

レビューサイトを用いた地域ごとの嗜好性の調査

梅田 由貴 † 山口 実靖 ‡

工学院大学電子工学科 † 工学院大学情報通信工学科 ‡

1. はじめに

Web 上には、商品に対する評価(レビュー)を集めたレビューサイトが多数存在している。しかし、全ての商品に多数のレビューが存在しているとは限らず、また自国のレビューサイトには多くのレビューが存在しないが、他国のレビューサイトには多数のレビューが存在する場合もある。このような場合、自国のレビューサイトの情報不足を補うために他国のレビューサイトの情報を参考にすることが考えられるが、文化や嗜好性の差異により単純な手法では参考にすることができないと予想される[1]。

そこで本研究では、他国レビューサイトの情報の有効利用の実現を目的として、有効利用の実現可能性の調査、評価点の国間の相関の調査、国間で強い相関を持ち他国レビューサイトが参考となりやすい商品やジャンルの調査を行う。

2. レビューサイト

レビューサイトではユーザが商品に対する評価を投稿し、公開すること可能であり、閲覧者は投稿されたレビュー群から商品に対する情報を取得することができる。多くの場合、評価は点数で行われ、定量的に評価情報を取得可能となっている。また、国際的にサービスを提供しているレビューサイトもあり、容易に他国のレビューを閲覧することができる。

3. 評価点の国間の相関

日米英独の Amazon を用いて、同一商品に対する各国の評価の類似性を調査した。各国のレビュー群から、レビューの多い DVD72 作品の評価情報、ゲーム 56 作品の評価情報、家電 30 点の情報を抽出し、商品評価点の国間の相関を調査した。DVD はレビュー数が 30 以上の作品のみを、ゲームはレビュー数が 20 以上の作品のみを、家電はレビュー数が 10 以上のもののみを選択した。また、全ての国のレビューサイトにて多数のレビューを有す商品が多数存在する商品種別は、これら以外に発見されなかった。

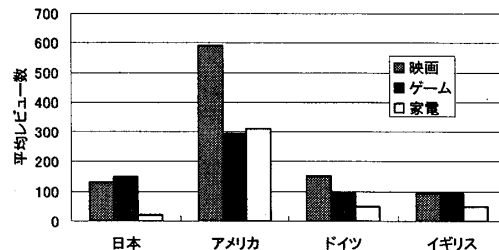


図 1 各国のレビュー数

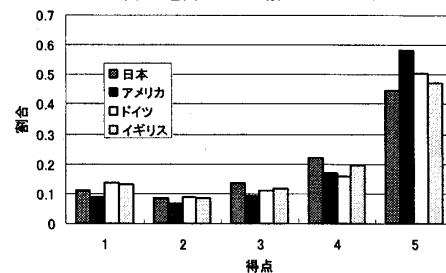


図 2 DVD の評価点の分布

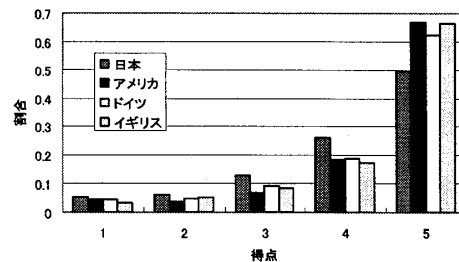


図 3 ゲームの評価点の分布

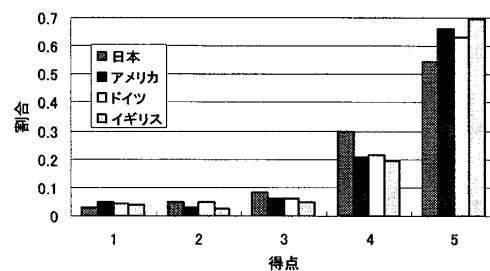


図 4 家電の評価点の分布

3.1 基礎調査

各国の商品種別ごとのレビュー数を図 1 に、評価点の分布を図 2, 3, 4 に示す。

図 1 より、米国におけるレビューの数が他国(日本を含む)よりも多く、多くの情報が米国レビューサイトに存在していることが分かる。

図 2, 3, 4 より、国によらず高得点を与えたレビューが多く、低得点が少ないことが分かる。

A Study for Referring Foreign Review Sites
 † Yoshitaka Umeda, Department of Electronic and Communications Engineering Kogakuin University
 ‡ Saneyasu Yamaguchi, Department of Electronic and Communications Engineering Kogakuin University

また、ゲーム、家電の評価点は分散が小さく(高得点に集中)、DVD は比較的分散が大きいことがわかる。

3.2 商品ジャンルごとの国間の相関

DVD72 作品, ゲーム 56 作品, 家電 30 作品に関して, 国間の評価点の相関係数(ピアソン積率相関係数)を求めた。結果を図 5, 6 に示す。図より, DVD, ゲーム, 家電の順に国間の評価の相関が強いことが分かった。よって商品種別で比較すると, DVD は他国のレビューサイトが参考になる可能性が高く, 家電は可能性が低いと考えられる。

3.3. ジャンルごとの相関の調査

前節にて比較的強い相関が得られた DVD, ゲームについて更なる詳細な調査を行う。DVD をアクションと非アクション, 実写とアニメ, 2000 年以前作品と以降作品に分け, ゲームをアクションと非アクション, RPG と非 RPG に分け, それぞれの分類における国間の相関係数を求めた。結果を図 7, 8 に示す。DVD に関しては, DVD 全体として国間で強い相関があるが, アニメ作品, 2000 年以前の作品に関しては国間の相関が弱いことが分かった。ゲームに関しては, 全体的に弱い相関がとれた。

4. 考察

DVD に関しては国間で強い相関があり, 前章で示した相関の弱いジャンル以外の作品に関しては他国のレビューサイトの情報も参考にできる可能性が高いと考えられる。

ゲームと家電に関しては, 全体的に国間の相関が弱く, 我々の調査の限りでは強い相関を得ることができる効果的な絞り込み(ジャンルや発売年度など)の存在を確認することができなかった。この原因として, 図 3, 4 の様にゲーム, 家電の評価点は分散が小さく, 高得点に集中していることが考えられる。

5. おわりに

本稿ではインターネット上のレビューサイトに着目し, 他国のレビューサイトの情報の利用について, 他国のレビュー情報の有効利用の実現可能性に関する調査, 他国のレビュー情報が有効に使用できる可能性が高い強相関ジャンルの調査を行った。

調査の結果, DVD が国間で強い相関を持ち, 特に実写作品が強い相関を持つことが確認された。

今後は, 強い相関が得られたジャンルにおける他国のレビューがユーザにとって有益と感じられるか否かの調査, 有益なレビューの判定方法に関する考察, さらに商品種別やジャンルを

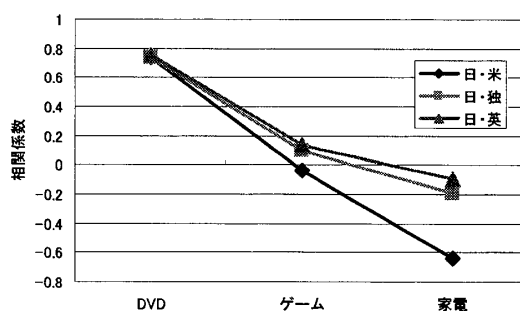


図 5 映画・ゲーム・家電の評価点の国間の相関

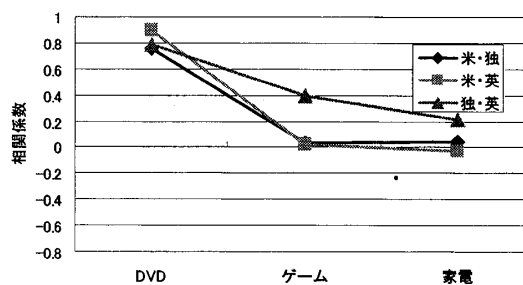


図 6 映画・ゲーム・家電の評価点の国間の相関

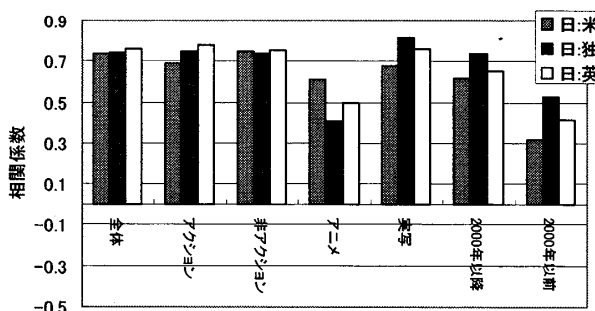


図 7 DVDのジャンルごとの評価点の国間の相関

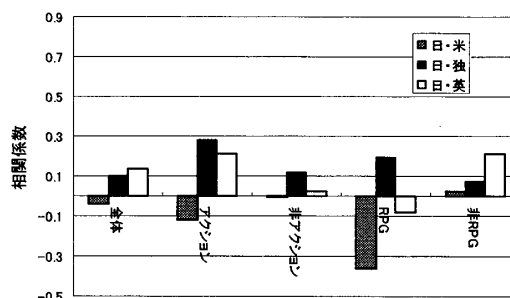


図 8 ゲームのジャンルごとの評価点の国間の相関

拡充しての調査を行っていく予定である。

参考文献

- [1] 服部 聡司, "レビューサイトのレビューの信頼性に関する一考察", 電子情報通信学会 2009 年総合大会 学生ポスターセッション, No. 107.