つである「注目度分析」を活用し、複数の候補案の中から科学的に優位性のあるものに絞り込み、最終決定に至るまでの判断基準としました。

「EX感性」は、ロッテのデザイン検討段階における意思決定の納得性向上とプロセス効率化や時間短縮に貢献するとともに、一般生活者が店頭で初めて目にする新製品の特性をより容易に認識できるデザイン案を抽出することで、興味を喚起し手に取りやすいパッケージデザインを作りあげることに寄与しました。



最終的に決定された製品パッケージ



「EX感性」の注目度分析：人が認識するデザインの特性を計算し、「注目度」をヒートマップで可視化

生成AIなどの活用により、デザインのアイデアを今まで以上に多く作成することが可能となった今、それらをいかに評価し最終決定するかは、多くの企業や組織の課題となっています。特にデザイン領域では、その評価手法がブラックボックスとなりがちです。

「EX感性」は、製品がより多く売れるためのデザインを説明可能な評価として明示できることが特長です。デザインのエッセンスが数理モデルに基づいて定量化されるので、各デザイン要素の根拠を納得性高く表現することができます。すでに消費財メーカー、印刷会社、デザイン会社など数百社以上に導入実績があります。

コニカミノルタは、事業を通じて「働きがい向上および企業活性化」などの5つのマテリアリティ(重要課題)に取り組んでいます。これからも独自の技術やノウハウを応用したサービスの提供により、働く人々の生産性を高め、創造的な時間を創出し、個々が輝ける環境の整備を目指します。

EX感性 Webサイト：<https://explainablekansei.konicaminolta.com/>

----- 報道関係お問い合わせ先 -----

コニカミノルタ株式会社 広報部

担当：安部 寛 080-6831-8742

※安部が不在の場合は以下へお問い合わせください。

<https://enq.konicaminolta.com/n/form/yjlb/ZFGUfDCeQTkMPHLL-48BH>