

令和5年
修士論文草稿

タイトル

指導教員：相馬 隆郎

東京都立大学大学院
電子情報システム工学域

学修番号：22861651

氏名：西原涼介

論文要旨

ここから論文要旨

目 次

第 I 部	はじめに	3
1	研究背景	3
2	関連研究	3
2.1	BTM の解釈性の向上	3

第I部

はじめに

1 研究背景

近年、Amazon や楽天市場などの大手 EC サイト以外にも多くの EC サイトが普及し始め、その利用者も急増している。そして商品を購入する際に EC サイトのレビューを参考に行っている利用者の割合は約 70 の中でもレビューの信頼性を重要視している人が多いことが明らかになっている。また、企業にとっても EC サイトのレビューからユーザーの嗜好や意見を分析し、マーケティングに活用することが重要な課題となっている。そのため、EC サイトのレビューの信頼性を評価する評判分析や口コミ分析に関する研究が多く行われている。EC サイトのレビューの他にも、近年では YouTube のような動画投稿サイトや SNS での自社製品・サービスの宣伝を行う企業が増えてきている。そして、その宣伝に対するユーザーのコメントも、他のユーザーが商品の購入を検討する際の重要な判断材料になり得ると考えられる。つまり、SNS や YouTube 上での商品の宣伝に対するコメントは、EC サイトのレビューと同等の機能を持ち、評判分析の対象になると考えられる。しかし、SNS や YouTube はその特性上、誰でも気軽にコメントを投稿できるため、商品やサービスに関係ないコメントが多数存在する。そこで、本研究では Biterm Topic Model を用いた商品に関するトピック抽出によって、YouTube 上で自社製品やサービスを宣伝している動画に対するユーザーのコメントから、その商品やサービスに対して関連性が高いコメントを抽出するシステムを作成した。

2 関連研究

2.1 BTM の解釈性の向上

先行研究の始まり