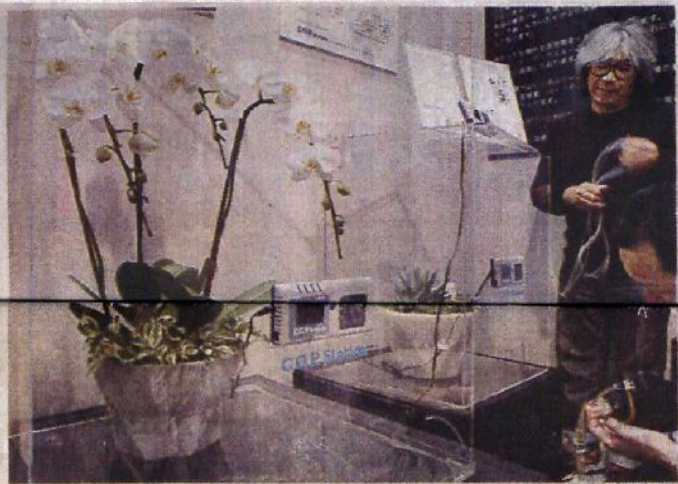


# 日経産業新聞

NIKKEI BUSINESS DAILY

て数分で画像が消えてしまつことがあったりと実用性が乏しかった。

コニカミノルタは銀塩に作用する化合物を改良。硫黄などの材料を使って赤っぽくなるのを抑えたほか、イオン状態に戻そうとする物質の活動



## 広告効果、脳波で分析

### ニールセンCM包装に活用

米系調査会社のニール・セン・カンパニー(東京長)は十一月、脳神経科

広告や商品パッケージを消費者に見せ、映像や音、文章などに対する脳波の反応を調べて、どの部分に意識が集中するかを分析する。

ニールセンは脳波の分

聞き取りも行う。

試験時間は合計一時間一時間半。結果を米国の提携企業に送り、脳神経科医に分析してもらふ。注意の引かれ度合いや感情的な反応、どの程度記憶に残るかという三つの指標で分析し、三週間後に結果を報告する。

## 鉢植え 夜もエコ

花き卸最大手の大田花きは二酸化炭素(CO<sub>2</sub>)の吸収力が高い植物を組み合わせた鉢植え「写真」を十一月二十日に発売する。植物の多くは光合成ができない夜は呼吸によりCO<sub>2</sub>を排出するが、ランやサボテンは光がなくてもCO<sub>2</sub>を吸収する特性がある。環境に関心の高い個人やオフィスに「カーボン・オフセット

### 光なしでCO<sub>2</sub>吸収 大田花き、来月発売

ト・プランツ(COP)として売り込む。

大田花きの子会社、大田花きの生活研究所(東京・大田)や花の仲卸の大森花卉(同)などが、任意団体「COPステーション」(東京・世田谷)を設立し商品化した。ランやサボテンなどの寄せ植え六種類を一鉢八千―三万円台後半で販売する。一鉢当たりのCO<sub>2</sub>吸収量は年四十―六十リットル。初年度は三千万円の売り上げを目標にする。

## 半分

### 来年量産

ワンセグ受信部品を小型化することで、機器全体が小型化できる。携帯電

話やゲーム機、カーナビへの利用を見込む。

開発した「Pegasus」は、地デジの電波を受信するための「RF」と呼ばれるLSIと、電波をデジタル信号に変換する「復調チップ」の二つを合わせて一つにしたのが特徴。

これまでは二つのLSIの回路設計の大きさが異なるため組み合わせられなかったが、無駄な数式処理を省くなどLSIのアルゴリズム(計算手順)を見直して回路を小さく、一体化した。

大きさは縦三・〇ミリ、横三・〇ミリ、高さ〇・三五ミリと、従来製品に比べ面積が半分になった。消費電力も約五十五パーセント削減した。

サンプル価格は二千元で従来製品とほぼ同価格。二〇〇九年一―三月

## 「日経消費ウォッチャー」創刊

### 雑誌とデータベース連動

日本経済新聞社は、マーケティングに関する専門情報を総合的に提供する「日経消費ウォッチャー」を来年一月に創刊する。

データベースを提供。データベースは追加料金なしで、会員が自由に記事や調査を検索、分析できるよ

この手法は米国では、コカ・コーラやプロクター・アンド・ギャンブル(P&G)などが利用し始めているという。

来年1月