

Eye Tracking Research

Marketing Service

< 自動車編 >

アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

< E T R の活用事例 >

什器・売場開発

商品開発（パッケージ開発・クリニック調査）

店頭プロモーション効果検証（POP・各種施策）

メディアのクリエイティブ評価

アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

< E T R の活用事例 >

商品開発（パッケージ開発・クリニック調査）

店頭で注視されている箇所・情報は何か？

試作段階における視認性の高い箇所のチェック

(デザイン面で注力すべき箇所 / そうでない箇所の判別)



1/1スケールのクルマで検証

アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

- 被験者:20代男性社会人(身長180cm)
- 設定条件:クルマの購入を検討しており、パンフレット等の情報収集をした上で、ディーラーに実車を見に来たという設定で、屋外にとめてあるクルマを好きなように見てもらう。
クルマの後ろから見始めるという設定

《実施状況》



スタート位置

アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

《クルマ全景》

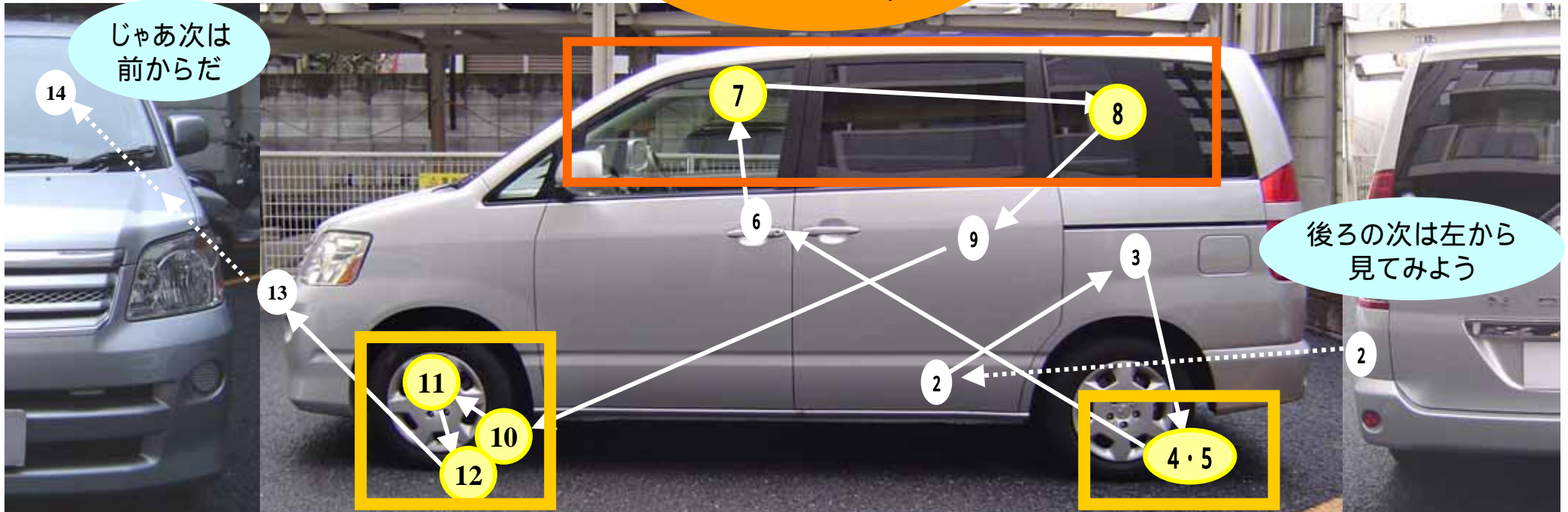
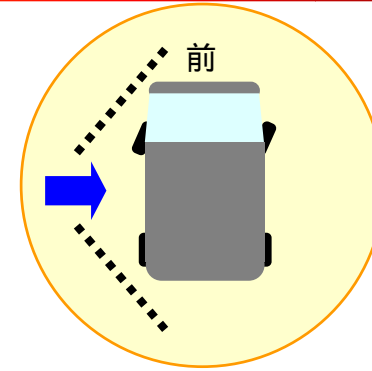


見始めた
方向

アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

視線の動きと、意識をマッチングすると……

<例:左から見たとき>



側面の感じはどうか？
窓は広めだな。

じゃあ次は
前からだ

後ろの次は左から
見てみよう

そういえばホイールは？
残念！アルミじゃなくて
カバーしてるだけだ

足回りをチェック！
どんなタイヤはいてるのかな？

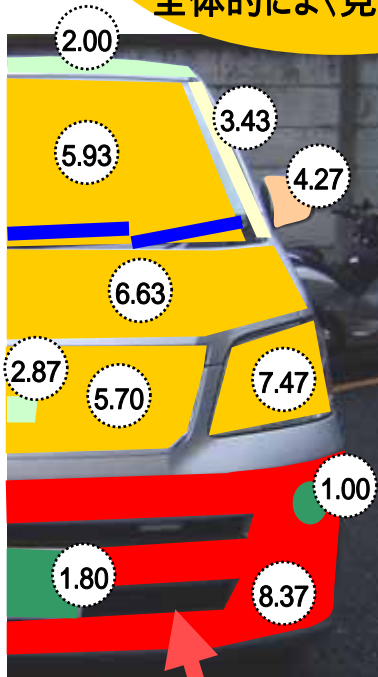
1秒ごとの視線の動き

アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

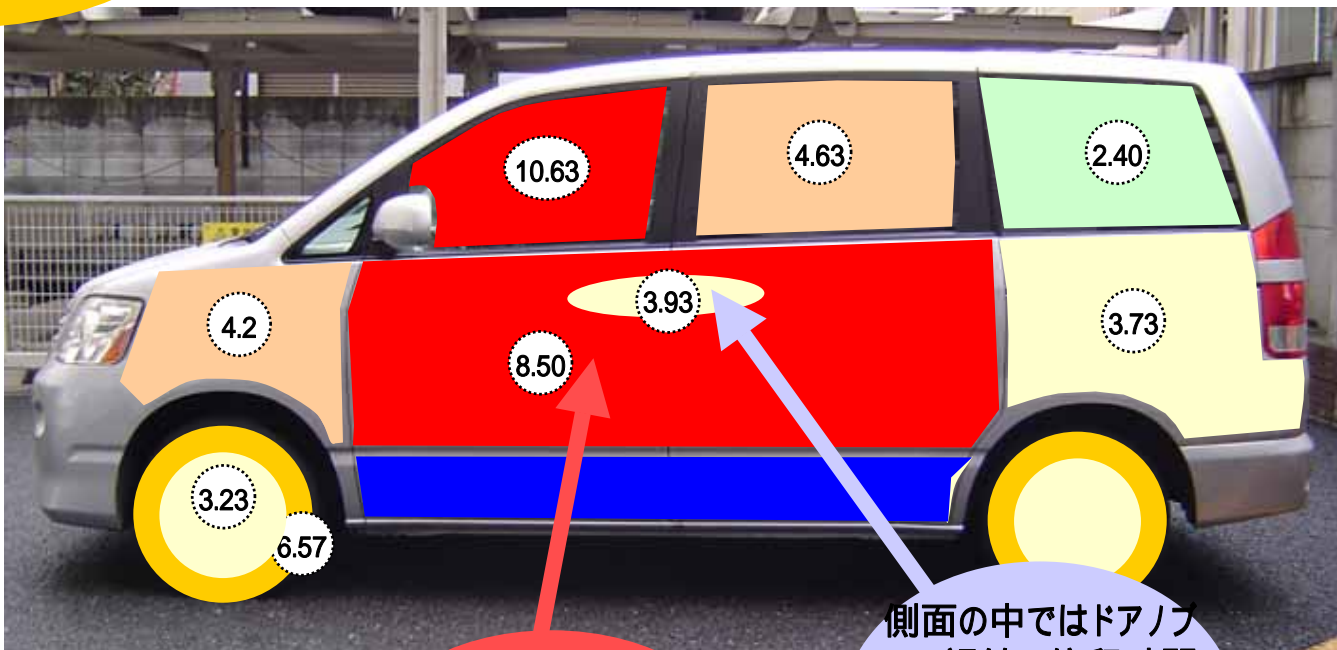
視線の留まった時間で色分けし、意識をマッチングさせると・・・

8秒以上
5～8秒
4～5秒
3～4秒
2～3秒
1～2秒
1秒未満

クルマも人の顔と同じ、
正面は注目率が高い！！
バランスを重視するため、
全体的によく見られている



バンパーに奥行きがない！
のっぺりしてるような
感じで気になった
8.37秒注目



スライドドアの形状が
気になって
視線が自然と注目
8.50秒注目

側面の中ではドアノブ
への視線の停留時間
は短め。デザイン面より
機能面を重視。
3.93秒注目

後ろに特徴を
感じなかったため、
全体的に注目
されていない

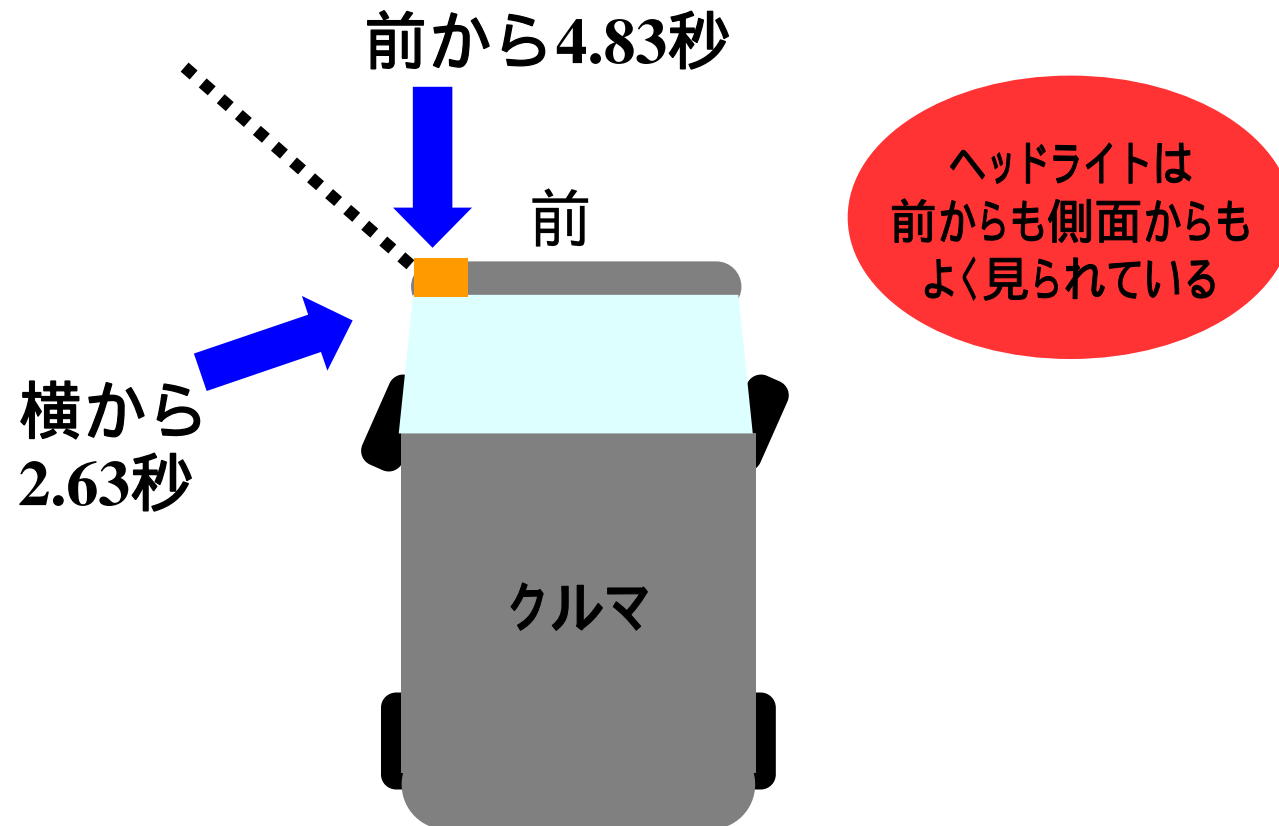


視線の留まった時間は全て
1 / 30秒単位以上で算出。

アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

視線の留まった時間を「見た方向別」でも算出・・・

パーツ	総停留秒数	見た方向		
		前	横	後
ヘッドライト	7.47	4.83	2.63	-



アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

< 調査結果からの分析例 >

商品開発（パッケージ開発・クリニック調査）

フロントは様々なパーツが注視されており、パーツ個々ではなく全体のバランスが重視されるようだ

バンパーなど形状に不満があるパーツがよく見られている

ヘッドライトのデザインは、前からだけでなく側面からの視点も重要

クルマや家電だけでなく、
商品パッケージの開発場面でも有用

アイトラッキングリサーチのご紹介(飲料ベンダー編)

アイトラッキングリサーチを用いた 多様な検証データの蓄積

購買時のマインド設定 (目的 / 気分 etc.)
購買時の条件設定 (計画・非計画購買 / 購入経験の有無etc.)
対象者特性 (年齢 / 性別 / 身長 / 嗜好etc.)

メーカーや流通業界
個々のニーズに応じて
生活者の購買行動をモデル化

有効且つ、効率的な
商品戦略・流通戦略を構築

アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

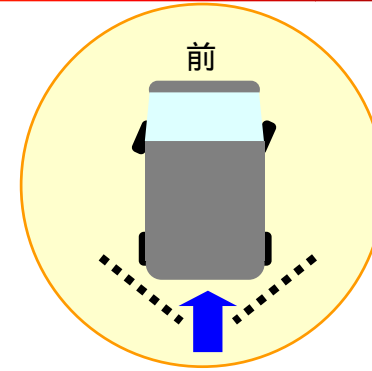
< 参考 >

「視線の動きと意識のマッチング」フルヴァージョン

アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

視線の動きと、意識をマッチングすると……

後ろから見た



視線スタート地点

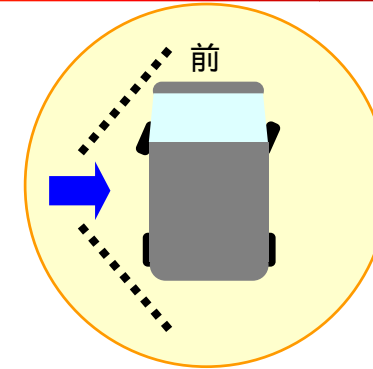


見始めた方向

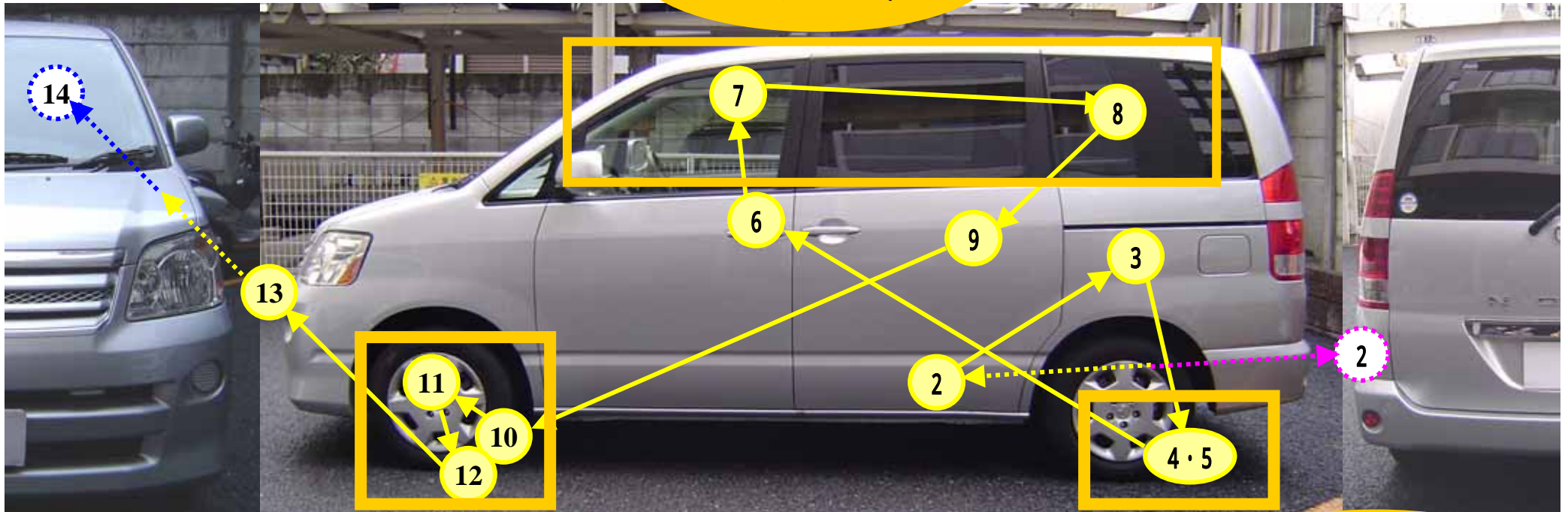
アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

視線の動きと、意識をマッチングすると……

左から見た



側面の感じはどうか？
窓は広めだな。



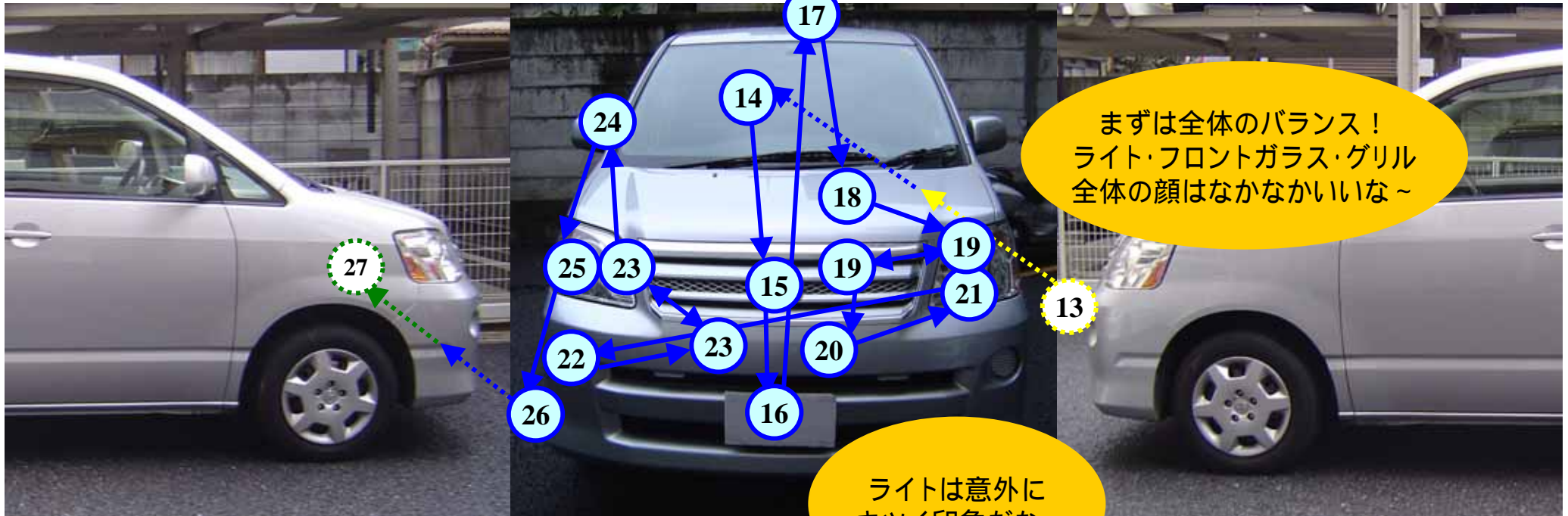
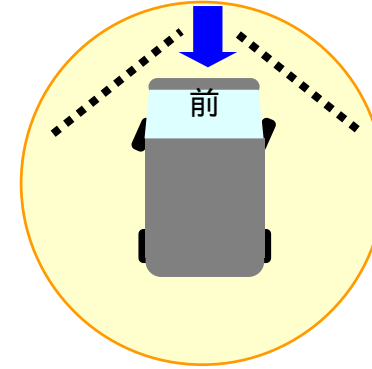
そういえばホイールは？
残念！アルミじゃなくて
カバーしてるだけだ

足回りをチェック！
どんなタイヤはいてるのかな？

アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

視線の動きと、意識をマッチングすると……

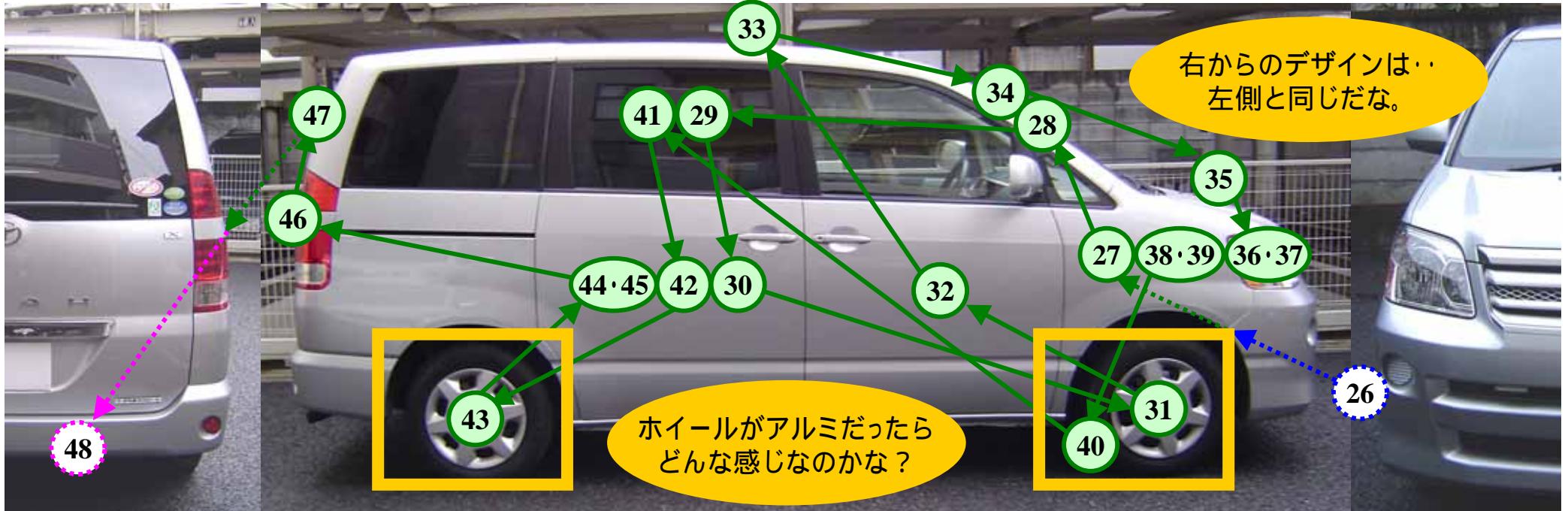
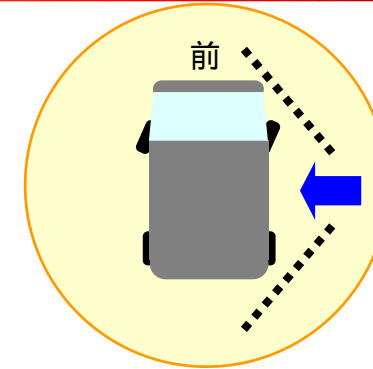
前から見た



アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

視線の動きと、意識をマッチングすると……

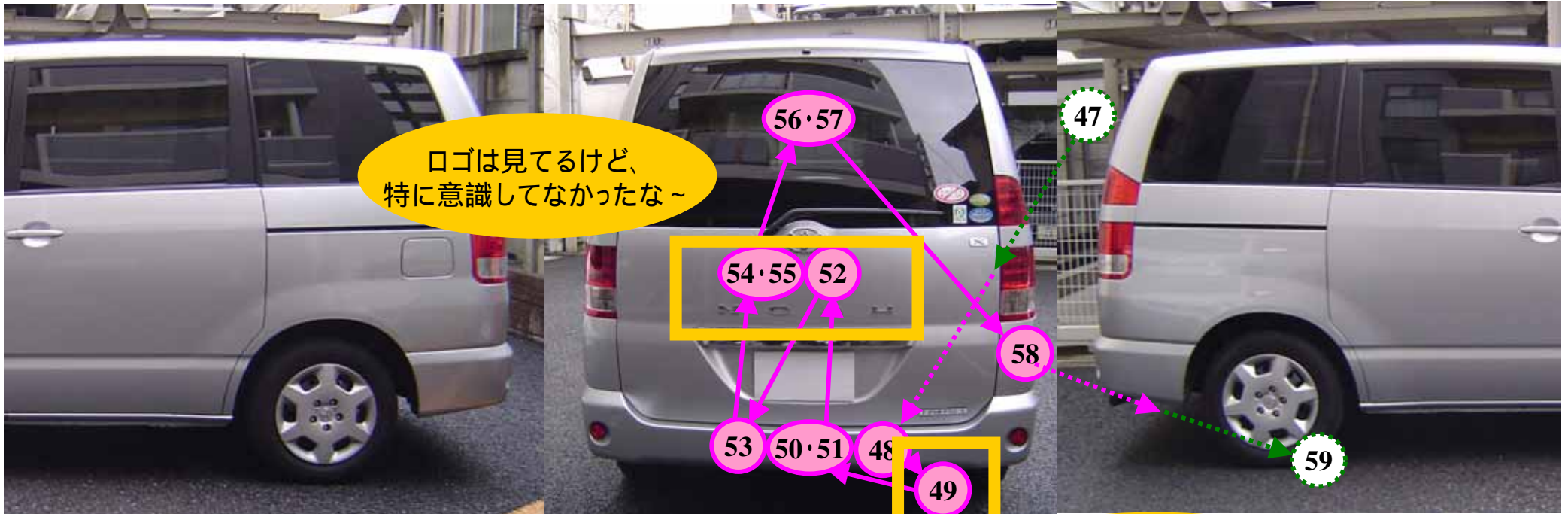
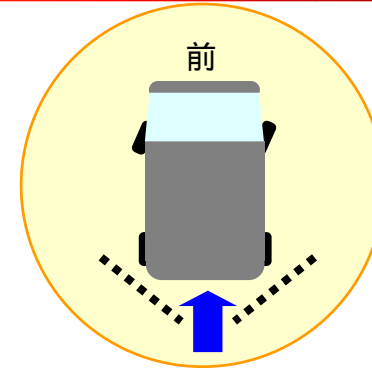
右から見た



アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

視線の動きと、意識をマッチングすると……

後ろから見た(2回目)



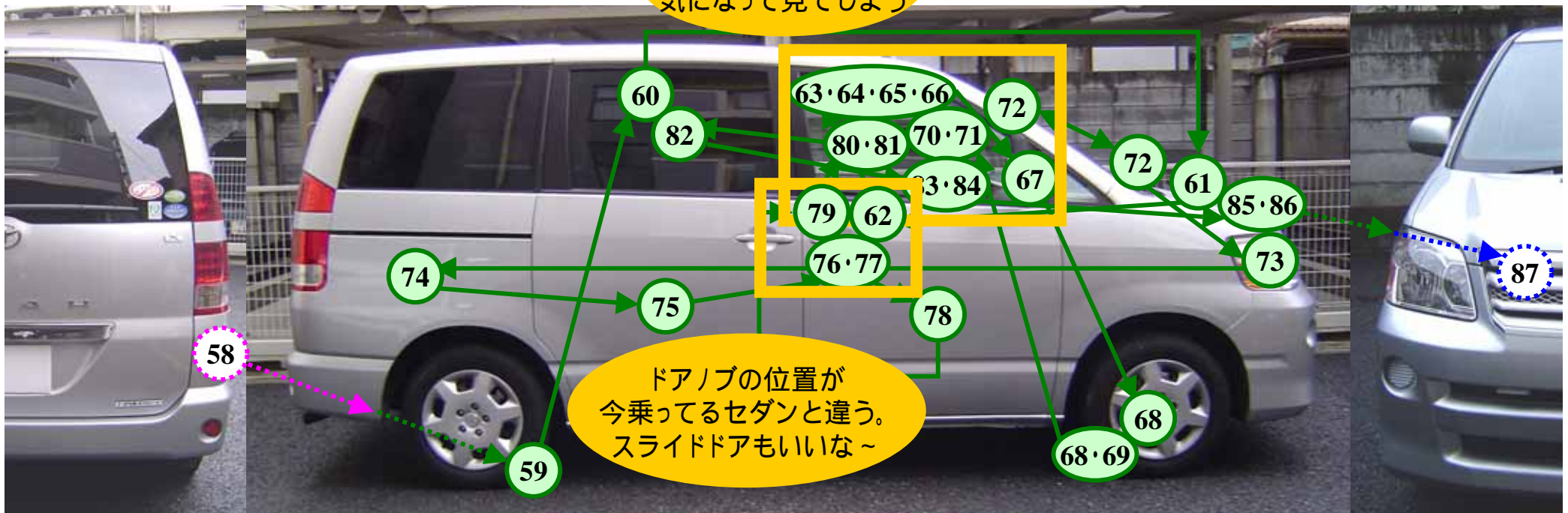
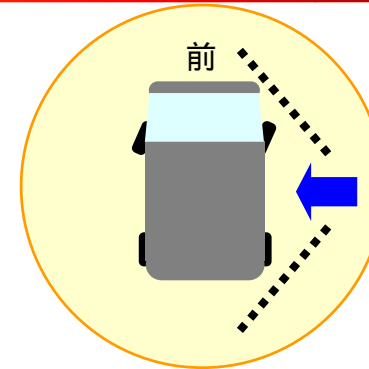
ロゴは見てるけど、特に意識してなかったな～

マフラーはクルマの中で好きなところなんだけど、別に特徴がなくて残念

アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

視線の動きと、意識をマッチングすると……

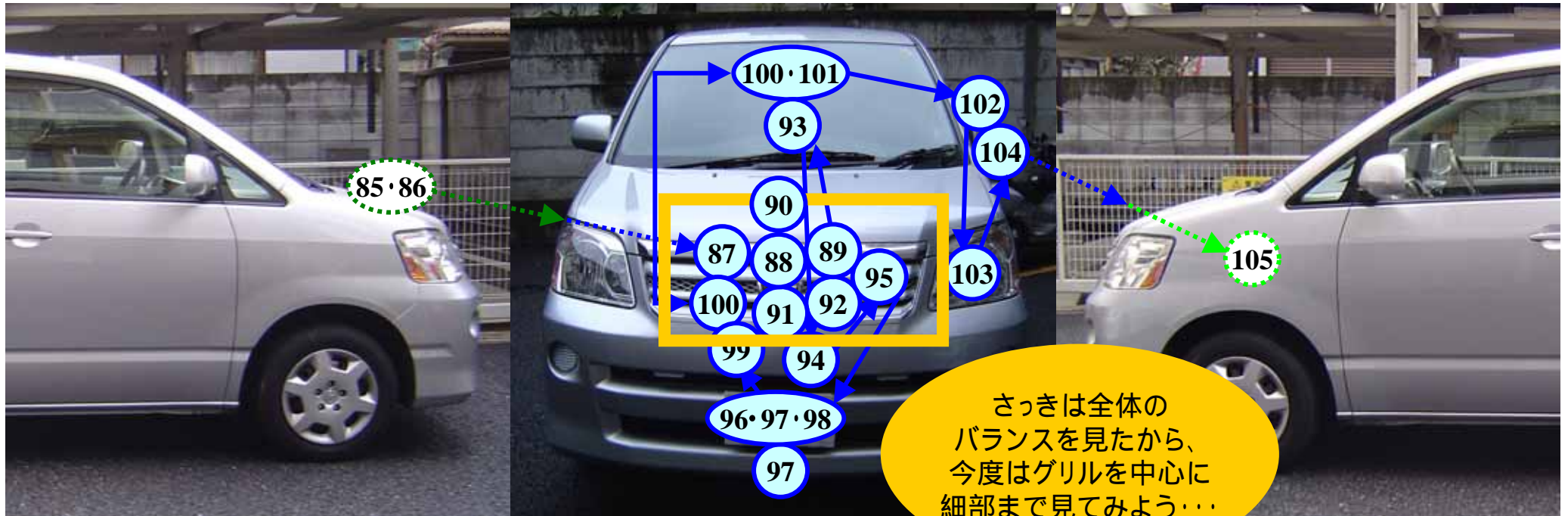
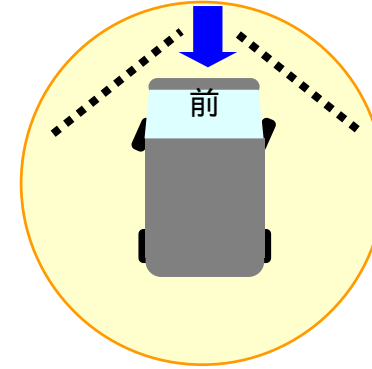
右から見た(2度目)



アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

視線の動きと、意識をマッチングすると……

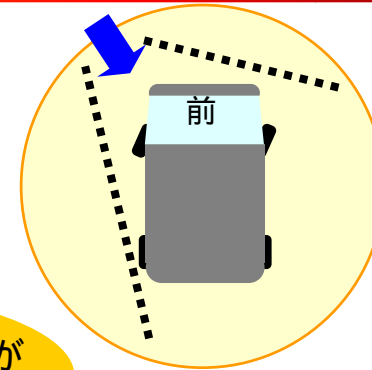
前から見た(2回目)



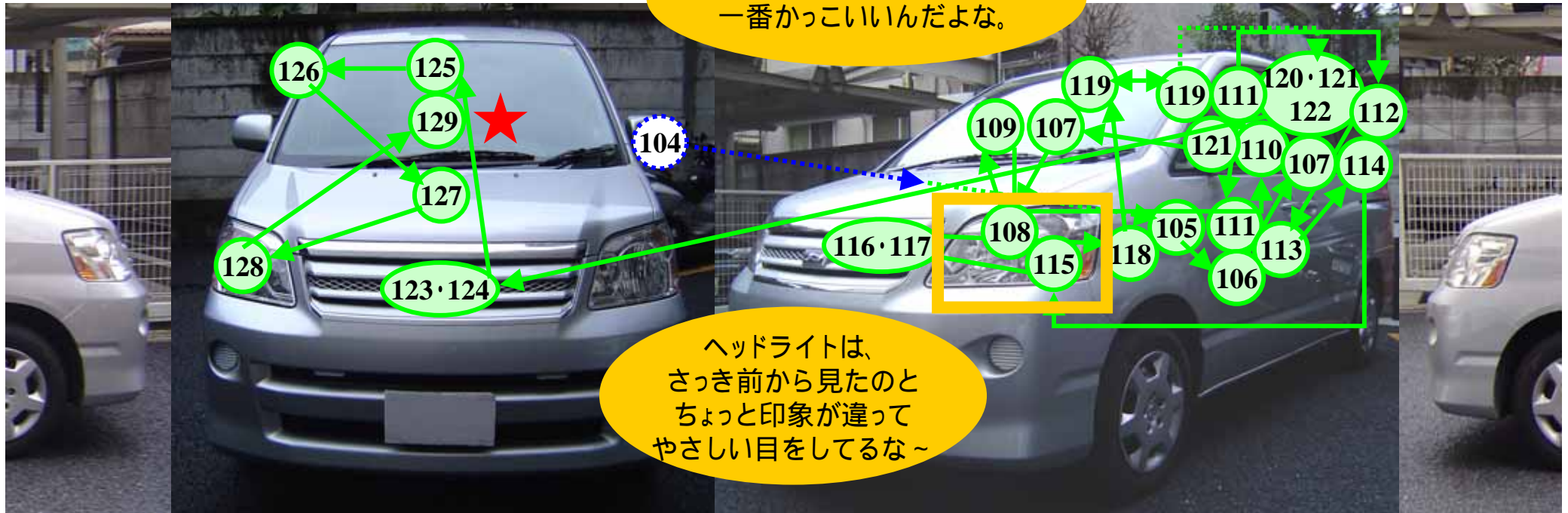
アイトラッキングリサーチのご紹介(クルマ編)

視線の動きと、意識をマッチングすると……

左前45°から見た



この角度からクルマを見るのが一番かっこいいんだよな。



ヘッドライトは、さっき前から見たのと同じ印象が違ってやさしい目をしてるな～

視線終了地点

Eye
Tracking
Research

Marketing Service

< 自動車編 >