Crepo パッケージデザイン AI実力と導入判断

商品企画・デザイン・知財部門向け 調査報告書

調査日：2026年11月22日

参照モデル：GPT-6.2 Astra

対象領域：消費財パッケージ開発 / AI導入評価

Gemini Notebook

【実績】1,000社以上が導入

（※2022年11月時点の評価AI利用企業数で既に860社を記録）

【精度】相関係数 0.793

実測好意度との強い相関。直感ではなくデータに基づく案の絞り込みを実現。

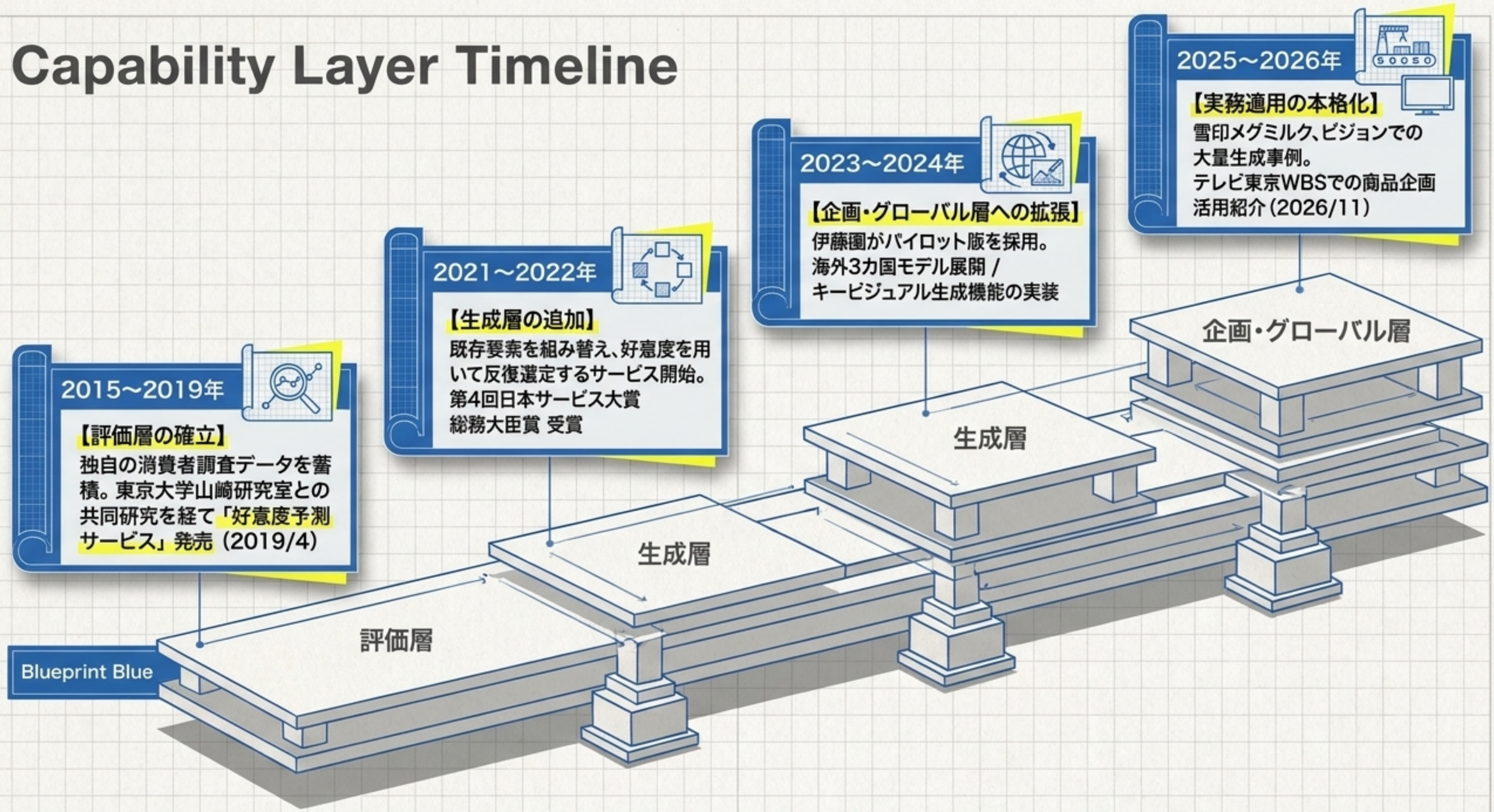
Crepoの真の価値は「デザインの自動化」ではない。マーケターとデザイナーに「予測好意度」という共通言語を与え、仮説検証を“超高速化”するエンジンである。

【効果】制作期間の半減

（事例：王子ネピアなど、4ヶ月の開発期間を2ヶ月へ短縮）

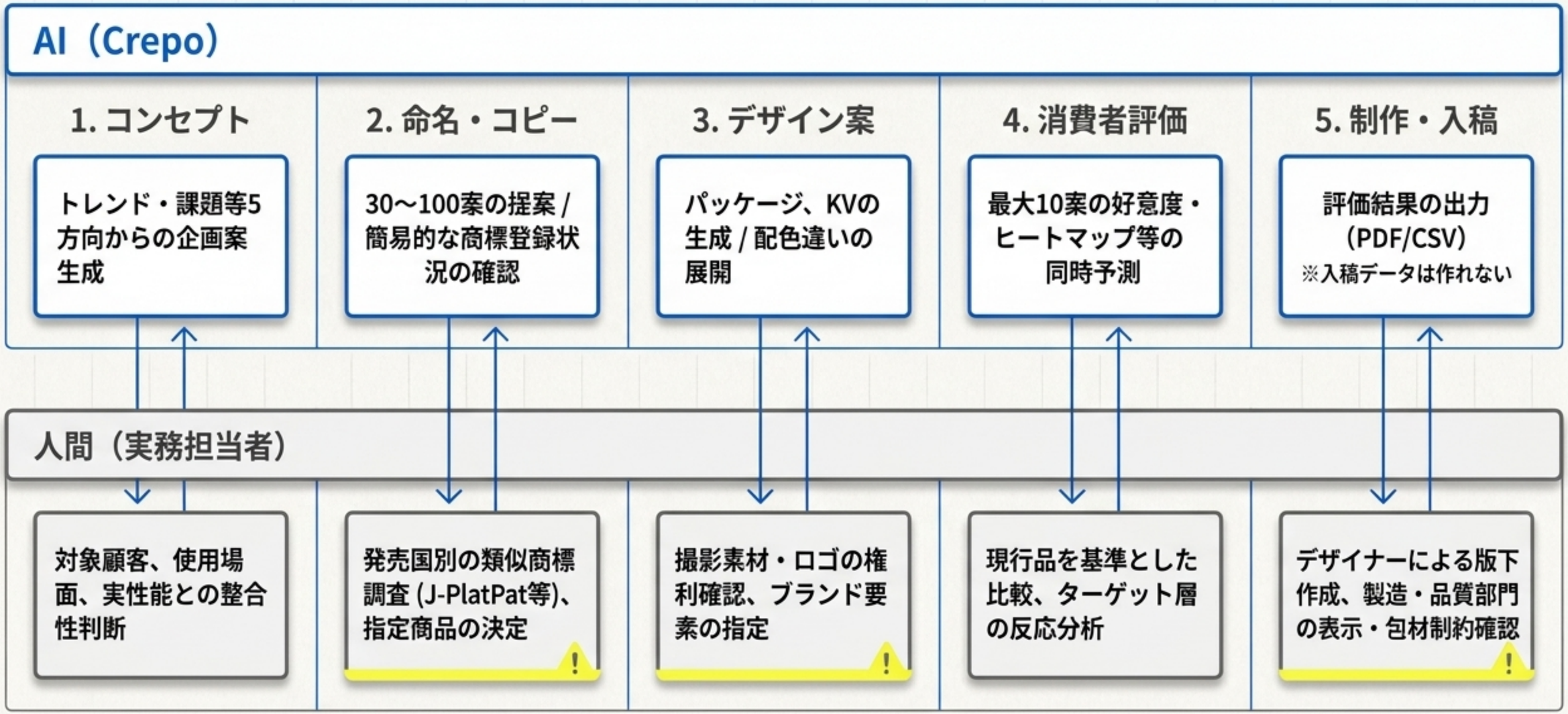
Gemini Notebook

Capability Layer Timeline



Gemini Notebook

Division of Labor Swimlane



Gemini Notebook

【圧倒的スピードと量産】

- 雪印メグミルク：1週間で200案以上を生成し2品発売。
- マンダム：初回提案1週間で40案。開発期間を約3ヶ月から1.5ヶ月へ半減。
- ピジョン：通常2週間5案のところ、1週間で100案提案。



【仮説検証の反復】

- 王子ネピア：4ブランド38商品で評価を4回反復。制作期間を4ヶ月から2ヶ月へ短縮。
- レキット（ミューズ）：1週間で約80案生成後、デザイナーが調整。



【社内外との共創】

- オタフクソース：AIで5案から2案に絞り、公式SNSで最終投票を実施。
- 伊藤園：AI出力を参考に、人がイラストとデザインを作り直し展開。



⚠ 売上増加への因果関係を読む際の注意点

味の素（売上計画比150%）やカルビー（売上1.3倍）の事例は、中身や品ぞろえの変更、販促条件の変更が同時に行われている。パッケージAI単独の売上押し上げ率として直接算定・解釈することは推奨しない。

Gemini Notebook





誤った解釈：「消費者がどこを、どの順番で長く見たか（注視時間・視線移動）」を表している。



正しい解釈：「消費者が『印象に残るところ』として選択する確率」をモデルが予測した割合である。
（※理解度や可読性を示すものではない）

「1,655万人分のデータ」の真実（2026年8月時点）

- 画像枚数ではなく、「16,556商品 × 評価人数」の積み上げ規模。
- 2015年から年2回、1商品につき20〜50代男女1,000人が実測評価した強固な教師データ。
- 日本モデル（画像+テキスト）の精度：相関係数 0.793 / 平均絶対誤差 0.121点

Gemini Notebook

日本モデル（画像＋テキスト）：
相関係数 0.793 / 誤差 0.121点

中国モデル：
相関係数 0.520 / 誤差 0.083点
(※誤差は小さいが相関が低く注意)

タイモデル：
相関係数 0.704 / 誤差 0.096点

インドネシアモデル：
相関係数 0.692 / 誤差 0.120点

市場間のスコア分布は異なるため、一つの数字で複数国の順位付けはできない。0.1点差は経験的な目安であり、有意差ではない点に留意。

⚠ 公開母集団から外れる「エッジケース」

インテージGの現地調査を学習しているが、以下の層は対象外となるため、対象者実測調査の併用が必須。

- 10代、および60代以上のシニア層
- 専門職の買い手
- 店頭に類例の少ない新市場・新領域

Gemini Notebook

実証・実測

評価の深さ

印象・探索

【NIQ BASES Pack Survey+ 等】

問い：実際の買い手の視線や、実購買への影響を確かめたい
特徴：実際の参加者を用いた購買者調査やウェブ視線計測。最終検証用。

【Re:meaning (TOPPAN)】

問い：裏面表示や注意書きの「読みやすさ」を改善したい
特徴：裏面に特化。生体情報予測とユニバーサルデザイン知見の融合。

【ペルソナインサイト (DNP)】

問い：ターゲット像に特定の印象の「理由」を深掘りして聞きたい
特徴：生成AIによる仮想生活者へのインタビュー形式。

【Crepo (プラグ)】

問い：多数の正面デザイン案を最速で絞り込みたい
特徴：過去の調査データに基づく好意度・印象予測。同条件での大量比較。

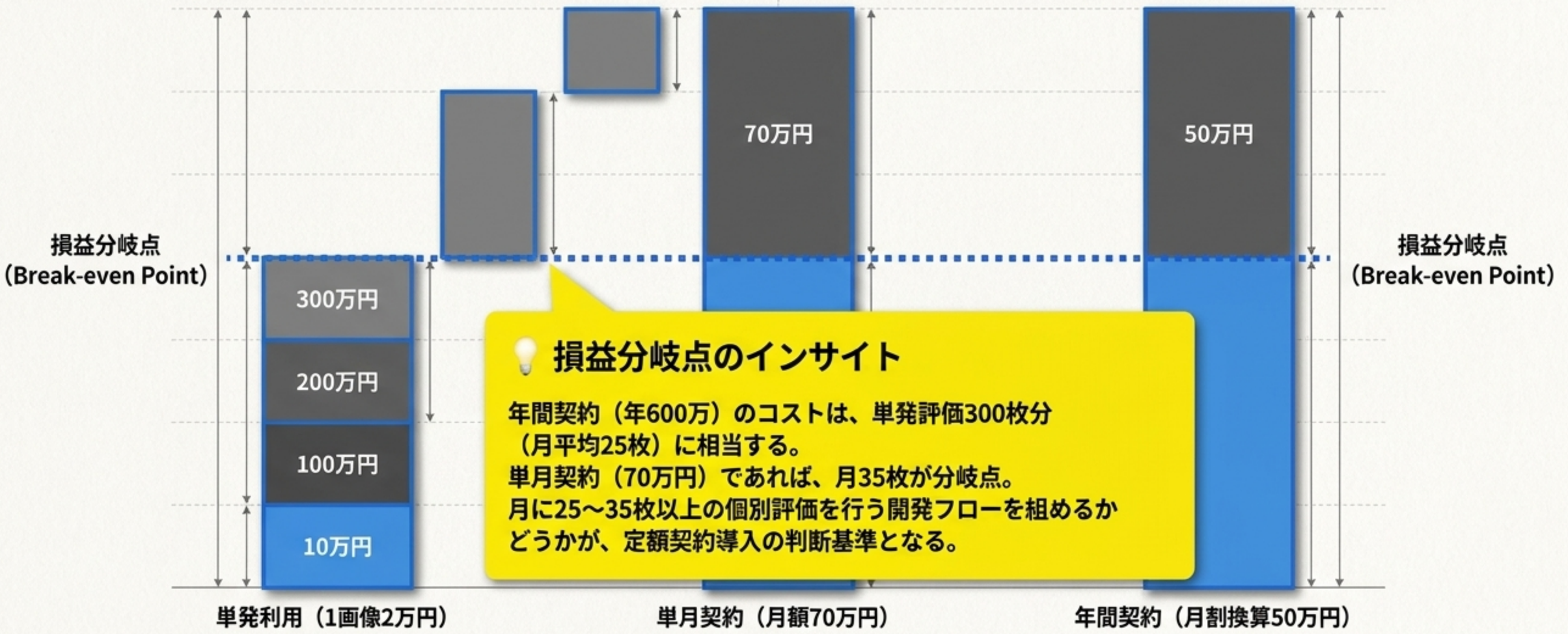
遅・高

スピード・コスト

早・低

Gemini Notebook

【基本構造】プラグの現行料金は「生成」と「評価」が別建て。生成プラン: 年360万（月30万）/ 評価プラン: 年600万（月50万）



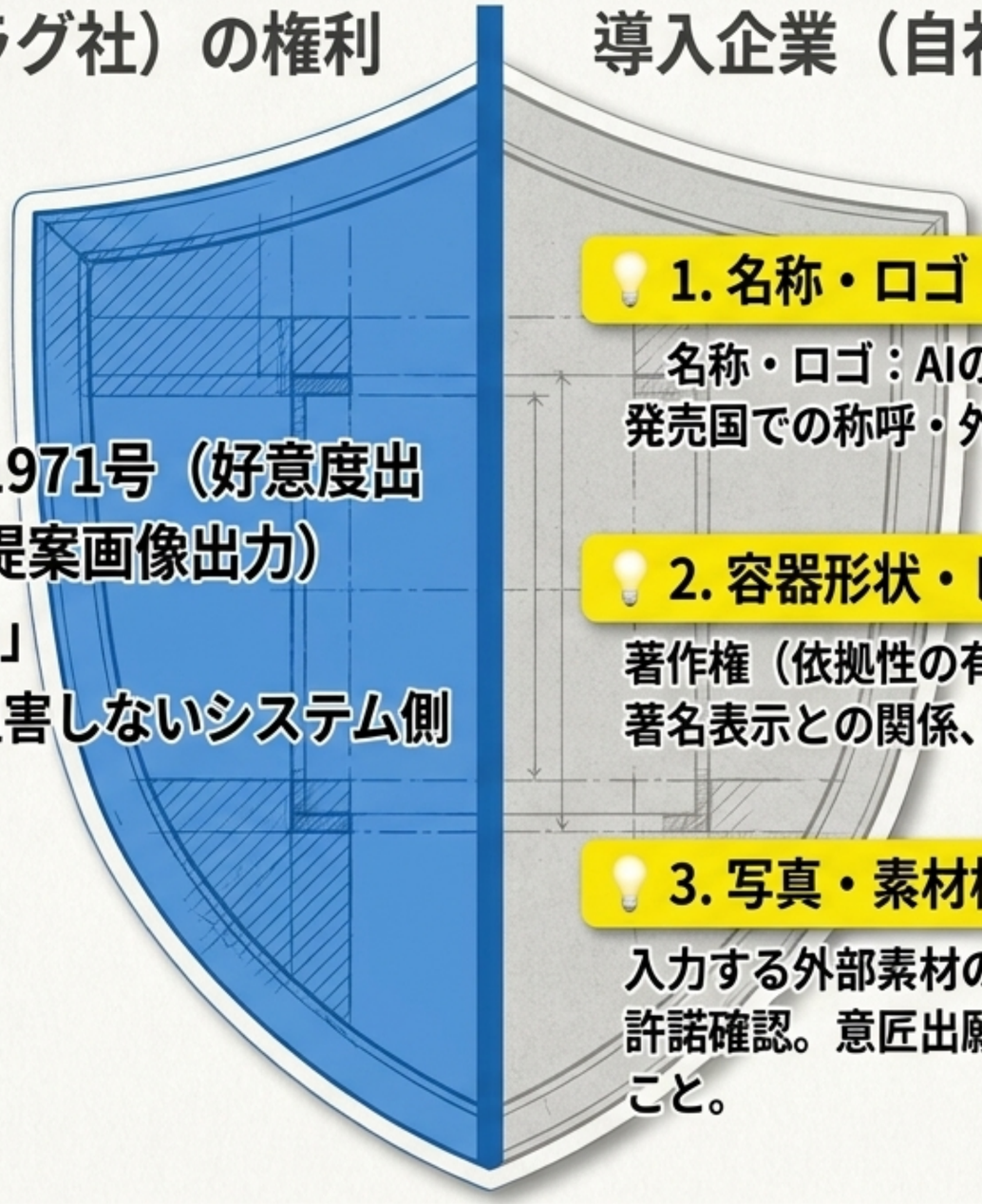
損益分岐点のインサイト

年間契約（年600万）のコストは、単発評価300枚分（月平均25枚）に相当する。
単月契約（70万円）であれば、月35枚が分岐点。
月に25〜35枚以上の個別評価を行う開発フローを組めるかどうかが、定額契約導入の判断基準となる。

Gemini Notebook

システム提供者（プラグ社）の権利

・システム特許：第7571971号（好意度出力）、第7573239号（提案画像出力）
・商標：第42類「Crepo」
※これらは顧客の利用を阻害しないシステム側の権利。



導入企業（自社）の責任・確認領域

1. 名称・ロゴ：

名称・ロゴ：AIの事前確認は網羅的ではない。発売国での称呼・外観調査（J-PlatPat等）が必須。

2. 容器形状・レイアウト：

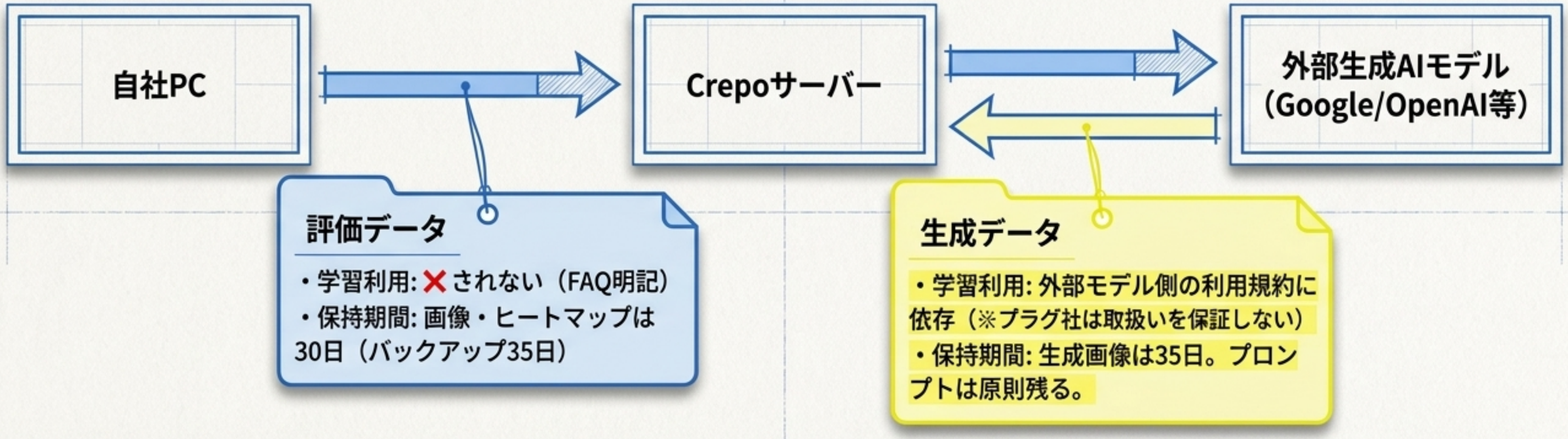
著作権（依拠性の有無）、著名表示・（BtW管）、著名表示との関係、人が加えた創作的表現の記録。

3. 写真・素材権限：

入力する外部素材の改変権限、利用地域・媒体の許諾確認。意匠出願前はSNS等への公開を控えること。

Gemini Notebook

【データフロー】Crepoにおける情報の流れと取扱いの基本原則



アカウント情報・結果データ

・ログ：操作ログは1,100日保存。解約後のスコアは半年間残存。
・二次利用：第三者開示は原則制限。対象商品の販促に必要な特定関係者（印刷会社・代理店等）への限定開示は例外として許容。

Gemini Notebook

STEP 1: 基準の設定と分離（現行品の評価）

現行包装、既存調査結果のある旧案、新案を用意。同じ正面画像条件で生成・評価し、「調査結果を知る人」と「AIで採点する人」を分ける。

STEP 2: 差分の個別テスト（絞り込みの検証）

要素（例：巻長表示の大きさ、環境マーク位置、配色）を一つずつ変更して入力。全体・対象層の好意度や印象に残る位置の変化を比較する。

STEP 3: 実際の買い手での実測（答え合わせ）

AI上位案と、特定層に刺さるエッジ案を残す。棚画像を用いた実測調査（目当ての商品を探す時間、ブランド識別率など）を対象者に行う。

STEP 4: 工数・コストと事業成果の比較

決裁までの日数、修正回数、デザイナー工数、従来の消費者調査費を比較。コスト削減額が利用料（定額・従量）を上回るかを定量化する。

Gemini Notebook

AIは「正解を創る」ためではなく、「無数の仮説から、筋の悪いものを最速で捨てる」ためにある。

【導入決裁の分水嶺：自社に問うべき3箇条】

1. プロセス改革：評価をデザイナー任せにせず、企画・マーケティング部門が主導して「絞り込み」を行う体制を作れるか？

2. 経済合理性：削減される工数と従来型調査費の合計が、月間25〜35画像相当のAI利用コストを上回るか？

3. リスク統制：未発売情報の外部モデル送信リスクと、AI生成物の知財チェックを、既存の開発フローに無理なく組み込めるか？

Gemini Notebook