

日経 Biz アカデミー ジブン進化への出発点 西川りゅうじんの先取りマーケティング塾

# トヨタ・IBMも本格活用する最新IT「コグニティブ技術」

認知科学・認知型コンピューターが世界を変える！ 西川りゅうじん(にしかわ・りゅうじん) マーケティングコンサルタント

## 紙のカタログより顧客の集中力・記憶力を7倍も高める

「ワールドヴィジョン」を活用したセールスは、紙のカタログだけを使用した場合と比較して、顧客の集中力、記憶力を約7倍にまで高めるといわれる。その効果は、山口大学医学部の脳神経外科の鈴木倫保教授らの研究によっても検証されている。ユーザーの脳の変化を血流量や光トポグラフィーと呼ばれる検査によって調べた結果、紙のカタログに比べて、集中力や意思決定をつかさどる前頭葉の活性化に大きな差があることが確認された。元・東京大学特任教授で産学連携推進機構の妹尾堅一郎理事長は、ユーザーにとってこのシステムに触れることは、「気持ちと学びがどこまでできるのかを問われる自分へのチャレンジだ」と評価する。

しかし、その効用・効果は顧客に対してだけではない。営業スタッフ自身の勉強ツールになっているのだ。山口トヨペット会長、トヨタカローラ山口社長を務めるト部治久さんは、「ワールドヴィジョン」がもたらした最大の効果は「営業スタッフの脳を活性化できたことだ」という。

動画はすべて見ても、2分間×4コンテンツの計8分間でポイントがしっかりと押さえられている。また、説明の仕方が顧客のみならず営業スタッフにもわかりやすく、簡にして要を得ている。そのため、顧客が選択と意思決定を加速するのみならず、スタッフのセールストークの体系化、最適化がうながされ、営業のスキルアップも加速するのだ。

また、同システムは、アプリケーション化されたプレゼンテーションツールであると同時に、ネットワークを通じてアクセス解析を行うことが可能である。いつ、だれが、どこで、どの商品の商談を行ったのか、その顧客は何に興味を持ったのかを理解し蓄積できるデータベースツールだ。そして、それらのデータを分析することによって、顧客のニーズ・ウォンツが的確に把握でき、より効果的な営業活動を可能とするマーケティングツールであることはいうまでもない。さらに、これまで確認が難しかった営業スタッフ一人一人の活動実態がリアルタイムに可視化され保存できるので、セールスの進捗状況や達成度が明確になるなど、マネジメントツールとしても有用である。現在、トヨタグループをはじめさまざまな業種・業界の企業はもちろん、公的セクターに至るまで、ジャンルを問わず、活用が進みつつある。

「ワールドヴィジョン」は、アメリカのコロンビア大学など各国の大学で客員教授を務める、認知科学者の尾中謙文さんが2013年に企画開発した日本発のシステムだ。尾中さんは、「決断することが人間にとって一番重要なこと。私達は脳の中で右脳と左脳の間的情報を1秒間に約100回も行き来させて判断している。あらゆる企業、あらゆるセクターがコグニティブ・サイエンスを活用したこのツールを活用することで、伝える側・伝えられる側の双方にとって最もストレスが少ないベスト・マッチングを実現していただくことが夢だ」と述べる。

「ワールドヴィジョン」の名前通り、日本企業が国内外に向けてビジョンを示し、世界が日本経済の復活を認知する秘密兵器となるに違いない。

「ワールドヴィジョン」の名前通り、日本企業が国内外に向けてビジョンを示し、世界が日本経済の復活を認知する秘密兵器となるに違いない。



トヨタ・IBMも本格活用する最新IT「コグニティブ技術」

「認知科学・認知型コンピューターが世界を変える！」

西川りゅうじん(にしかわ・りゅうじん) マーケティングコンサルタント

2014/2/26(木)ページ1

---

**紙のカタログより顧客の集中力・記憶力を7倍も高める**



「ワールドヴィジョン」を活用したセールスは、紙のカタログだけを使用した場合と比較して、顧客の集中力、記憶力を7倍にまで高めるといわれる。その効果は、山口大学医学部の脳神経外科の鈴木倫保教授らの研究によっても検証されている。ユーザーの脳の変化を血流量や光トポグラフィーと呼ばれる検査によって調べた結果、紙のカタログに比べて、集中力や意思決定をつかさどる前頭葉の活性化に大きな差があることが確認された。元・東京大学特任教授で産学連携推進機構の妹尾堅一郎理事長は、ユーザーにとってこのシステムに触れることは、「気持ちと学びがどこまでできるのかを問われる自分へのチャレンジだ」と評価する。

---

動画はすべて見ても、2分間×4コンテンツの計8分間でポイントがしっかりと押さえられている。また、説明の仕方が顧客のみならず営業スタッフにもわかりやすく、簡にして要を得ている。そのため、顧客が選択と意思決定を加速するのみならず、スタッフのセールストークの体系化、最適化がうながされ、営業のスキルアップも加速するのだ。

また、同システムは、アプリケーション化されたプレゼンテーションツールであると同時に、ネットワークを通じてアクセス解析を行うことが可能である。いつ、だれが、どこで、どの商品の商談を行ったのか、その顧客は何に興味を持ったのか、その顧客は前にも何の商品を商談したのかをデータベースで蓄積し蓄積できるデータベースツールだ。そして、それらのデータを分析することによって、顧客のニーズ・ウォンツが的確に把握でき、より効果的な営業活動を可能とするマーケティングツールであることはいうまでもない。さらに、これまで確認が難しかった営業スタッフ一人一人の活動実態がリアルタイムに可視化され保存できるので、セールスの進捗状況や達成度が明確になるなど、マネジメントツールとしても有用である。現在、トヨタグループをはじめさまざまな業種・業界の企業はもちろん、公的セクターに至るまで、ジャンルを問わず、活用が進みつつある。

「ワールドヴィジョン」は、アメリカのコロンビア大学など各国の大学で客員教授を務める、認知科学者の尾中謙文さんが2013年に企画開発した日本発のシステムだ。尾中さんは、「決断することが人間にとって一番重要なこと。私達は脳の中で右脳と左脳の間的情報を1秒間に約100回も行き来させて判断している。あらゆる企業、あらゆるセクターがコグニティブ・サイエンスを活用したこのツールを活用することで、伝える側・伝えられる側の双方にとって最もストレスが少ないベスト・マッチングを実現していただくことが夢だ」と述べる。

「ワールドヴィジョン」の名前通り、日本企業が国内外に向けてビジョンを示し、世界が日本経済の復活を認知する秘密兵器となるに違いない。

「ワールドヴィジョン」の名前通り、日本企業が国内外に向けてビジョンを示し、世界が日本経済の復活を認知する秘密兵器となるに違いない。

「ワールドヴィジョン」の名前通り、日本企業が国内外に向けてビジョンを示し、世界が日本経済の復活を認知する秘密兵器となるに違いない。