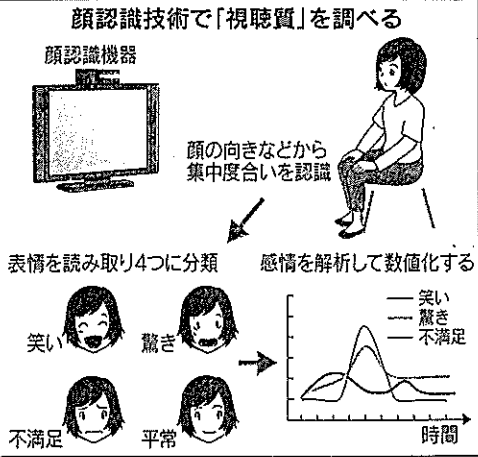


視聴者の反応表情で解析

テレビ調査V B 番組の「質」把握

顔認識技術

テレビ調査ベンチャーのティレジョン・インサイト(東京・港)は、番組の質のめやすとなる「視聴質」を、顔認識技術で調べる手法を開発した。テレビに設置した専用機器で視聴者の顔を認識し、顔面の向きや表情のデータを取得する。表情から感情を4つに分け、視聴者が番組やCMのどの場面でもどの反応したのかが分かる。指標が曖昧な視聴質を可視化する技術として普及をめざす。



テレビ上部に取り付けた顔認識機器で、最大4枚離れた視聴者の視聴状況を細かに分析するシステムを開発した。顔認識機器にはマイクロソフト社の動作センサー「キネクト」を活用する。

まず、テレビの前にいる人物の目の形や眉毛の位置などを読み取り、あらかじめ登録しているデータベースから特定する。次に、顔面や体の向きを測定して視聴者の集

中度合いを「専念度」という指標を導入し、秒単位で解析する。

そして、顔の表情を読み取り、そこから視聴者の感情を「笑い」「驚き」「平常」「不満」の4

▼視聴質 テレビ番組の質を測る新たな評価基準として有効性が議論されている指標。テレビ番組について、視聴者の量的な割合を示す視聴率とは異なり、満足度や影響度など質的な面を測る指標として、2000年代

前半に提案された。しかし定義がはっきりしないことから、番組の評価は視聴率に頼る状況が続いている。視聴質は現在、インターネット上のアンケートで測る手法があるが、手間を省くことが課題となっている。

いる。既存の情報番組で実験をしたところ、視聴率は変わらなくても、専念度は番組内容によって大きく変化することが分かった。

6月から9月まで、東京で110世帯260人を対象に効果を検証している。分析精度を高めて視聴率調査を手掛ける会社のほか、テレビ局や広告代理店などに導入を促していきたい考えだ。

(安倍大資)