

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 特許公報(B2)

(11) 特許番号

特許第5622193号
(P5622193)

(45) 発行日 平成26年11月12日(2014.11.12)

(24) 登録日 平成26年10月3日(2014.10.3)

(51) Int.Cl.

G06Q 30/02 (2012.01)
G06F 17/30 (2006.01)

F 1

G06Q 30/02
G06F 17/30 210D
G06F 17/30 320A

請求項の数 1 (全 13 頁)

(21) 出願番号 特願2010-152861 (P2010-152861)
 (22) 出願日 平成22年7月5日 (2010.7.5)
 (65) 公開番号 特開2012-14614 (P2012-14614A)
 (43) 公開日 平成24年1月19日 (2012.1.19)
 審査請求日 平成25年6月25日 (2013.6.25)

(73) 特許権者 000151092
 株式会社電通
 東京都港区東新橋1丁目8番1号
 (73) 特許権者 510185918
 株式会社デザインインテグレート
 静岡県浜松市上島3-1-2-409
 (73) 特許権者 504269947
 株式会社トーキョウ・グレート・ヴィジュアル
 東京都港区赤坂4-12-5 FAD20
 B2
 (74) 代理人 100116850
 弁理士 廣瀬 隆行

最終頁に続く

(54) 【発明の名称】感性マーケティング手法

(57) 【特許請求の範囲】

【請求項 1】

複数の色を含む複数のコンテンツを記憶したコンテンツデータベース(11)と、
 情報入力者に関する情報を記憶した情報入力者記録部(13)と、
 前記情報入力者に行う複数の質問事項を表示するための表示部(15)と、
 前記表示部(15)が表示したそれぞれの質問事項に対して、前記コンテンツデータベース(11)に記憶された前記複数のコンテンツから複数個のコンテンツを前記情報入力者に選択させ、前記質問事項に対する回答として、入力するための回答入力部(17)と、

前記回答入力部(17)が入力した回答を記憶する回答記憶部(19)と、
 前記回答記憶部(19)が記憶した回答に基づいて、前記質問事項と回答とを分類する分類部(21)と、を有し、
 前記質問事項のそれぞれは、1つのキーワードを有しており、
 前記回答記憶部(19)は、前記情報入力者に関する情報と関連して、前記それぞれのキーワードと前記複数の選択されたコンテンツとを記憶し、
 前記分類部(21)は、前記情報入力者に関する情報、前記それぞれのキーワード及び前記複数の選択されたコンテンツを用いて、前記情報入力者の属するグループについて、前記それぞれのキーワードと関連したコンテンツを求める、
 システムにおいて、
対象物を撮影する撮影部(31)と、

10

20

前記撮影部（31）が撮影した対象物に含まれる色とそれぞれの色の割合を分析する色分析部（33）と、

前記対象物に関するターゲット層情報及び前記対象物に関するキーワードを入力する対象物情報入力部（35）と、をさらに有し、

前記対象物に関するキーワードは、前記複数の質問事項に含まれるキーワードのいずれかであり、

前記分類部（21）は、

前記対象物に関するターゲット層に含まれる情報入力者の前記対象物に関するキーワードを含む質問事項の回答に含まれる色のパターンと、前記色分析部（33）が分析した前記対象物の色のパターンとを比較し、

前記質問事項の回答に含まれる色のパターンと前記対象物の色のパターンとが一致又は類似する場合には、前記質問事項が有するキーワードを、前記対象物に関連するキーワードとして出力し、

前記対象物の色のうち、前記コンテンツデータベース（11）に記憶されていない色が存在している場合には、前記コンテンツデータベース（11）に記憶されていない色を、前記対象物に関するキーワードと関連付けて、前記コンテンツデータベース（11）に新たに記憶する

システム。

【発明の詳細な説明】

【技術分野】

【0001】

本発明は、選択したコンテンツに基づいて潜在的な感性を把握する感性マーケティングシステムに関するものである。

【背景技術】

【0002】

特開2006-72556号公報には、文章中に含まれる句読点に着目して登録者をグループ分けするシステムが開示されている。このシステムは、あるグループに含まれる人々の性質を適切に把握できるとされている。

【0003】

このシステムのようにターゲットとなる人々の性質を適切に把握することは、広告やマーケティングを行う上で重要である。たとえば、マーケティング担当者とマーケティング対象とに性別や年齢の相違点がある場合、担当者の感性に基づいた広告やマーケティングが、必ずしも対象者に受け入れられない。

【0004】

近年、商取引がグローバル化し、国際商取引が盛んになっている。すると、ある国の者の感性に基づいて制作した広告や商品は、他の国では受け入れられないという問題もある。

【先行技術文献】

【特許文献】

【0005】

【特許文献1】特開2006-72556号公報

【発明の概要】

【発明が解決しようとする課題】

【0006】

そこで、本発明は、ターゲットとなる層に含まれる人々の感性を適切に把握できるシステムを提供することを目的とする。

【0007】

本発明は、さらにある対象物とターゲットとなる層との感性のずれを評価できるシステムを提供することを目的とする。

【課題を解決するための手段】

10

20

30

40

50

【0008】

本発明は、基本的には、あるキーワードと関連して、複数のコンテンツを選択させることで、ターゲットとなる層の感性パターンを把握できるという知見に基づくものである。

【0009】

本発明の第1の側面は、9つのキーワードと、それぞれのキーワードに基づいて選択させた3つの色に基づく感性マーケティングシステムに関する。

【0010】

本発明者は、特に色に関する感性は、ヒトの属する層（グループ）によって大きく異なることを見出した。その人の属する層は、例えば、性別、年齢、地域、収入及び身分といった各人の情報に基づいて分類できる。そして、本発明者は、実際に長年にわたり複数のデータを取得し、グループ化と傾向を調査した。その結果、9つのキーワードと、それぞれのキーワードに基づいて選択させた3つの色を選択させた場合に、人々の感性パターンが最もよく現れることを見出した。本発明は、このような本発明者の長年の実験に基づくものである。10

【0011】

本発明の第1の側面は、感性マーケティングシステムに関する。このシステム1は、複数の情報入力者から得た回答をもとに、人の属する層におけるあるイメージと関連した色情報を得ることができるシステムである。

【0012】

そして、このシステム1は、コンテンツデータベース11と、情報入力者記録部13と、表示部15と、回答入力部17と、回答記憶部19と、分類部21とを有する。そして、表示部15が表示する9つの質問事項は、それぞれ1つのキーワードを有している。具体的な質問の例は、あるキーワードから連想される色を選択させるものである。そして、複数の色が、コンテンツデータベース11から読み出されて表示部15に表示される。そのため、情報入力者は、表示される複数の色から、キーワードから連想される3つの色を選択することで、あるキーワードに関連する色を回答することができる。そして、回答記憶部19は、情報入力者に関する情報と関連して、それぞれのキーワードと3つの色を記憶する。そして、分類部21は、情報入力者に関する情報、それぞれのキーワード及び3つの選択された色を用いて、情報入力者の属するグループについて、それぞれのキーワードと関連した色を求める。20

【0013】

本発明のシステム1は、上記のような構成を採用するため、適切にあるグループにおいて、あるイメージと関連した色及び色パターンを把握できる。

【0014】

本発明の第2の側面は、上記した第1の側面のシステムを一般化したシステムに関する。30

【0015】

すなわち、本発明の第2の側面は、複数のコンテンツを選択させることで、あるグループに属する者があるキーワードと関連して選択するコンテンツ及びコンテンツのパターンを提供するものである。40

【0016】

本発明の第2の側面は、選択させたコンテンツに基づいて感性分析を行うためのシステムに関する。そして、このシステム1は、コンテンツデータベース11と、情報入力者記録部13と、複数の質問事項を表示する表示部15と、回答入力部17と、回答記憶部19と、分類部21とを有する。

【0017】

そして、回答記憶部19は、情報入力者に関する情報と関連して、それぞれの質問事項に関するキーワードと複数の選択されたコンテンツとを記憶する。分類部21は、情報入力者に関する情報、それぞれのキーワード及び複数の選択されたコンテンツを用いて、情報入力者の属するグループについて、それぞれのキーワードと関連したコンテンツを求める50

る。

【0018】

本発明の第2の側面の好ましい態様は、さらに対象物を撮影する撮影部31と、撮影部31が撮影した対象物に含まれる色とそれぞれの色の割合を分析する色分析部33と、対象物に関するターゲット層情報及び前記対象物に関するキーワードを入力する対象物情報入力部35とを有するものである。そして、この態様のシステムは、分類部21が、対象物に関するターゲット層に含まれる情報入力者の対象物に関するキーワードを含む質問事項の回答に含まれる色と、色分析部33が分析した対象物の色とを比較して、比較結果を出力する。

【発明の効果】

10

【0019】

本発明によれば、複数の者にコンテンツを選択させることで、ターゲットとなる層に含まれる人々の感性を適切に把握できるシステムを提供できる。

【0020】

本発明によれば、ある対象物に含まれる色を分析し、その対象物のイメージと、ターゲットとなる層から得た回答に示される色によって示される感性のずれを評価できる。

【図面の簡単な説明】

【0021】

【図1】図1は、本発明のシステムの基本構成例を示すブロック図である。

20

【図2】図2は、コンテンツデータベースが記憶する色の情報例を示す図である。

【図3】図3は、本実施例で用いた9つのキーワード及びその関係を示す図である。

【図4】図4は、9つのキーワード間の空間配置例を示す。

【図5】図5は、実際に19人の被験者に、9つのキーワードから連想される色を選択させた結果を示す。

【図6】図6は、浅草寺の山門の図面に替わる写真である。

【図7】図7は、色分析の結果を示す図である。

【図8】図8は、色の割合を示す図である。

【図9】図9は、9つのキーワードの分類基準を示す。

【図10】図10は、複数の自動車の感性位置を示す。

【図11】図11は、各キーワードと関連して選択されたケーキ画像を示す。

30

【図12】図12は、紙面により行ったアンケート表を示す。

【発明を実施するための形態】

【0022】

以下、本発明を実施するための形態について説明する。図1に示されるように本発明のシステム1は、基本的には、コンテンツデータベース11と、情報入力者記録部13と、表示部15と、回答入力部17と、回答記憶部19と、分類部21と、を有する。

【0023】

本発明のシステム1は、通常、コンピュータにより実装される。本発明のシステム1は、サーバとクライアントとを含むサーバ・クライアントシステムとして実装されてもよい。また、コンピュータは、スタンドアロンタイプのものに限られない。コンピュータは、携帯端末に実装されたものであってもよい。携帯端末の例は、携帯電話、携帯型パーソナルコンピュータ、PDA、及びipod(登録商標)である。

40

【0024】

本発明のコンピュータは、入出力装置、演算装置、制御装置及び記憶装置を有している。そして、各要素はバスなどで接続されている。コンピュータは、このような構成を採用することで、情報の授受を行うことができるようになっている。また、記憶装置のうちのメインメモリには、制御プログラムを記憶したCD-ROMなどのコンピュータ読み取り可能な情報記録媒体が格納されている。そして、入力装置から情報が入力されると、制御部は、適宜制御プログラムを読み出して、制御プログラムの指令に従い、適宜記憶装置に記憶された情報を読み出し、演算装置にて演算を行う。そして、演算結果を適宜記憶装置

50

に記憶し、出力装置から出力する。

【0025】

コンテンツデータベース11は、複数のコンテンツを記憶したデータベースである。このデータベースに記憶されたコンテンツは、後述する表示部に表示される。コンテンツ数が少ない場合は全てのコンテンツを一度に表示されてもよい。また、コンテンツ数が多い場合は、コンテンツをツリー構造に分類して、コンテンツを順次選択できるようにしてもよい。

【0026】

コンテンツデータベース11が記憶するコンテンツの例は、複数の色である。図2は、コンテンツデータベースに含まれる色の例である。図2に示されるように、コンテンツデータベースに含まれる色は、100色以上(1000色以下)の色であることが好ましい。複数の色は、例えば、色相、彩度及び明度のような色の指標によって分類され整理される。本発明者が長年にわたり実験を行った結果、それぞれの人は通常限られた色しか使用しない。それにもかかわらず、各人が使用する色は微妙に異なっている。そのため、質問の回答として選択させる色は、100色以上である場合に、より適切な色分析を行うことができる。

10

【0027】

なお、ある地域について分析する場合、その地域に特異的な物の色を分析して、色相、彩度及び明度を含む色情報が近い色の付近に分析した色を追加することが望ましい。特異的な色の例は建物、食器、及び衣服である。たとえば、歴史的建造物が多い地方に住む者は、漆による朱色を日常的に目にしている。そして、その漆による朱色がその建物のイメージと合わさってあるイメージに関する色として潜在的に記憶される。このような色がその地方に住む者の感性といえる。例えば、日本人であれば、誰でも目にしたことのある桜、富士山、及び日本人の黒髪といった写真から色情報を抽出して、コンテンツデータベースに含まれる色に加える。このようにすることで色分析を適切に行うことができるところとなる。

20

【0028】

コンテンツデータベース11が記憶するコンテンツの例は、複数の画像である。複数の画像から、いくつかの画像を選択させることで、あるイメージに関する画像イメージを提供できる。

30

【0029】

コンテンツデータベース11が記憶するコンテンツの例は、複数の単語である。あるキーワードと関連して複数の単語を選択させることで、あるイメージに関する単語群を把握できる。

【0030】

情報入力者記録部13は、情報入力者に関する情報を記憶した記憶部である。情報入力者に関する情報の例は、年齢及び性別である。これにより、年齢層と性別により人をグループ化できる。情報入力者に関する情報の例は、年収である。年収は商品の購買力に大きく寄与する。このため、年収情報を用いることでより適切にマーケティングできることとなる。情報入力者に関する情報の別の例は、身分である。身分の例は、公務員、会社役員、自営業、サラリーマン、専門職、及び学生である。情報入力者記録部13は、情報入力者のIDとともに、各種情報を記憶することが好ましい。

40

【0031】

情報入力者に関する情報の別の例は、国籍である。国籍に関する情報があるので、本発明のシステムを用いることで、たとえば、ある企業が海外に進出する際に、その国の国民が潜在的に有している感性を把握できる。この際、国籍に関する情報を用いて、表示部に表示される色を増やしてもよい。この場合、コンテンツデータベースには、国情報と関連した色が記憶されている。そこで、情報入力者がコンピュータに入力した国籍を読み取って、コンテンツデータベースからその国と関連して記憶されている色を読み出し、通常表示部に表示される色に加える。

50

【0032】

表示部15は、情報入力者に行う複数の質問事項を表示するための要素である。複数の質問事項はたとえば9つの質問事項である。そして、質問事項のそれぞれは、1つのキーワードを有している。表示部15は、通常モニタである。

【0033】

回答入力部17は、表示部15が表示したそれぞれの質問事項に対して、コンテンツデータベース11に記憶された複数のコンテンツから複数個のコンテンツを情報入力者に選択させ、質問事項に対する回答として、入力するための要素である。例えば、コンピュータが、キーボードやマウスを有する場合、これらのポインティングデバイスを用いてコンピュータに入力された指示情報に基づいて、回答がコンピュータに入力される。

10

【0034】

回答記憶部19は、回答入力部17が入力した回答を記憶するための記憶部である。回答記憶部19は、情報入力者に関する情報と関連して、それぞれのキーワードと複数の選択されたコンテンツとを記憶する。

【0035】

分類部21は、回答記憶部19が記憶した回答に基づいて、質問事項と回答とを分類する。分類部21は、情報入力者に関する情報、それぞれのキーワード及び複数の選択されたコンテンツを用いて、情報入力者の属するグループについて、それぞれのキーワードと関連したコンテンツを求める。

20

【0036】

分類部21は、情報入力者に関する情報を用いて、情報入力者の属するグループを求め、情報入力者の属するグループに含まれる複数の情報入力者の回答を用いて、それぞれのキーワードと関連したコンテンツの傾向を求める。

【0037】

次に、本発明のシステム1の動作例について説明する。以下説明する例は、複数の情報入力者から得た回答をもとに、人の属する層におけるあるイメージと関連した色情報を得ることができるシステムである。

【0038】

このシステム1は、コンテンツデータベース11に複数の色情報が分類されて記憶されている。また、コンテンツデータベース11には、ある地方やある国と関連して、通常表示部に表示されない色をも含んでいてもよい。また、情報入力者記録部13には、既に質問的回答を回収した複数の情報入力者に関する情報が入力されている。

30

【0039】

新たな情報入力者が質問に回答する場合、表示部が情報入力者に関する情報を入力する画面を表示する。この画面には、たとえば、氏名、性別、生年月日、収入、及び身分に関する情報が含まれる。

【0040】

情報入力者が、キーボードを用いて必要な情報を入力する。すると、コンピュータは、入力された情報を受け取り、新たなIDを情報入力者に割り当てる。それとともに、このIDと関連して、氏名、性別、生年月日、収入、及び身分に関する情報を、情報入力者記録部13に記憶する。これにより、コンピュータは、情報入力者記録部13を更新する。

40

【0041】

その後、コンピュータは、記憶部から情報入力者に行う複数の質問事項を読み出す。そして、コンピュータは、読み出した質問情報を表示部15に表示する。

【0042】

質問事項の例は、キーワード「素」から連想される色を3色選択せよというものである。そして、表示部15には、コンテンツデータベース11に格納された色情報が表示される。

【0043】

情報入力者は、表示部15に表示された色から、そのキーワード「素」に関連する3つ

50

の色を、マウスを用いて選択する。表示部15に表示された色にはそれぞれ色IDが振られている。すると、情報入力者に選択された色に関する情報である色IDがコンピュータに入力される。

【0044】

コンピュータは、この回答された色IDを、情報入力者のIDとともに質問IDと関連して回答記憶部19に記憶させる。

【0045】

このように、9つの質問を行い、順次質問IDとともに、回答された色IDを回答記憶部19に記憶させる。このようにしてコンピュータは、回答記憶部19の記録情報を更新する。

10

【0046】

分類部21は、質問ID毎に、回答を分類する。たとえば、3つの色の色相、彩度及び明度のうちいずれか又は2つ以上を用いて、回答パターンを分類する。分類の例は、3つの色が全て赤みのある色であるパターン、3つの色が全て彩度の高い色であるパターンである。

【0047】

例えば、ある企業が、20歳～25歳の女性をターゲットとして、素、優、及び品にイメージされる製品を製造販売しようとしたとする。すると、コンピュータに、上記の情報が入力される。

【0048】

20

すると、分類部21は、情報入力者として、20歳～25歳、及び女性に該当する情報入力者を選択する。そして、そのグループに含まれる情報入力者の回答のうち、素、優、及び品のそれについて選択された3つの選択された色の集合を呼び出す。そして、分類部21は、そのグループに含まれる回答情報をパターン化する。それぞれの色には、色IDが付されている。そして、それぞれの色は、図2の表に表示される位置を基本とした座標が割り当てられている。例えば、この座標値を用いることで、3つの色をパターン化することができる。パターン化の例は、色相が一色の領域内（たとえば、x座標がある一定の範囲内）にあるもの、2つの色相がある一色の領域内に存在し、残りがある色相に含まれるもの、彩度及び明度が一定の範囲であるものである。

【0049】

30

本発明の好ましい態様は、上記のシステムであって、対象物を撮影して、その対象物に込められたイメージと、その対象物に対してターゲット層を持つと考えられるイメージの相違を評価するものである。

【0050】

このシステムは、先に説明した要素に加えて、撮影部31と、色分析部33と、対象物情報入力部35とを有する。この装置の基本構成は、たとえば、特許4242922号公報などの色診断装置に開示されたものを適宜採用できる。

【0051】

すなわち、撮影部31は、対象物を撮影するための装置である。撮影部31の例は、CCDカメラである。撮影部31は、画像を読み取り、入力画像を得る手段である。撮影部31は、カラー画像を取得できるものであれば特に限定されない。撮影部31の例は、カラースキャナ、i1Pro（登録商標）、デジタルカメラである。また、撮影部31は、CADデータを装置内に入力できるものであってもよい。この場合、たとえば、イラストレータ（登録商標）などで作成した、画像データを受信する手段が、撮影部31として機能する。

40

【0052】

色分析部33は、撮影部31が撮影した対象物に含まれる色とそれぞれの色の割合を分析するための要素である。色分析部33は、入力画像がコンピュータグラフィックスで作成されている場合は、画像情報を分析することにより入力画像をラインごとに掃引して色相や輝度を分析するものである。たとえば、入力画像をラインごとに掃引し、輝度の変化

50

が一定以上の場合に別領域と判断すればよい。また、入力画像をラインごとに掃引し、色合いが大きく変化した場合に、別領域と判断してもよい。そして、入力画像を領域分けした後に、その領域ごとの色を記憶する。この領域に含まれる複数のピクセルは、光や影の影響を受けて色彩や輝度が変化していることがある。たとえば、領域に含まれる色彩や輝度の平均値をその領域の色とすればよい。

【0053】

対象物情報入力部35は、対象物に関するターゲット層情報及び対象物に関するキーワードをコンピュータに入力するための装置である。このシステムでは、コンテンツデータベース11が、複数の色を記憶するものである。

【0054】

10

たとえば、この例では、ある対象につき、趣というイメージを持っており、ターゲットは40才から60才の男性であり、年収1000万円以上であったとする。この例では、対象物に関するキーワードは、趣である。この趣に関して、回答記憶部19には、複数の回答が記憶されている。

【0055】

コンピュータは、入力されたターゲット層に関する情報を用いて、ターゲット層に含まれる情報入力者群を選択する。そして、回答記憶部19から、選択された情報入力者の回答を読み出す。そして、読み出した回答を用いて、色パターンを求める。

【0056】

そして、求めた色パターンと、対象物を分析した色パターンとを比較する。このようにして、対象物の色が、ターゲットと一致しているか否か判断することができる。

20

【実施例1】

【0057】

次に、実施例を用いて本発明を具体的に説明する。しかしながら、本発明は、実施例に限定されるものではない。

【0058】

図3は、本実施例で用いた9つのキーワード及びその関係を示す図である。すなわち、この実施例では、キーワードとして、愛、素、優、楽、趣、品、華、格、及び理の9つを選択した。そして、この9つを感性分類とした。

【0059】

30

図4は、9つのキーワード間の空間配置例を示す。すなわち、各キーワードの近接度を求める際に、それぞれのキーワードに座標を割り当てた。この実施例では、そのように割り当てた空間座標と回答を用いて、回答をパターン化した。

【0060】

図5は、実際に19人の被験者に、9つのキーワードから連想される色を選択させた結果を示す。各人には、それぞれのキーワードに関連して3つの色を選択させた。なお、この実験では、各人に100色から120色の範囲の色を提供した。

【0061】

各キーワードに関連して選択させた3つの色には、明らかな傾向が見られた。そこで、3つの色の色IDから、データベース上の座標を求めた。その上で、求めた座標値を用いて、3つの色のパターニングを行った。

40

【実施例2】

【0062】

次に、浅草寺の山門を色分析した。

【0063】

図6は、浅草寺の山門の写真である。この写真をコンピュータが取り込んだ。そして、コンピュータに写真を表示させた。その上で、色解析領域を指定し、その範囲に含まれる色情報を分析した。

【0064】

この実施例では、山門を対象物とした。そこで、写真から背景を取り除く演算を行い、

50

山門のみの部分を抽出し、色分析を行った。写真から背景を取り除く演算は、画像データの各画素を行毎にスキャニングして、対象物の輪郭を把握し、対象物の外側部分を背景とした。

【0065】

図7は、色分析の結果を示す図である。図8は、色の割合を示す図である。山門の色分析データを、回答記憶部が記憶した回答パターンと比較した。すると、山門の色分析の結果のパターンと、回答記憶部が記憶した華、格、品及び理を所定の割合で合わせた色パターンとよく類似したパターンであることが分かった。すなわち、日本人全体において、山門について、華、格、品及び理というイメージを有するものであることが分かった。

【0066】

なお、色分析の結果、もともとのコンテンツデータベース11に含まれない色が存在した。このため、色相、彩度及び明度について、図2の表における座標を求め、コンテンツデータベース11に、日本及び浅草との国籍・地域キーワードと関連して、求めた座標値と、新たな色に関する情報を記憶した。

10

【実施例3】

【0067】

次に、複数の車が、どのような感性とフィットしているか検証を行った。

【0068】

図9は、9つのキーワードの分類基準を示す。先に説明した通り、9つのキーワードのそれぞれには、色パターンが設定されている。

20

【0069】

実際に複数の車を撮影して、それぞれの車に含まれる色を分析することで、それぞれの車の感性位置を検証した。その結果を図10に示す。図10に示されるように、本発明のシステムを用いることで、対象物がどのようなキーワードと関連した位置に存在するか評価できることが分かった。この評価の際には、それぞれのキーワードと関連した色パターンと、対象物の色パターンとを比較した。そして、それぞれのキーワードのどの色パターンをどの程度の割合で組み合わせると、対象物の色となるかを求めた。そして、あらかじめ記憶されていた各キーワードの座標と、各キーワードの割合に関する情報を用いて、対象物の座標値を求めた。

30

【実施例4】

【0070】

次に、コンテンツデータベースに複数のケーキの画像を記憶させた。その上で、愛、素、優、楽、趣、品、華、格、及び理のそれぞれのイメージと近いケーキ画像を3つ選択させた。

【0071】

図11は、各キーワードと関連して選択されたケーキ画像を示す。図11に示されるように、キーワードによって選択されるケーキ画像が異なることが分かる。

【実施例5】

【0072】

次に、コンテンツデータベースに、複数の単語を記憶させた。その上で、愛、素、優、樂、趣、品、華、格、及び理のそれぞれとイメージの近い単語を10個選択させた。

40

【0073】

図12は、紙面により行ったアンケート表を示す。図12に示される例では、各キーワードに関連して、10個の単語を選択させたものである。その結果は、先に行なった分析例と関連させて、回答情報記憶部に記憶させた。すると、色分析を行うことで、その色と関連した単語をも表示できることが分かる。

【産業上の利用可能性】

【0074】

本発明は、感性マーケティングを行うシステムに関する。よって、本発明は、広告業やICT産業において利用されうる。

50

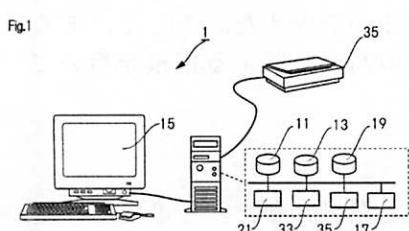
【符号の説明】

【0075】

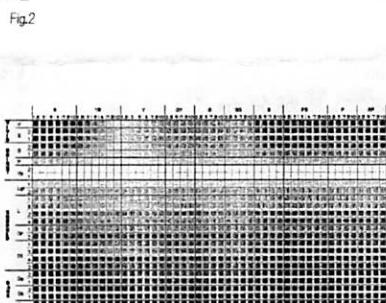
- 11 コンテンツデータベース
 13 情報入力者記録部
 15 表示部
 17 回答入力部
 19 回答記憶部
 21 分類部
 31 撮影部
 33 色分析部
 35 対象物情報入力部

10

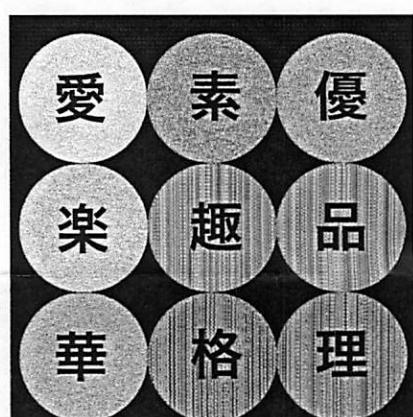
【図1】



【図2】

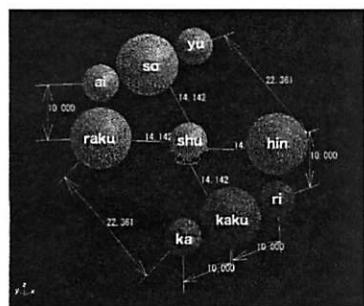


【図3】



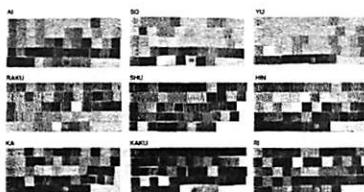
【図 4】

Fig.4



【図 5】

Fig.5



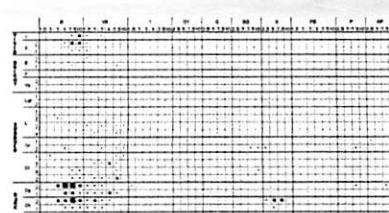
【図 6】

Fig.6



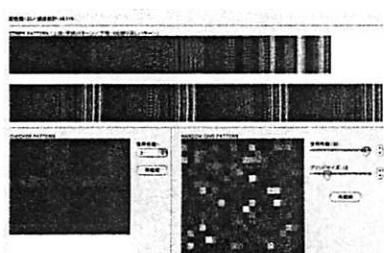
【図 7】

Fig.7



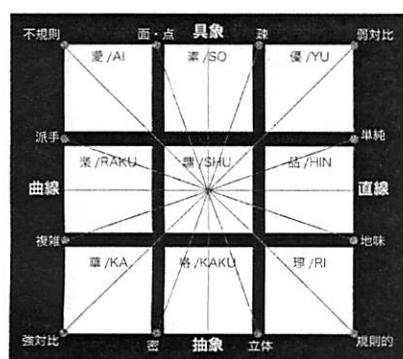
【図 8】

Fig.8



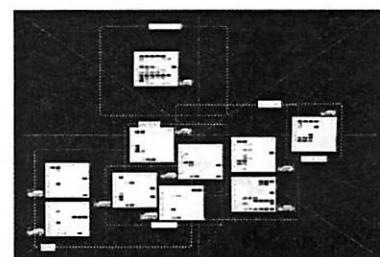
【図 9】

Fig.9



【図 10】

Fig.10



【図 11】

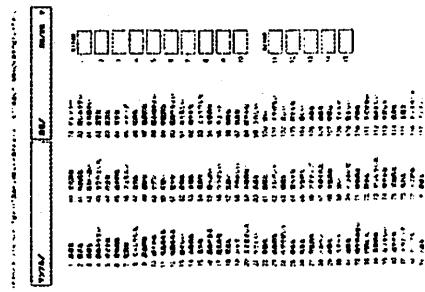
Fig.11



(12)

JP 5622193 B2 2014.11.12

[図12]
Fig.12



フロントページの続き

(72)発明者 宮内 博実
静岡県浜松市上島3-1-2-409 株式会社デザインインテグレート内

審査官 山本 雅士

- (56)参考文献 特開2006-127479 (JP, A)
特開平11-031166 (JP, A)
特開2001-243287 (JP, A)
特開2005-303396 (JP, A)
特開2007-280050 (JP, A)
伴 果純 顧客ロイヤリティの獲得 消費者の持つイメージを知り顧客獲得・維持を実現 ネットワークコンピューティング, 日本, リックテレコム, 2000年11月 1日, 第12巻第1号, p.70-75
坪田 郁美 他 テレビ電話の背景による気持ち通信, 電子情報通信学会技術研究報告, 日本, 電子情報通信学会, 2010年 1月14日, 第109巻第376号, p.197-200
松岡 勇樹 他 個人の好み情報取得を目的とするマシンコミュニケーション方法の開発, 第68回(平成18年)全国大会講演論文集(3) データベースとメディア ネットワーク, 日本, 情報処理学会, 2006年 3月 7日, p.3-535~3-536
神田 智子, アバタ表情解釈の文化差, FIT2005 第4回情報科学フォーラム 一般講演論文集 第3分冊, 日本, 2005年 8月22日, p.435-436

(58)調査した分野(Int.Cl., DB名)

G06Q 10/00 - 50/34
G06F 17/30