

An Advertising Slogan Evaluation Method Based on Complaint Data Analysis

楊 靚¹⁾ 北山 大輔²⁾ 角谷 和俊¹⁾

1) 関西学院大学 2) 工学院大学

研究背景

キャッチコピーの問題点：

- ①誇張表現で現実商品とのギャップが生まれる
- ②商品の強みを十分アピールしてない
- ③言葉が抽象すぎ、商品との関連度が低い

消費者側

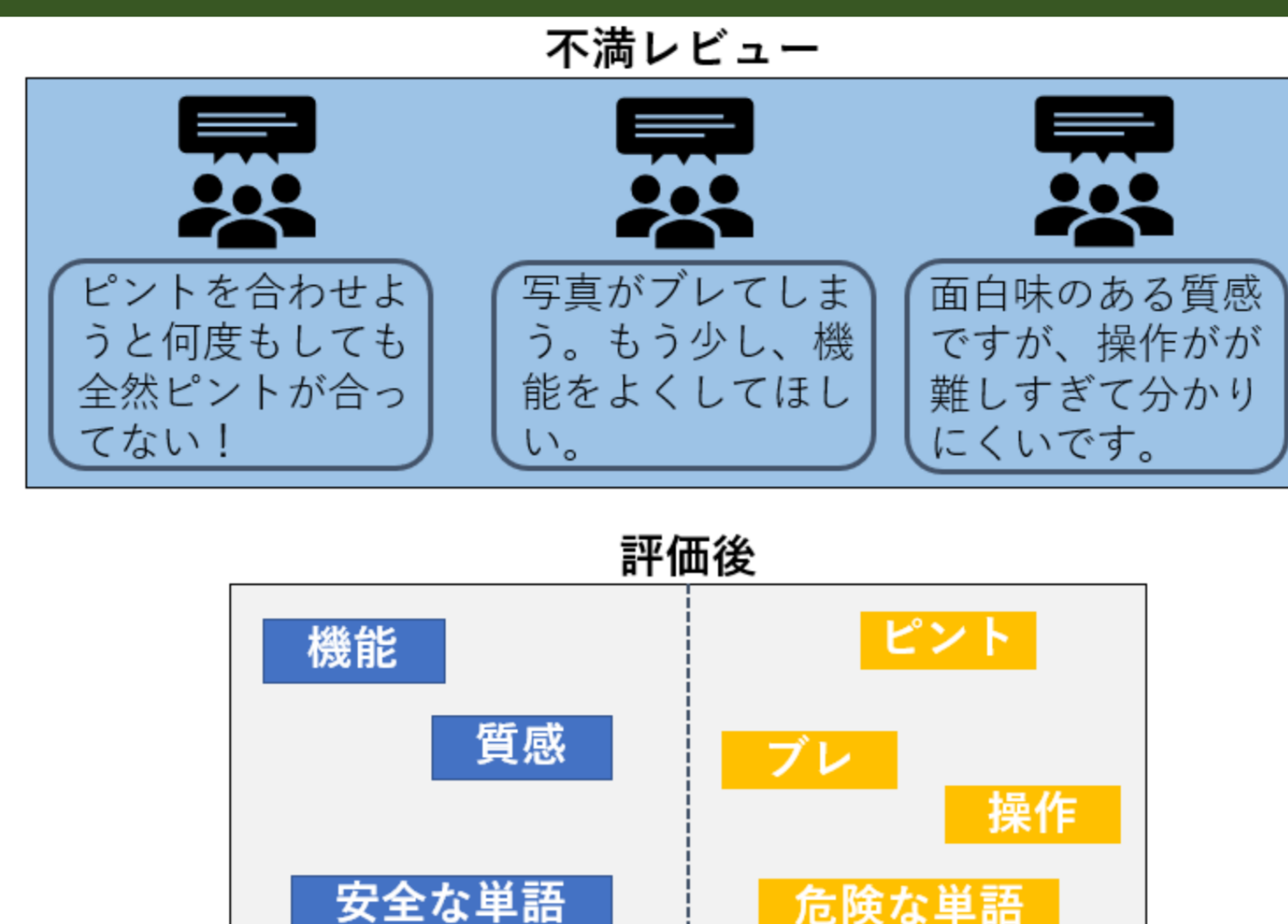
キャッチコピーに影響を受け、商品を購入しなくなる可能性

広告制作側

- ①様々なユーザのニーズを考慮し、キャッチコピーを作成することは困難
- ②広告制作の実務の負担が大きい

研究目的

- ①ユーザの不満レビューを解析し、ネガティブな意見を把握
- ②単語を評価し、キャッチコピーとして使える指標をつける
- ③キャッチコピーの制作を支援



社会的意義

コピーライターの負担の軽減

技術的意義

単語を評価することにより、比較的に不満を感じされにくいキャッチコピーの制作の支援を行う

提案手法

STEP1

対象の特徴語抽出

- ①対象の説明文やポジティブレビューを収集
- ②Mecabによる形態素解析を行い、名詞・動詞、形容詞・助詞を抽出
- ③抽出した単語の重要度を算出

$$TF - WebIDF = tf \times \log \frac{N}{df}$$

* df = 特徴語がWeb上の総検索件数

- ③閾値判定、特徴語を抽出

カメラの特徴語 (例)

写真、撮影、機能、実現、補正、シーン、感度、映像、シャッター、レンズ、画質、性能、ブレ、ズーム、ピント、動画、高速、記録、質感、多彩、被写体、繊細、描写、先進、優れる、魅力、豊か、洗練...

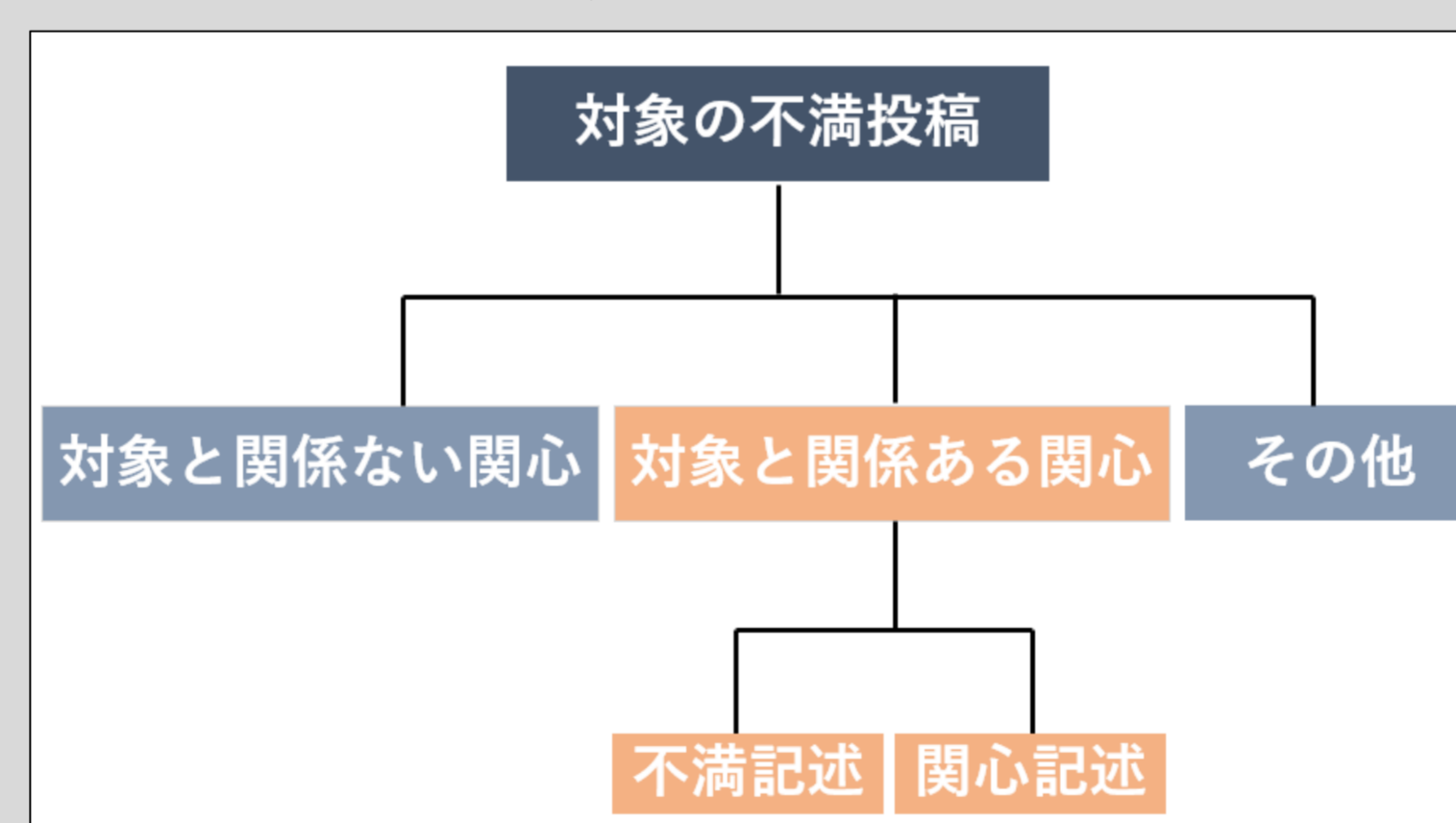
STEP2

対象の不満投稿抽出

特徴語が含まれる対象の不満投稿を抽出

対象の不満投稿分類

係り受け解析を行い、対象と関係ある不満投稿を抽出、分類



分類	説明
関心記述	①ある種の期待：「...ほしい、...れば、...方がいい、...ようにして、...可能なはず、...できないのか、...ではないの、もっと...」が特徴語の前後に出現する場合 ②逆接：「のに、しかし、その分、だが、が、けど、一方」など逆接の接続詞が特徴語の後ろに出現する場合 ③特徴語の逆意味：特徴語の前が「不」、後ろに「ず」、「なくなる」、「でない」が出現する場合 ④特徴語の前後に「すごい、良く、良い」などポジティブ意味の単語が出現する場合
不満記述	特徴語の後ろに「...が不満、...残念、...不細空、...ダサイ、...許せない、...いただけない」というようなネガティブ意味の単語が出現する場合
対象と関係ない関心	対象に対する関心ではなく、他のことに対する関心を持っている記述
その他	関心記述でも不満記述でもない、判定不能な記述

STEP3

特徴語の不満度計算

$$Dissatisfaction Degree = \frac{Neg}{Neg + Con}$$

* Neg = 不満記述

Con = 関心記述

カメラの特徴語の不満度ランキング

1	特徴語	不満度	25	映像	0.41
2	光学	1	26	望遠	0.4
3	ピント	0.87	27	モード	0.38
4	被写体	0.75	28	マニュアル	0.37
5	ファインダー	0.75	29	感度	0.37
6	ボケ	0.73	30	撮影	0.36
7	画質	0.63	31	効果	0.33
8	ブレ	0.61	32	モデル	0.33
9	フォーカス	0.6	33	精度	0.33
10	操作	0.59	34	高画質	0.31
11	液晶	0.59	35	処理	0.28
12	タッチパネル	0.56	36	性能	0.25
13	設定	0.55	37	センサー	0.25
14	シーン	0.54	38	コンパクト	0.24
15	シャッター	0.54	39	機能	0.23
16	ズーム	0.53	40	補正	0.2
17	写真	0.52	41	広角	0.12
18	画像	0.51	42	開発	0.08
19	デザイン	0.51	43	記録	0.07
20	画素	0.5	44	高性能	0.07
21	モニター	0.47	45	高速	0
22	動画	0.46	46	倍率	0
23	レンズ	0.44	47	質感	0
24	サイズ	0.43	48	表現	0

考察

- ・不満対象となる特徴語の不満度をランキングすることにより、「不満をもたれやすい単語」と「不満を持たれにくい単語」を分類することが可能
- ・データの母数による不満度が上がる場合がある
(“光学”での不満レビューでは、カメラと関係ある関心は全て不満記述である)
- ・対象が不満レビュー中複数出現する場合、係り受け解析が効果的に行えない
- ・対象の不満投稿中対象と関係ある関心の投稿がない場合、不満度の計算ができない

今後の課題：

- ・精度検証のためキャッチコピーの正解データを作成し、評価実験を予定
- ・不満対象以外の特徴語の不満度算出方法の検討