

## パッケージデザイン選定にAI、時間と費用削減

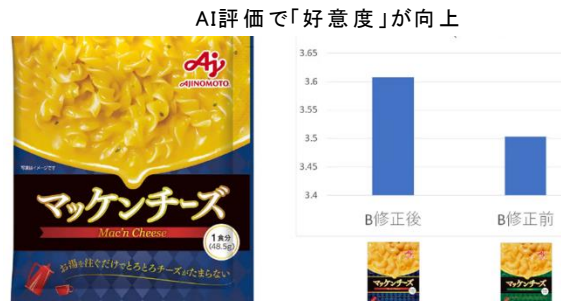
### ◆ユニリーバ・ジャパンがパッケージデザイン選定に採用した「評価AI」

ユニリーバ・ジャパンは2023年3月、商品パッケージのデザイン選定にAIを導入したと発表した。3月上旬にリニューアル発売したシャンプー「LUX スーパーリッチシャイン」シリーズのパッケージ評価にもAIを活用している。

同社が導入したのは、リサーチとデザイン開発を手掛けるプラグが東京大学と共同で開発した世界初のサービス「パッケージデザインAI」で、食品や日用品など1万200商品について、1,020万人に上る消費者調査の結果をAIの学習データに使っている。「パッケージデザインAI」には消費者の評価をAIが予測する「評価AI」と、1時間で1,000のデザイン案を生み出す「生成AI」の2つのメニューがあり、ユニリーバ・ジャパンが導入したのは評価AIで、従来行っていた消費者調査と比べて、費用と時間を大幅に削減することができた。

### ◆膨大なユーザーデータにより性別、年代別のターゲティングが可能

22年10月には、味の素もEC専用商品「マッケンチーズ」のパッケージ開発時にプラグの評価AIを活用したと発表、従来パッケージデザインの開発に2ヵ月ほどの期間と数百万円のコストをかけていたが、評価AIを使うことで費用も時間も大幅に削減できたという。同社は評価AIを2度活用し、1回目でデザイン9案を2案に絞りこみ、デザインの修正の方向性を決定した。2回目で修正前の案に比べ、「好意度」や「おいしそう」「高級感・上質感」などのスコアが向上したことを確認し最終デザインを決定した。評価AIの利用料金は1画像につき15,000円もしくは月額50万～70万円（契約月数で変動）になる。



出所：22年10月 プラグのプレスリリースより

評価AIは、膨大なユーザーデータを保有しているため性別、年代別にターゲティングが可能なのも強みになっている。利用する企業は、AI評価と人間の評価の併用でデザイン案を絞り込んでいけば、より精度の高いパッケージデザインの選定が期待できる。 【秋元真理子】