

ビッグデータを用いた感性の指標化

研究分野: 感性情報学、人工知能

キーワード: 感性、機械学習、ビッグデータ

貢献できるSDGsの区分:

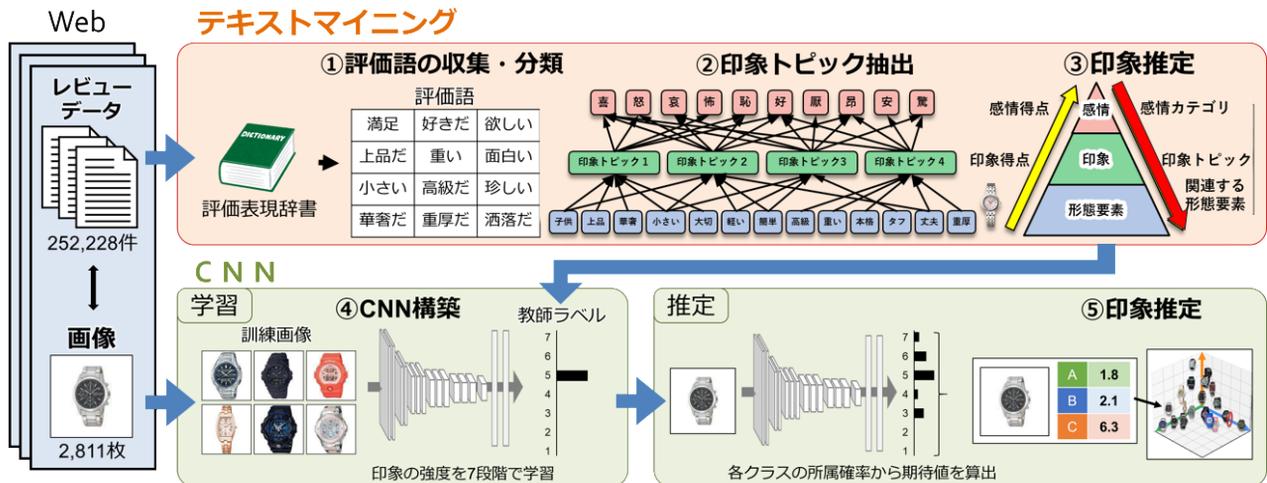


情報システム学部 情報システム学科 准教授 飛谷 謙介

教員情報URL <https://sun.ac.jp/researchinfo/tobitani/>

研究概要

プロダクトデザインにおいて、ユーザのニーズを的確に把握し、実際のデザインに反映させることは重要です。本研究は、Web上に存在する大量のプロダクトのレビューテキストを統合的に利用して感性指標を構築します。感性指標から算出されるプロダクト毎の印象値を教師ラベルとして深層学習により学習することで、最終的にプロダクト画像から、その感性的印象を推定することを実現しています。



産学連携の可能性(アピールポイント)

感性的ニーズを把握することで、

- ①商品開発の現場において、プロダクトに対して人が感じる価値や印象の要因を知ることができ、上流工程へのフィードバックが可能になります。
- ②オンラインモール等においては個人の感性的なニーズに応える商品を推薦するサービスが提供でき、ユーザの満足度向上に貢献します。

外部との連携実績等

- ①自動車・化粧品・家電メーカー等10社以上との共同研究
- ②科研費等の競争的外部資金獲得(研究代表4件)
- ③複数回の研修講師経験有り
- ④学会や研究会の委員就任(ACM・電子情報通信学会・電気学会・精密工学会)