

主 論 文 要 旨

No.1

報告番号	甲 乙 第	号	氏 名	安藤 まや
主 論 文 題 目 :				
読み手の視点からの宿泊施設レビューの分析 —インパクトを与える要因の分析と抽出法—				
(内容の要旨)				
<p>インターネット上には顧客が書いた商品に関する感想や評価がレビューとして大量に存在し、それが購買行動の意思決定に影響を与えることが注目されている。自然言語処理やデータマイニングにおける評判分析の研究では、書き手が書いた内容を対象とした問題設定がされてきた。しかし、レビューの利用形態を考えた時、読み手が何に着目しているのかという読み手の視点が重要となる。本研究では購買の意思決定に影響を与える表現を「インパクトのある表現」と定義し、その特徴を抽出する。宿泊施設のレビュー3000文をランダムに抽出し、「そこへ行きたくなる」もしくは「行きたくなくなる」ほどの強いインパクトを受けた文を10人の実験協力者に判定してもらい、インパクト文を分析した。</p> <p>インパクト文と書き手がレビューに付与した評価の関係を分析した結果、ネガティブなインパクト文は、書き手の最低評価だけでなく最高評価のレビューにも存在し、読み手の評価と書き手の評価が一致しないことがわかった。インパクト文の特徴を抽出するために、レビューの内容を買い手の購入理由、売り手への要望、商品の特徴の記述など、買い手、売り手、商品の3つの側面から全23項目に分類し、インパクトのある文との関係性を定量的に示した。宿泊施設のレビューには風呂や食事などのトピックが存在するが、それらのトピックとインパクトの関係性を定量的に示した。また、宿泊施設のレビューでは、「商品の特殊性」、「描写の具体性」、「書き手の満足度」がインパクトに対して重要であることを示した。</p> <p>将来的な応用として読み手にとって重要な情報の自動抽出を考えた時、これまでの機械学習のように限定された学習データだけで実現する事は困難であることが予想される。そこで対象領域に依存した辞書の拡充を図るために、上位・下位関係にある名詞の自動抽出および分析を併せて行った。大規模な新聞記事コーパスから、「蛤などの貝」のような上位語と下位語を含む定型表現を使用し、名詞の上位・下位関係を自動抽出した。そして例示を表す定型表現によって抽出される名詞の性質に違いがあることを示した。さらに名詞の上位・下位関係をインパクト文の自動抽出に応用する見通しが得られたことを示した。また、名詞とその特性の関係については、連想実験によって名詞の特性を抽出し、名詞カテゴリの典型性を定式化し、定量的に有効性を示した。</p>				
キーワード: レビュー, インパクト, 評判分析, 読み手の視点, 宿泊施設				