

# 17. 投稿画像を利用したユーザーの コスメアイテム選別支援

長濱卓範(学部4年)<sup>1)</sup> 牛尼剛聡<sup>2)</sup> 角谷和俊<sup>1)</sup>  
<sup>1)</sup>関西学院大学 <sup>2)</sup>九州大学

## 背景・目的

- オンラインショッピングの普及に伴い商品選別が困難になった
- 使用者のオンラインレビュー数の効率的な活用が重要
- 従来のレビューを活用する研究はテキスト部分を対象としたものが多い

- 赤みピンクの35番を購入しました
- ちょっと多めに塗ると強めの青みピンクになってしまう

- 色に関する特徴を知るためにはテキストより画像のほうが有効ではないか？



- レビューサイトに投稿された商品使用画像に着目

レビューに含まれる商品使用画像を利用して商品の選別・絞り込みを支援するインターフェースの開発



- 日本最大の化粧品レビューサイト
- 投稿件数1300万件



- 感想文
- 商品使用画像
- 評価点
- ユーザー情報
- 年齢、肌質等

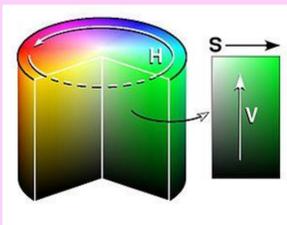
## 絞り込みを支援する インターフェース

### ■アプローチ

商品使用画像を3次元空間に配置

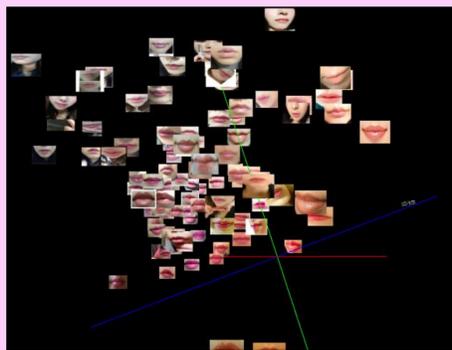
### ■サムネイルの配置方法

- 使用画像の画素の平均値によって代表的な色を決定
- HSVの3軸で構成される色空間上に代表色を用いて使用画像のサムネイルを配置



- H:色相
- S:彩度
- V:明度

### ■HSV色空間上に配置した例



### ■色以外の特徴を軸とすることも可能

- 価格・売れ筋・注目人数
- レビューに付与されるタグ (うるおい, ナチュラルメイク, ツヤ, マット, 肌の透明感, 薄づき, 立体感, 持ちがよい, 落ちにくい, 発色がよい, コストパフォーマンス, 自然派化粧品, オーガニックコスメ, 荒れ・乾燥, パール・ラメ, UVカット効果, 低刺激)

### ■提案手法を利用した商品選別の例

- ユーザーの興味のある商品・色を指定



- 興味を持ったエリアを選択



(H,S,V)

- 興味のある軸に変更して再表示



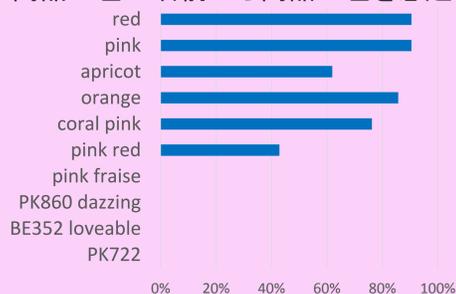
(H,S,価格)

## 商品使用画像の 有効性の調査

### ① 商品自体の色を正しく認識できるか？

結果:一般的な色は想起出来るが、  
そうでない色は想起できない

- 商品の色の名前から商品の色を想起できるか



結果:ブランド毎に色の名称が統一されていないため、同じであると認識できない

- 同じ名称が付けられた色は同じ色であると認識できますか？



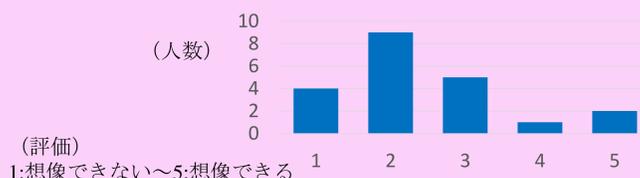
(評価) 1:認識できない~5:認識できる

- コスメアイテム選別の問題点とは何か
- 商品使用画像がどのような点で商品選別の役に立っているか

### ② 肌に使用したときの色を正しく認識できるか？

結果:実際に使用したときの色が、商品の色と異なるため想像できない

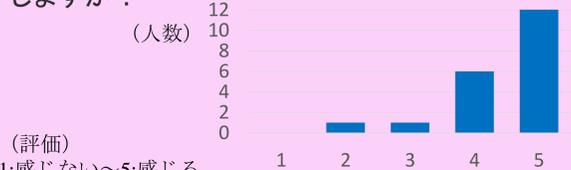
- 商品の色から実際に使用したときの色を想像することができますか？



(評価) 1:想像できない~5:想像できる

結果:使用者自身の唇の色などもあり、商品の色とは異なると感じている

- 商品の色と実際に使用したときの色が異なると感じますか？

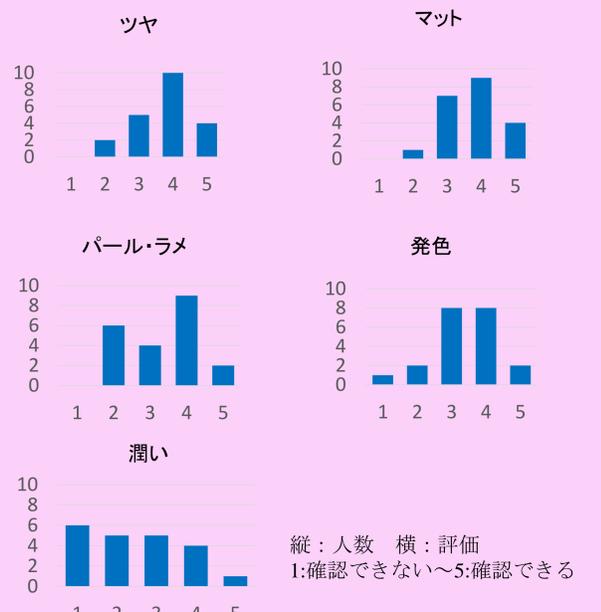


(評価) 1:感じない~5:感じる

方法:アンケート(Google Form)  
対象:女性21名  
対象とする商品使用画像:口紅

### ③ 商品を肌に使用したときの質感を正しく認識できるか？

一部の質感は商品使用画像でも確認可能



縦:人数 横:評価  
1:確認できない~5:確認できる

## 今後の課題

支援方式のプロトタイプ作成  
提案手法を用いた評価実験

株式会社アイスタイルが提供する「@コスメ」を利用した。ここに記して謹んで感謝の意を表す。