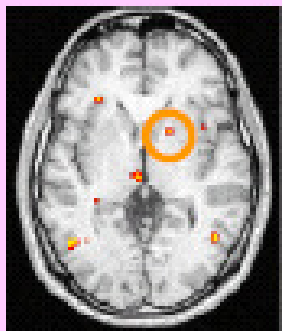


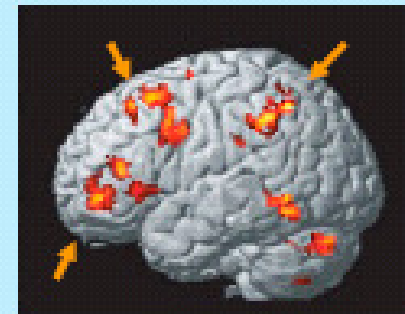
ニューロエコノミクスの研究例

- 時間割引問題 (「アリとキリギリス」問題)
 - 目先の利益にとらわれて行動する (非合理的)
脳部位と, 長期的な展望を元に行動する (合理的)
脳部位が存在することを発見
 - Tanaka et al., Nature Neuroscience, 2004
 - McClure et al., Science, 2004

短期的な予測に関わる脳部位
「情動系」

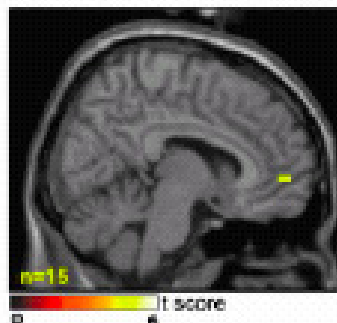


長期的な予測に関わる脳部位
「認知系」



コカコーラ vs. ペプシ: 好みに 관련된 脳活動部位 (McClure et al., 2004)

ブランド名なし

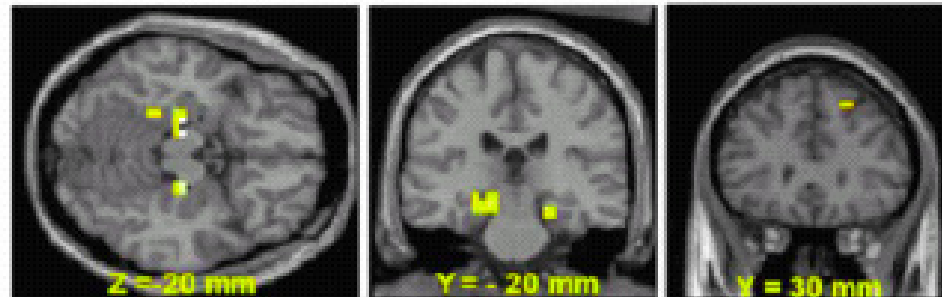


VMPFC

前頭連合野腹内側部

ブランド名あり(コカコーラ)

Coke™ Delivery (Brand-cued - Light-cued)



Bilateral Hippocampus

DLPFC

海馬

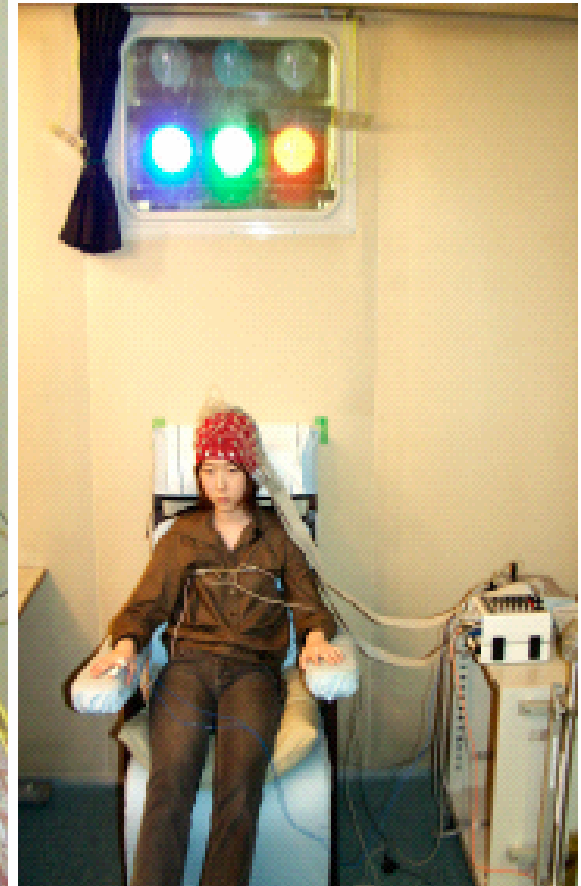
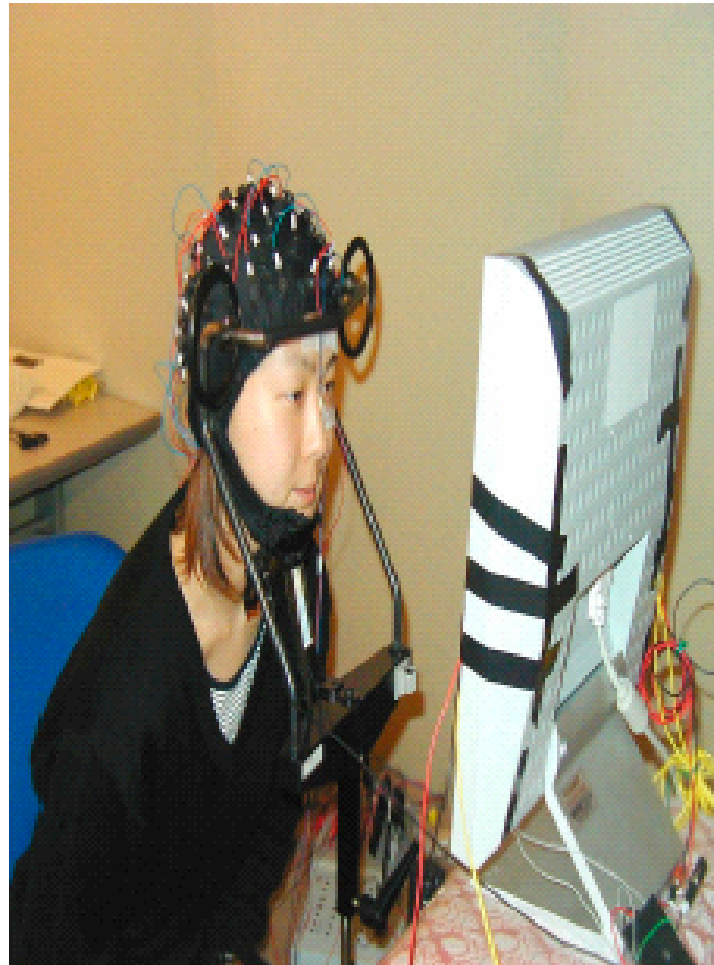
前頭連合野
背外側部

- 好みの決定に複数の神経機構が独立に関与(味情報=前頭連合野腹内側部;ブランド情報=海馬, 前頭連合野背外側部)
- ペプシのブランド名の効果は小: ペプシのブランド戦略失敗?

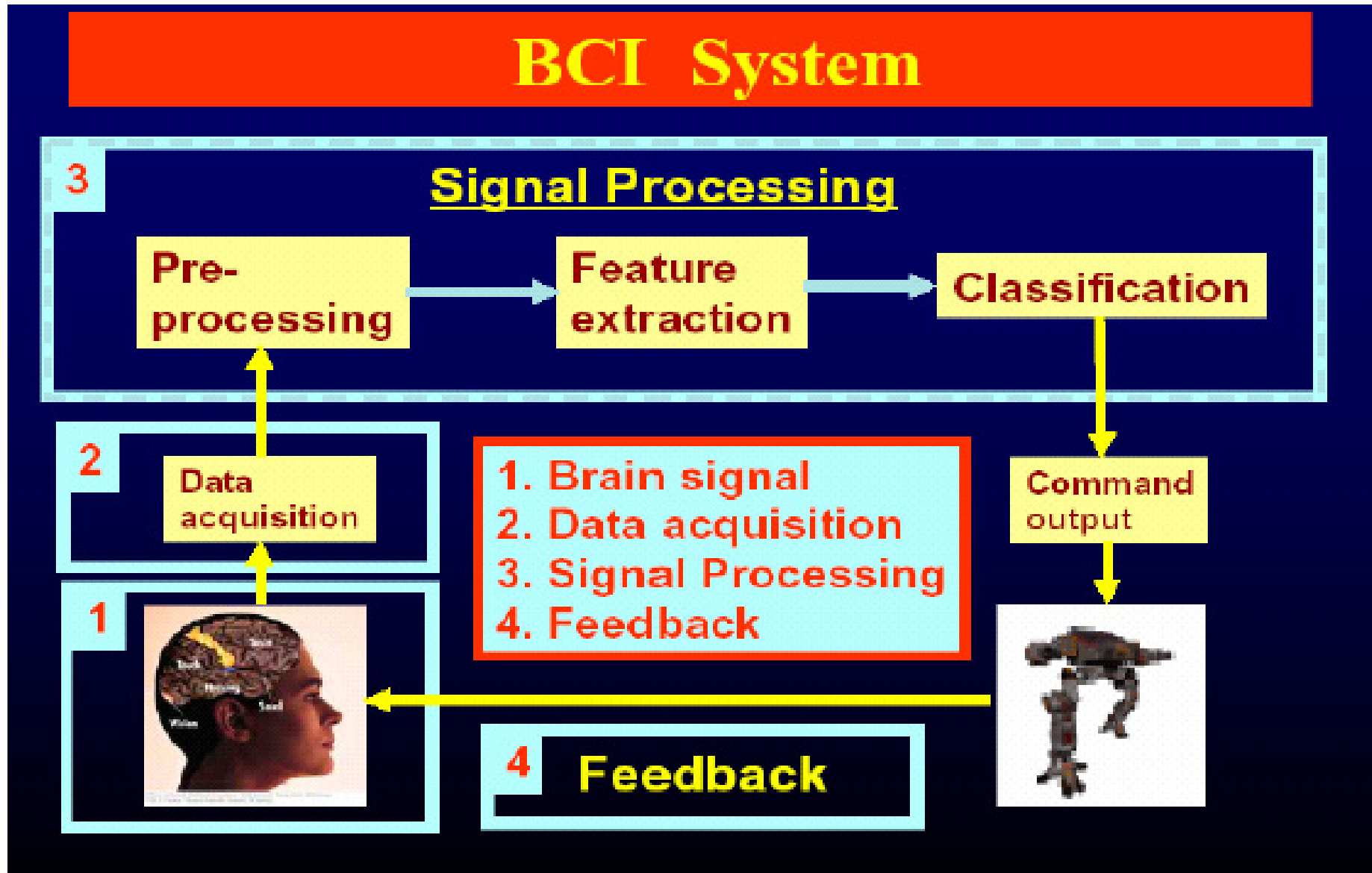


Brain/Human Computer Interface (B/HCI)

Enhanced four limb motor BCI experiments



Human/Brain Machine Interface



PET (ポジトロン消滅)

NIRS (近赤外光反射測定)

EEG (脳電図)

MEG (脳磁図)