

“感性”を学習するAI(人工知能)を駆使した次世代マーケティング
「SENSY 食の人工知能」活用

三菱食品株式会社（東京都大田区）は、カラフル・ボード株式会社（東京都渋谷区）が開発した AI（人工知能）「SENSY」を搭載したアプリケーションを活用したマーケティングを展開してまいります。

SENSY は、生活者の感性(嗜好)、消費行動に関する膨大な情報を理解・学習し、最適な情報を提供することができる AI を駆使した機能です。これまでのレコメンドエンジンは情報提供に至るロジックを人間が設計していたのに対し、本アプリケーションは人間が想像できない複雑なロジックを独自に作り出すことで、今後多様化する生活者のニーズに対応することが可能となります。

「SENSY 食の人工知能」を活用したマーケティングモデルの一例としては以下の通りです。

- ①製造業 : 商品情報を分析し商品企画やマーケット分析データを提供。
- ②小売業・飲食業 : 取引データを分析し、レコメンドデータを提供。
- ③生活者 : 生活・行動データを分析し、嗜好に合わせたレコメンドデータを提供。

また、有名ワインソムリエ7名を含む2,500以上の味覚データが基盤情報としてインプットされており、生活者や取引先の情報と連携することで、更なる機能向上を図ることができます。今後、弊社次世代基幹システム「MILAI(ミライ)」と連動し、収集したビッグデータを分析することで、物流の最適化やマーケティングの高度化につなげてまいります。

