

印象に基づくキャッチコピー作成支援システム

大谷 紀子 研究室

0432139 杉山 辰彦

1. 研究の背景と目的

キャッチコピーとは人を「引き付ける言葉」であり、主に広告業界で使用されている。キャッチコピーの作成において、まず適当なキーワードを考え、語呂が似ていて違う意味を持つ単語を探し作成する方法がある。良いキャッチコピーを作成する作業は、多くの時間をかけて試行錯誤することを必要とし、誰にでも容易にできるものではない。文字ベースで作成するよりも、関連する画像を見ることで作成対象に対してのイメージが広がり、良いものを作成できるようになる。現状、ユーザが入力するキーワードにより、キャッチコピー作成に利用可能な単語候補を提示するキャッチコピー作成支援システム〔1〕は存在するが、キーワードを決定する際に、印象を利用するシステムは存在しない。

本研究では、キャッチコピーを作成する過程を簡略化し、誰にでも、より良いキャッチコピーが簡単に作れるように支援することを目的とする。任意のキーワードに類似した単語を表示し、さらにキャッチコピー候補となる諺・慣用句を提示する機能や、キーワードに関連する画像を表示し、印象を入力した際に類似単語を提示する機能を持つシステムを構築する。また評価実験により有用性を示す。

2. システムの概要

本研究で提案するシステムは、ユーザが入力したキーワードから、類似した単語と諺・慣用句、画像検索を用いた印象に基づく単語を表示するシステムである。単語はキーワードに類似した単語を候補とし、諺・慣用句は類似した単語を含む諺・慣用句を候補とする。画像検索機能はキーワードに関連した画像を候補として表示し、画像を見た印象を入力することにより、入力した印象に類似する単語を候補として表示する。図1にキーワード入力時の画面例、図2に画像検索時の画面例を示す。

単語や諺・慣用句、画像検索の候補決定方法を以下に記す。

(1) 単語

入力されたキーワードに対し、3分の2以上同じ読み方をする単語をキャッチコピー候補として表示する。

(2) 諺・慣用句

(1) で表示した単語の中から、ユーザが選択した単語が含まれた諺や慣用句をキャッチコピー候補として表示する。

(3) 画像検索

まず、入力されたキーワードで画像検索を行い、キーワードと画像掲載者が記載したコメントが一致した画像を表示する。

その後、印象をキーワードとして入力し、(1)と同様に読みが3分の2以上同じ単語をキャッチコピー候補として表示する。

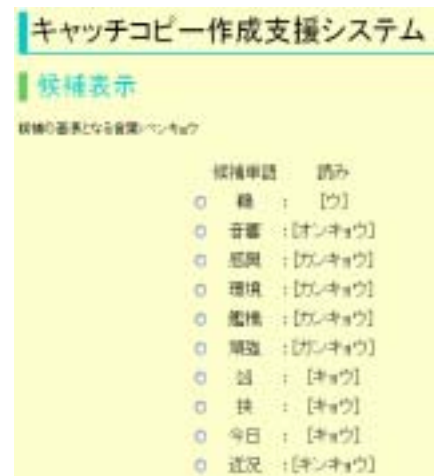


図1：キーワード入力時の画面例



図2：画像検索時の画像例

3. 実験

まず(1)被験者が自力で考える、次に(2)本システムを使用して考える、という2種類の方法でキャッチコピーを作成する実験を被験者46人を対象として行った。2種類の方法で固定のキーワードを2個、被験者自身で設定したキーワードを2個、合計で8個のキャッチコピーを作成させる。その後、アンケートを実施した。

被験者が本システムを使用して作成したキャッチコピーの一部を紹介する。ただし、【】内はキーワードとする。

オシム辞任を惜しむジャパン【オシム】

ハンカチなければ半価値王子【ハンカチ】

次にアンケート調査を行い、システム使用の感想、画像検索の感想、今後キャッチコピーを作成する際の、本システムの使用希望有無を回答させた。アンケート結果の一部を図3、図4に示す。

図3の使用した感想について、8割以上の被験者から「面白い」または、「まあ面白い」という回答が得られた。理由は、「思いつかなかった単語が表示される」や「知らない単語が表示される」という意見が多く挙げられた。

また、図4の今後の使用希望有無を問う質問では、被験者の9割から「使用したい」、「使用してもよい」という回答が得られた。感想の時と同様に、「便利」や「作成支援をしてくれる」という意見が多かった。

画像検索のアンケート結果は、被験者の約6割から「役に立つ」、約2割から「まあ役に立つ」という回答が得られた。「作成のイメージを膨らますことができる」や、「文字だけよりも作成する候補が増える」という意見が多かった。

しかし、その他の意見として、「長い単語を入力すると候補単語が出にくい」や、「カタカナ語になると単語候補が減る」、「複数の単語も選択できるようになるといい」などの意見が挙がった。

4. 考察

アンケート結果では、「面白い」という結果が多く挙がったが、被験者から指摘があったように、カタカナ語にほぼ対応していない。データベースに約5万語の単語が用意されているが、これ以上に増やすことが必要である。被験者からの指摘にあったように、文字数の長い単語や、カタカナにも対応したデータベースにする必要性があると考えられる。

印象に基づいてキャッチコピーの作成が可能になった点について、「実際に目で見るとアイデアが浮かぶ」や「知らないものでも目で見れば理解できる」などの意見が多かった。また、キャッチコピーの自作は時間がかかり、難しいという意見が多く挙がったが、本システムを使用することにより、作成時間の短縮と負担の軽減が可能になったという意見が多く挙げられた。これより、上記の「思いつかなかった単語が表示される」などの評価と合わせ、システムの有効性が認められたと考える。

参考文献

〔1〕浅野明香, “キャッチコピー作成支援システム”, 武蔵工業大学卒業論文, 2006.

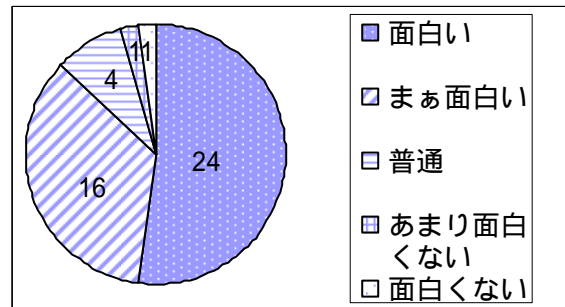


図3：感想

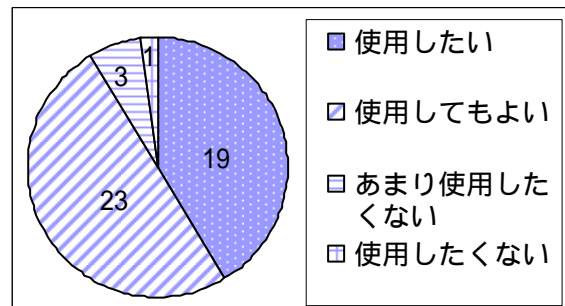


図4：評価