



リクルートコミュニケーションズとNTTデータ、NTTデータ経営研究所 脳科学・人工知能技術を活用した広告クリエイティブ効果予測ソリューション 『NORCS（ノークス）』を3社共同開発

～ 2018年7月よりリクルートグループの一部のテレビCM制作プロセスにて精度検証を実施 ～

このたび、株式会社リクルートコミュニケーションズ（本社：東京都中央区、代表取締役社長：清水 淳、以下、リクルートコミュニケーションズ）は、株式会社NTTデータ（本社：東京都江東区、代表取締役社長：本間洋、以下、NTTデータ）、および株式会社NTTデータ経営研究所（所在地：東京都千代田区、代表取締役社長：川島 祐治、以下、NTTデータ経営研究所）と進めて参りました共同研究の成果に基づき、3社で広告クリエイティブ効果予測ソリューション『NORCS（ノークス）』を共同開発いたしました。2018年7月より『NORCS』をリクルートグループの一部のテレビCM制作プロセスに導入し、精度の検証を行います。

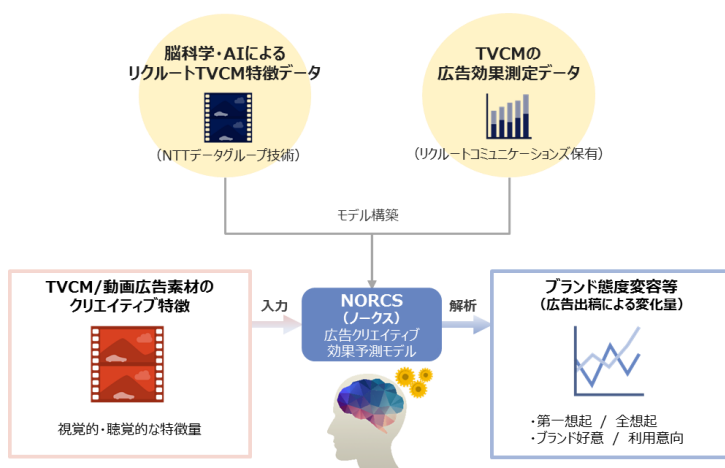
共同研究について

2016年よりリクルートコミュニケーションズはNTTデータ、NTTデータ経営研究所と、脳科学・人工知能技術活用による次世代マーケティングソリューションについての共同研究を進めて参りました。マーケティング業務への活用を見据え、当社が保有する広告効果測定データ及びマーケティングノウハウと、NTTデータ、NTTデータ経営研究所が保有する脳科学・人工知能技術を活用し、生活者の皆様とのより円滑なコミュニケーションに寄与する広告表現の実現と、広告クリエイティブ効果の最大化を目指しています。

『NORCS（ノークス）』について

『NORCS』は、脳科学・人工知能の融合技術を活用し、機械学習モデルを基軸とした広告クリエイティブ効果予測ソリューションです。広告クリエイティブを通じてコミュニケーションを最適化することを目指し、従来難しかった広告クリエイティブの質の定量評価を実現するため、リクルートコミュニケーションズ、NTTデータ、NTTデータ経営研究所の3社で共同開発しました。一般的には、テレビCMの制作プロセスにおいて、クリエイティブのマーケティング効果を予測し最適な広告を投下するため、一般生活者を対象としたアンケート調査等を行っています。一方、『NORCS』は、実際の“ヒット”を対象にしたアンケートを介さず、制作した広告クリエイティブが一般生活者のブランドへの態度変容などをどの程度起こすかを、機械的に自動で予測できます。

● 「NORCS」概念図



精度検証について

2018年7月より『NORCS』をリクルートグループの一部のテレビCM制作プロセスに導入し、ビジネスにおける有効性・精度の検証を行います。実際の制作プロセスの中で、どのようなタイミングや活用方法が最も一般生活者の皆様とのコミュニケーションを円滑にできるかという点についても検証していきます。

リクルートコミュニケーションズについて

リクルートコミュニケーションズは、リクルートグループを横断する機能会社として、主にWebマーケティングや広告制作を通じた集客・成約ソリューションをクライアント各社に提供しています。また、リクルートの商品・サービスとユーザーとの接点の拡大・拡充を目的とし、広告・宣伝、流通、カスタマーサポートまでを一貫して担当しています。コミュニケーションの最適化を目指し、引き続き脳科学・人工知能技術のマーケティングへの活用検討を進めていきます。

NTTデータ、NTTデータ経営研究所について

●NTTデータ

NTTデータは、お客さまの「変革パートナー」として、提案からシステムづくり、その先の活用に至るまで、トータルにご提供することが私たちの使命です。現在は、世界53カ国・地域以上で、グローバルな視野と、地域ごとのきめ細やかな対応力をもって、お客さまの変革をサポートしています。

●NTTデータ経営研究所

NTTデータ経営研究所は、IT活用に関する幅広い知見を基に、お客様の戦略とIT、プロセスとITの課題解決に、脳科学や人工知能など最先端技術を含めたトータルなソリューションを提供するコンサルティング会社です。

【本件に関するお問い合わせ先】

<https://www.rco.recruit.co.jp/contact/>