

動画の「見たい！」を引き出す感情とは？

データサイエンス学部 データサイエンス学科

SHIRAHAMA Naruki

白濱 成希 教授

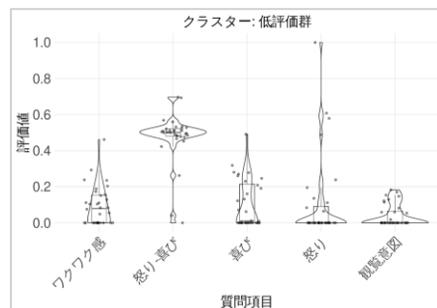
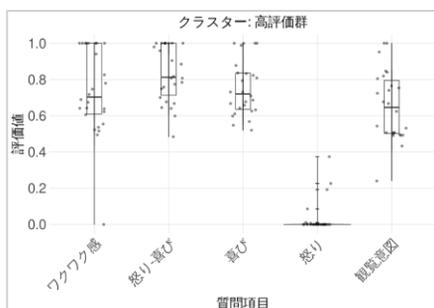
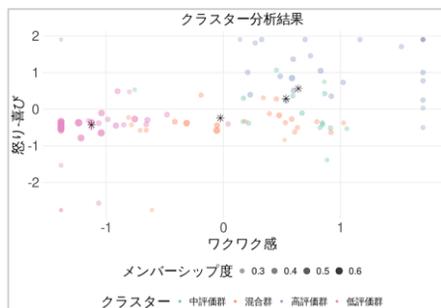
博士(工学)

専門分野：感性情報学・感性計測評価・主観情報処理



研究の概要

本研究は、動画配信サービスにおけるプロモーションビデオ（PV）への視聴者の感情が、視聴意図にどのように結びつくかをAI技術で分析したものです。日本とシンガポールの視聴者を比較することで、文化的背景が感情の受け止め方に与える影響も検討しました。ファジィc-meansクラスタリングを用いて、視聴者の感情反応を「高評価」「中評価」「混合評価」「低評価」の4群に分類し、視聴意欲との関係を分析しました。統計分析の結果、「喜び」と「興奮」というポジティブ感情が「見たい」という意欲に強く影響し、特に「喜び」は視聴意図の約54%を説明することが示されました。また、日本の学生71名とシンガポールの学生27名の比較では、「喜び」の評価がシンガポールの方が有意に高く（ $p < 0.05$ ）、文化に応じたプロモーションの必要性が示されました。



研究の可能性

本研究は、国や文化に応じて「喜び」や「興奮」を効果的に喚起する映像を設計することで、視聴意欲を高める動画プロモーション戦略に実践的な示唆を与えます。今後は、より多様な国・年齢層・動画ジャンルに対象を広げ、汎用性の高い知見の獲得を目指します。本学では、データサイエンスを通じて社会課題の解決に取り組んでいます。

論文・関連情報

- Naruki Shirahama, Naofumi Nakaya, Kenji Moriya, Kazuhiro Koshi, Keiji Matsumoto, and Satoshi Watanabe (2025) An Analysis of Viewing Intentions for Promotional Videos Using Fuzzy c-Means Clustering: A Comparative Study Between Japan and Singapore. Journal of Advanced Computational Intelligence and Intelligent Informatics, 29(4), 847-856. DOI; 10.20965/jaciii.2025.p0847