

**【報道関係者各位】****新機能発表**

2018年2月15日

株式会社プラスアルファ・コンサルティング



## Instagram や Twitter などの画像データを、 画像解析技術と、直感的インターフェースで分類できる 画像分析機能を実装

～画像解析×テキストマイニングで、消費者ニーズを把握が可能に～

株式会社プラスアルファ・コンサルティング(代表取締役社長:三室 克哉、以下、プラスアルファ)は、テキストマイニングツール「見える化エンジン」へ新たに画像分析機能を搭載しました。新機能では、テキスト情報と画像情報を融合した顧客の声活用を実現し、企業は消費者ニーズのより深い把握が可能となります。これにより、画像解析によるニーズ発見作業の時間は平均7時間から約1時間へと短縮されるだけでなくとどまらず、テキストマイニング技術とかけ合わせることで消費者の深いインサイトまで探ることができるようになります。

近年、SNS による顧客の声活用をする企業が増加している中で、新たな課題は Instagram や Twitter のような画像を含む投稿データの活用方法の困難さでした。人工知能技術(以下、AI 技術)により、画像データの被写体である人物や物体の認識はできるようになったものの、企業活動で求められるような詳細な分類には及ばず、目視での目的に合わせた分類作業が必要でした。また、詳細な被写体情報が認識できたとしても、画像データだけでは消費者の動機や意図を汲み取ることは難しく、企業は画像 SNS の分析の手法には頭を悩ませていました。

本バージョンアップにより、見える化エンジンの画面上で、企業担当者はデータの収集、AIによる画像認識、分析目的にあった画像の分類、テキストマイニング分析との融合までをワンストップで行なうことができます。

顧客の声活用の専門会社であるプラスアルファは、画像分析とテキスト分析との相乗効果を実現できるツールとして、これまで以上に消費者の気持ちを汲みとった企業によるマーケティング活動を支援します。

### ■市場背景

近年、SNS ではその投稿量、メディア数は年々増加しております。その中で、画像投稿が主となる Instagram のユーザが1年間で43%増加(※1)するなど、消費者の画像を利用した投稿は目に見えて増えています。

一方で、企業における画像 SNS の活用は、食品、飲料、自動車、アパレルなどあらゆる業界で広まっていますが、主には商品、サービスなど企業側からの情報の「発信」が中心となっている現状があります。その中でも顧客の声の活用に積極的に取り組む企業では、消費者のニーズを探るために1つ1つ画像とテキストを確認しながら分類、分析などを実施しています。しかし、テキスト情報と画像情報を併せて分析することは困難であり、せっかく画像分析ができてテキスト情報による顧客の声を汲むことができず、深い消費者ニーズの把握はできずにおりました。

このように工数が膨大でありながらも深いニーズにたどりつきづらい画像 SNS の分析では、多くの企業では一部の商品の実施に限られてしまうこともあるようです。もしくは、画像 SNS の扱いづらさから、そもそも活用に踏み出せない企業も多いようです。

### ■顧客の声活用でテキスト情報と画像情報を同時に扱うメリット

上記の背景から、AI 技術を活用した画像解析が注目されています。画像解析ツールにより被写体を特定し、例えば男性、電車、チョコレートなどのタグづけをすることによって、これまでの画像の目視での運用と比較して大きな工数削減になります。

しかしながら、画像に写っている情報だけでは、「この写真から何を伝えたいのか」、「なぜこの写真を撮ったのか」の意図、気持ちが読み取りにくいという難点があります。これでは、技術の進化の恩恵によって、消費者はテキスト情報と画像情報をあわせて声として発信するようになったにもかかわらず、企業側は一面しか顧客

の声に耳を傾けられていないといえます。

一方で、テキストデータの分析の強みは、消費者の感情、感想を読み取れることです。さらに、画像も合わせた分析によって、何がその気持ちを引き起こしたのか(動機)を知ることが可能です。

(例)宴会の関連した登校の分析

- ➡画像から把握・・・飲まれている飲料、食事、宴会の規模感、性別など
- ➡テキストから把握・・・宴会の目的、印象に残った出来事、写真の状況、撮影した理由など

上記のように画像とテキストは同時に活用することによってはじめて本来の消費者の意図を見える化することが可能になります。

### ■見える化エンジンによる画像解析×テキストマイニングの分析手順

新しい見える化エンジンでは Instagram や Twitter など画像 SNS データから、画像情報とテキスト情報をかけ合わせることで顧客のインサイトを探るための一連の手順が、ワンストップで実施可能です。

- ① 画像とテキストの投稿データの収集
- ② AI 技術による画像情報からの人物や物体の画像認識(画像タグ付け機能)
- ③ 企業や目的にあわせた分析の切り口に応じたテーマ分類(画像分類機能)
- ④ テキストマイニング分析

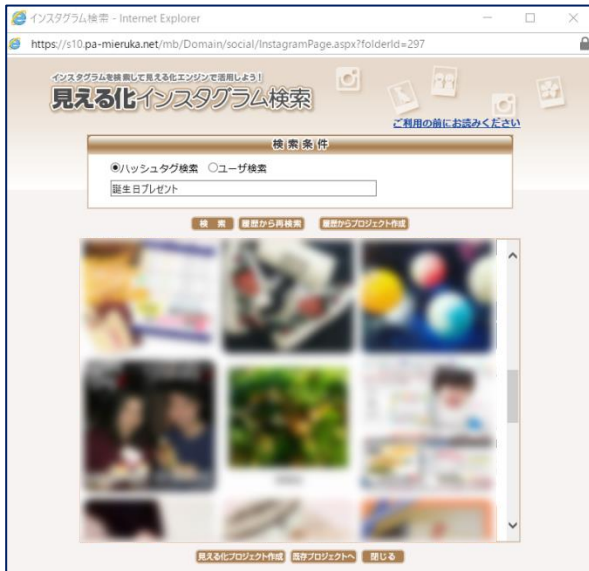


### ■<分析事例>画像 SNS 分析 “誕生日プレゼント”

SNS 上にある “誕生日プレゼント” に関する投稿を集め、その中から化粧品、および、リップ/グロスに関する分析を行いました。

#### 【ステップ1】画像とテキストの投稿データの収集

見える化エンジンから Instagram API を利用することで、画面から直接に投稿写真と記事を取得することができます。そのまま、画面上で取得したデータの画像情報とテキスト情報を見られます。以下の写真では、「#誕生日プレゼント」のハッシュのついた投稿を収集しています。



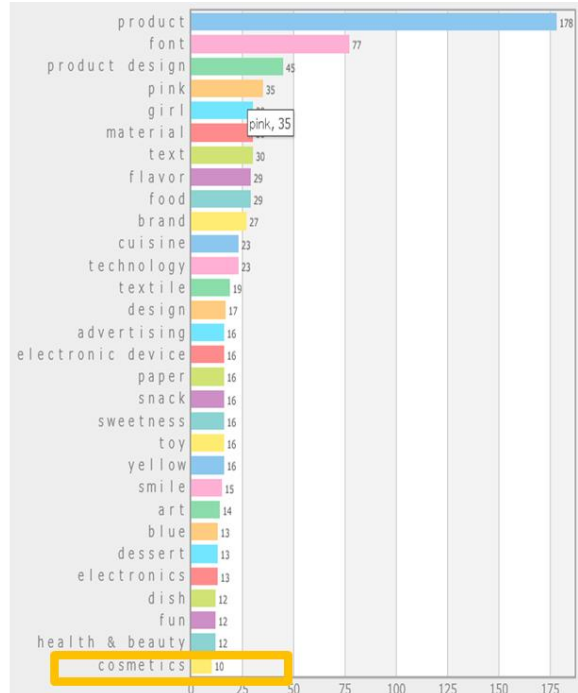
### 【ステップ2】AI 技術による画像情報からの人物や物体の画像認識(画像タグ付け機能)

AI 技術による画像解析技術を用いて、画像の被写体を認識し、自動的にラベルを付与します。画像のラベルの出現ランキングにより表示し、対象データの傾向を見ることができます。

ここでは、取得したデータに画像タグを付与し、画像タグの出現ランキングから傾向を探りました。以下では、化粧品に関する投稿に注目します。



No.	ラベル候補	スコア
1	pink	0.94
2	beauty	0.86
3	product	0.80
4	product	0.79
5	cheek	0.73
6	lip	0.68

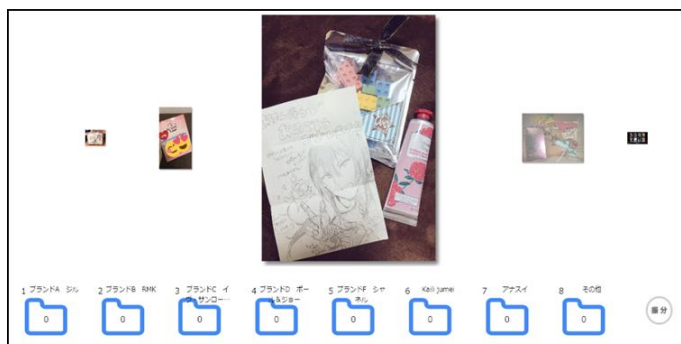


### 【ステップ3】企業や目的にあわせた分析の切り口にに応じたテーマ分類(画像分類機能)

ステップ2での AI 技術による画像タグで画像分類はできるものの、マーケティング業務で行われるような商品レベルでの分類はまだまだ困難です。そこで、担当者による目視での行なう画像分類を容易にできる機能を利用します。利用者による画像分類作業が円滑に進められるように、扱いやすいインターフェースや、反復作業の集中力が切れないような仕掛けを用意しています。

化粧品に注目した投稿の中から、さらにリップ/グロスに関する分析を行いました。ここでは、新機能である画像分類機能を用いて、リップ/グロスをブランドごとに分類します。

## カルーセル形式

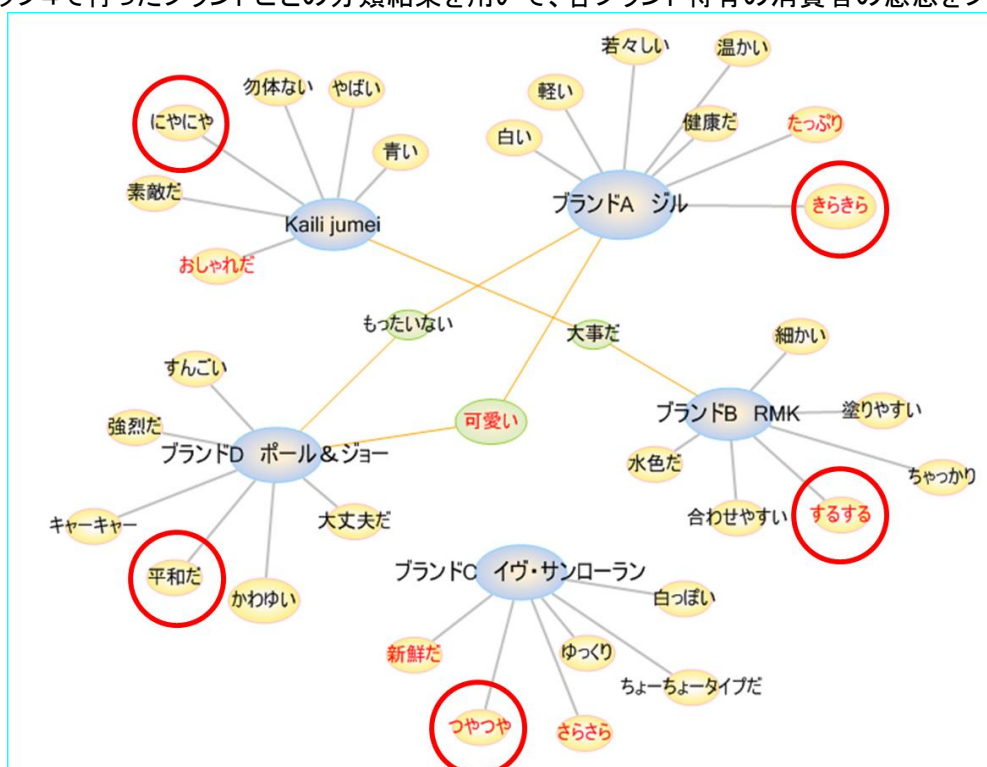


## モーショ形式



### 【ステップ4】テキストマイニング分析

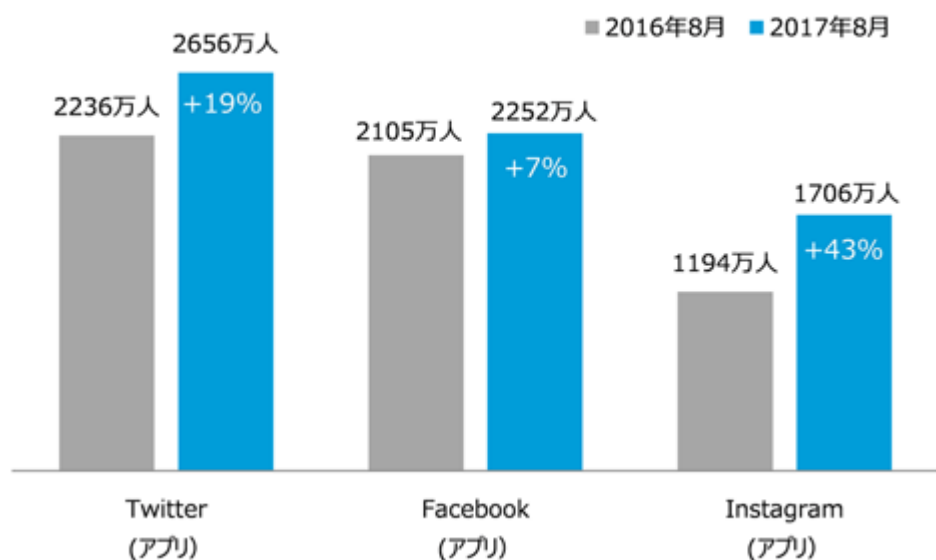
ステップ4で行ったブランドごとの分類結果を用いて、各ブランド特有の消費者の感想をプロットしました。



プラスアルファでは、マーケティング・プラットフォーム企業となることを目指して、今までも多様な顧客の声活用の方法やノウハウを提供してまいりました。本バージョンアップで搭載された画像分析機能も、顧客の声データを活かすための新しい手段と位置づけています。今後も、企業と顧客との距離をより近づけられるように見える化エンジンは進化していきます。

### ■参考資料

図表1: 各SNSサービスアプリ利用者数と増加率



Source: Nielsen Mobile NetView 18歳以上の男女

[http://www.netratings.co.jp/news\\_release/2017/09/Newsrelease20170926.html](http://www.netratings.co.jp/news_release/2017/09/Newsrelease20170926.html) より

---

**【ニュースリリース、製品に関するお問い合わせ先】**

株式会社プラスアルファ・コンサルティング 見える化エンジン事業部 担当: 甫坂

TEL: 03-6432-4016 E-mail: [hosaka@pa-consul.co.jp](mailto:hosaka@pa-consul.co.jp)