

C to C 市場における偽物商品判別支援システムの提案

八重沢 結†

植竹 朋文‡

専修大学 経営学部 経営学科†

専修大学 経営学部 経営学科‡

【1. 研究背景】

近年、オンライン市場の成長に伴い、C to C 市場が急速に拡大している。しかし、C to C 市場の発展とともに、詐欺行為や不正行為の横行が問題となっている。そこで、フリマアプリ利用者のどれほどの人が、偽物商品が出品されていることに不安を感じるか、独自にアンケート調査をしたところ、約 9 割の人が不安に感じるという結果が得られた。そこで、私はこの問題を解決したいと考えたのが本研究の動機である。

【2. 研究対象・目的】

本研究は、C to C 市場において商品知識を十分に持っていない人を対象に、偽物商品の判別を支援するシステムを提案することを目的とする。なおここでは、スニーカーを対象とする。

【3. 現状分析】

ここでは、偽物の判別基準について明らかにするために、以下の調査を行った。

- ① 参考文献[7]の調査
- ② C to C 市場（メルカリ）における偽物商品（30 件）の分析

分析の結果、以下の 4 点が明らかになった。

- 偽物は特徴的な部分（スニーカーの場合：ヒール・ソール・ロゴマーク）や付属品の有無に差異が出ることが多い
- 値段が相場と異なることが多い
- 商品画像が本物と異なることが多い
- 偽物の出品者は評価が少ない状態で高額商品を多数出品していることが多い

次に、偽物への対策を行なっている既存システムである GOAT[2]と KOMEHYO[3]と、メルカリやヤフオクなどの C to C アプリの比較分析を行った（表 1）。

表 1: 既存システム(アプリ)の分析

市場	真贋判定	信頼度	価格	手軽さ
GOAT, KOMEHYO	○	○	×	△
C to C アプリ	×	△	○	○

分析の結果、既存システムでは真贋判定を得意としているものの、価格や手軽さに欠けており、誰でも気軽に利用できるわけではないことが明らかになった。

以上の分析結果から、真贋は商品情報と出品者情報からある程度判断できることと、誰もが気軽に利用している C to C アプリにおいては、真贋の判別を十分に支援していないことが明らかになった。

【4. システム提案】

本研究では、フリマアプリでユーザが気になった商品の正規品度を商品と出品者の情報を利用して計算し、なぜそのような数値になったかというレコメンドと正規品との比較画像を提供するシステムを提案する。

本システムは以下の 3 つの機能を持つ。システムの概要を図 1 に示す。

① 正規品度の計算機能

正規品度(5 点満点) =

$$\begin{aligned}
 & (\text{付属品 } P(\text{レシート・商品タグ・箱の有無を数値化、5 段階評価}) \\
 & + \text{価格 } P(|\text{相場価格} - \text{販売価格}| \div \text{相場価格を 5 段階評価}) \\
 & + \text{出品者 } P((\text{良コメ数} - \text{悪コメ数}) / \text{全コメ数} * 5) \\
 & + \text{対応 } P(\text{コメントに対する返答率を 5 段階評価})) / 4
 \end{aligned}$$

② レコメンド機能

正規品度と各項目の評価点（表 2）に応じて、どの部分に問題があるか提示する

表 2: レコメンドの例

正規品度	レコメンドのコメント
5 点	様々な観点からみてよい商品だと思われます。
3 点	部分ごとに欠点があります。注意してください。
1 点	偽物だと思われる商品です。

③ 画像提供機能

特徴的な部分ごとの正規品の写真を提示し、対象商品の写真との比較を容易にする

Proposal of fake product discrimination support system in C to C market

†Yui Yaezawa, School of Business Administration, Senshu University

‡Tomofumi Uetake, School of Business Administration, Senshu University

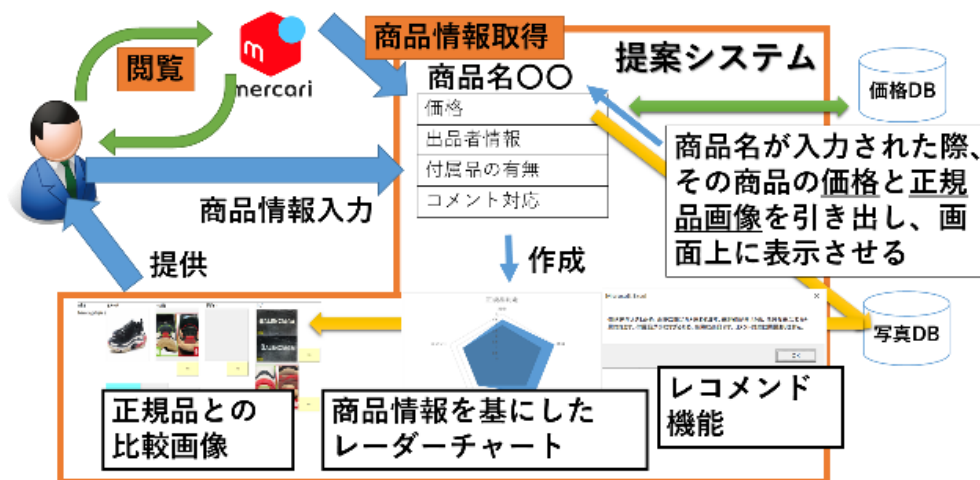


図 1: 偽物商品判別支援システム

【5. 効果検証】

ここではスニーカー（本物 2 つ、偽物 1 つ）を対象に、6 人に提案システムの有効性の検証を行った。その際、実用性や判断材料の妥当性などを調査した。

表 3: 提案システムの有効性

	本物を本物と思うか	偽物を本物と思うか
システムなし/ 提案システム	67 % / 100%	17 % / 0%

効果検証の結果（表 3）、システムを利用することで真贋判定が容易になっていることがわかった。

表 4: 各機能の有効性

機能の有効性	有効性 (5 点満点)
判定結果の適切さ	4.1
レコメンド機能の必要性	3.6
比較画像の必要性	4.8

ただ、レコメンド機能の拡充が必要であることも明らかになった（表 4）。

【6. 結論】

本研究で提案した偽物商品の特徴に基づく偽物商品判別支援システムを利用することにより、利用者は正規品の度合いを視覚的に判別できるようになり、詐欺行為や不正行為の被害が減少すると考えられる。

【7. 今後の課題】

レコメンド機能の更なる拡充とコメント対応

に関する得点に差が出にくいことから、得点の重み付けを再度検討する必要があるということが明らかになった。

◆参考文献

[1] メルカリ : <https://www.mercari.com/jp/>
 [2] GOAT : <https://www.goat.com/>
 [3] KOMEHYO : <https://www.komehyo.co.jp/nisemono>
 [4] クラリベイト・アナリティクス : <https://clarivate.jp/products/brand-protection/>
 [5] 経済産業省 : 「平成 30 年度電子商取引に関する市場調査」
 [6] 鶴沢 真, 「フリマアプリのマーケットデザイン」, 昭和女子大学現代ビジネス研究所 2016 年度紀要, p.1-13, 2017 年
 [7] WWD JAPAN.com: 出品を監視するブランド専門対策チームの仕事とは, <https://www.wwdjapan.com/articles/686196>
 [8] Aucfan : <https://aucfan.com>
 [9] 弁護士ドットコムニュース : https://www.bengo4.com/c_1018/n_3279/
 [10] BUYMA : <https://www.buyma.com/buyer/3156183/post/152726.html>
 [11] モノカウ : https://mono-cow.jp/brandlist/balenciaga/triple-s_authentic_checkpoint/
 [12] シェアリングエコノミーラボ : 「C to C (個人間取引)とは?」, https://sharing-economy-lab.jp/share_ctoc_economy