



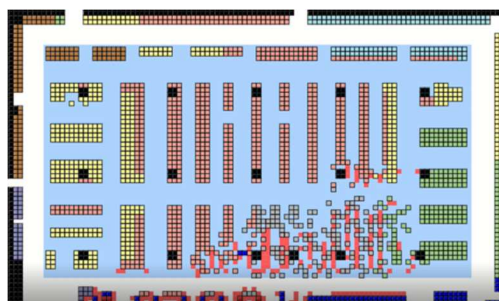
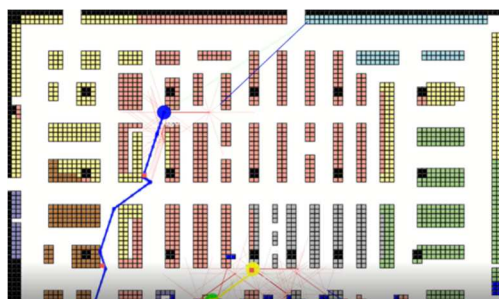
## 人間学部、都市情報学部とコラボ 産学連携スーパーマーケット購買動線解析 AI を開発 2月12～14日、幕張メッセに出展



本学人間学部の伊藤康児教授（心理学）をリーダーとし、都市情報学部の水野隆文准教授（数理工学）、店舗用陳列棚メーカー棚橋工業（岐阜市）、一級建築士事務所ヒロデザインラボ（岐阜県本巣市）との産学連携で開発

した消費者の購買動向解析 AI を下記の日程で発表します。スーパーやホームセンターで測定器を付けた買い物カートが通った売り場経路から消費者ニーズを読み取る AI です。

- ① 動線計測機レコカートでデータ取得（左上写真 岐阜県と棚橋工業が共同開発）
- ② 消費者購買パターンの特定と分析（右上写真）
- ③ AI エージェント（AI 仮想購買代理人）による買物を開始（購買動線描画 右上図）
- ④ AI が店舗効率を高める商品配置シミュレーションを開始（右下図）
- ⑤ 新規出店や店内デザインの変更に活用でき、品揃えするタイミングや適正な仕入れを支援する



テーマ	幕張メッセ SMTS2020 / 購買動線解析 AI（名称：AI-T）の発表
日時	2月12日(水)～14日(金)（10:00～17:00 最終日は16:00まで）
場所	幕張メッセ国際展示場 HALL8 ブース番号 8-114（千葉県千葉市美浜区中瀬 2-1） 棚橋工業株式会社出展ブース
内容	AI を出展ブースモニターで発表（取材対応 棚橋工業増田またはヒロデザインラボ岸） 本研究開発は、名城大学、棚橋工業(株)、(有)ヒロデザインラボの産学連携で行われました。名城大学ナゴヤドーム前キャンパスにある人間学部と都市情報学部との学際的共同研究は初の試み。心理学と数理工学を融合させた AI の開発を目的とする。 人の購買心理が表れるさまざまな動線から、AI が上記内容を推定する。
問い合わせ先	名城大学総合研究所共同研究員 博士（学術） 岸博之 090-9663-2491