

Title	プロフィール写真の理想と現実の乖離を緩和させる Dating Serviceの検討
Author(s)	岩本, 拓也; 栗原, 一貴; 絵空, 摩耶; 西本, 一志
Citation	WISS2016講演論文集: 3-A02
Issue Date	2016
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10119/15117">http://hdl.handle.net/10119/15117</a>
Rights	Copyright (C) 2016 岩本 拓也, 栗原 一貴, 絵空 摩耶, 西本 一志, WISS2016講演論文集, 2016, 3-A02.
Description	

# プロフィール写真の理想と現実の乖離を緩和させる Dating Service の検討

岩本 拓也\*<sup>†</sup> 栗原 一貴\*<sup>§</sup> 絵空 摩耶\* 西本 一志<sup>†</sup>

**概要.** Dating Service(出会い系サービス)では, プロフィール写真が魅力的であると, コミュニケーションが活性化する傾向がみられる. そのため女性を中心に画像加工アプリなどを利用し, 自身のプロフィール写真を加工(盛り)するユーザが増えている. Dating Serviceではオンラインで出会い, その後現実世界で会うことが主目的である. そのため加工された写真のみを見た状態で対面すると, 想像した容姿と現実の差からネガティブな印象を与えてしまうことがある. そこで本稿では, 初見時には加工された画像を利用していても, 中長期にわたるコミュニケーションの過程で写真を徐々に加工前のものにモーフィングさせる手法を提案する. 予備実験により, そのようなモーフィングによる画像の変化を知覚することが困難であることが示され, 有用性が示唆された. 本手法により, オンライン上での魅力的な印象と実際の対面時のギャップ軽減を両立できることが期待される.

## 1 はじめに

インターネットを通じた恋人候補との出会いは年々増加している. 内閣府によると 2010 年時には当時の恋人との出会いのきっかけの約 10%がインターネットであり, オンラインでの出会いはマイノリティではなくなっている [1]. そのため Dating Service(いわゆる出会い系サービス)の登録者も増加傾向にある. しかし, その分競争率が増加し, 魅力的な相手と連絡をとるハードルも高くなっている. 魅力的な相手と連絡をとるためには, プロフィール写真を他者に魅力的に見せることは重要である. また, Dating Serviceでは写真の魅力によってメールの受信数が変わってくることが判明している [2].

画像加工は, プロフィール写真を魅力的にするために有効な手段である. 画像加工に特化したスマートフォンアプリケーションも普及しており, 誰もが容易に魅力的な写真に加工できる. 加工された写真は相手に魅力的に映るために, オンライン上でのコミュニケーションは円滑に進む可能性はある. しかし, 実際に対面する際に理想と現実の乖離があると, 相手にネガティブな印象を与えかねない.

そこで我々は, コミュニケーション開始時には加工した写真を使い, これを徐々に加工前の状態に戻すことで, 実際の対面時に相手に与えるギャップ感を緩和させるシステムの構築を目指している. 本稿では予備実験として, 被験者に加工が徐々に減少する写真を提示し, 変化に気がつくかを調査した.

## 2 予備調査

一般的に自身の美化を目的とした画像加工のことを「盛り」と呼ぶ. 盛りの度合いは元の写真と加工後の差分である. 本稿では加工後のプロフィール写真から徐々に「盛り」を減少させ, その変化に被験者が気づくかどうかを調査した.

### 2.1 加工画像の生成

実験で使用する顔写真は(株)Diverseの女性3名に提供してもらった(A, B, C).

A: 30代で自撮りは滅多に行わない.

B: 20代で自撮りは滅多に行わない.

C: 20代で自撮りや加工を頻繁に行う.

提供者には自身の写真を撮影してもらい, 「自分なりにかわいく盛ってください」とだけ指示し, 加工方法は提供者に一任した.

図1は加工前と加工後の差分を可視化したものである. 黒色は変化が無く, 赤色が若干の変化, 黄色が大きく変化した部位を示している. 加工の特徴はAが額を小さくしてほうれい線をぼかし, Bは目を大きくかつ顔の輪郭を小さくして額の肌質をぼかし, Cは目を大きくして鼻を小さくした.

### 2.2 調査方法

被験者は, 社内の10名(男性5名:女性5名)である. 被験者には各画像が加工後から加工前へと変化することを教示した. 最初に30秒で変化する動画を3回見せ, 変化に気づいた部位を口頭で指摘させた. その後, より変化が急激にわかるように5秒で変化する動画を3回視聴させ, 合計18回の視聴を行った. なお, 今回の変化の正解部位は, 特に変化が多かった図1の黄色部分の7箇所限定した.

Copyright is held by the author(s).

\* 株式会社 Diverse 技術研究所, <sup>†</sup> 北陸先端科学技術大学院大学, <sup>§</sup> 津田塾大学

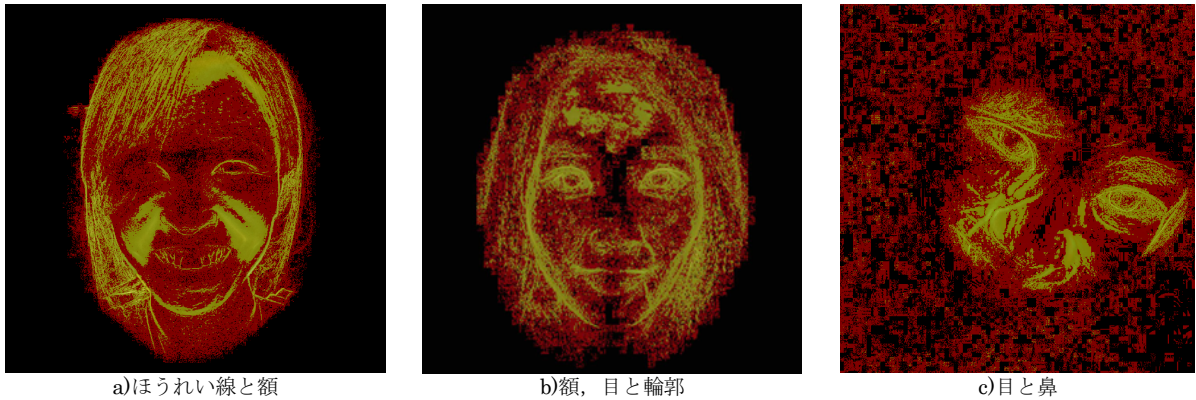


図1.画像加工前後の差分

### 2.3 実験結果

表1と表2に全被験者が変化に気づいたタイミングを示す。常に変化をしていることを教示していたにもかかわらず、1回目に何かしらの変化に気がついていたのは1名であった。また、その1名は1箇所の変化に気づいたが、それ以外の変化に気がつくことはできなかった。全ての視聴を終えても全員の変化に気がつけた被験者はおらず、7箇所中、2箇所以上気がついた被験者もいなかった。

提供者Aのほうれい線の変化には最も多くの5名の被験者が気がついた。しかし、提供者Aの額、提供者Cの目の変化に気がついた被験者は0名であり、3名の被験者は1箇所も変化に気がつくことはできなかった。また、5秒間での変化では高速で変化するにも関わらず30秒と比べ正答者が減少した。

### 2.4 考察

実験の結果、1人あたりの平均正答数が7箇所の変化に対して1.2箇所と低い値になった。また、男女別の正答率も男性1.2箇所、女性1.2箇所と同等の値になり、性差は見られなかった。以上の結果から、加工の度合いにもよるが、人間の顔画像を加工後から加工前へと変化させたとしても、閲覧者はその変化に気づきにくいということが判明した。

## 3 おわりに

本稿では、Dating Service上の加工したプロフィール写真のみを見た状態で、実際に対面した時の“盛りの差”が与えるギャップ感を減少させることを目的としたサービスを構築することを目指し、予備実験を実施した。実験では、加工後の自撮り写真の盛りを徐々に減少させる動画を被験者10名に提示し、変化した部分を指摘することを求めた。結果、全ての変化に気づいた被験者はおらず、被験者1人あたり、7箇所ある変化のうち最大でも2箇所、平均1.2箇所の正答にとどまった。

表1. 30秒変化での正答率

	A		B			C	
	ほうれい線	額	目	額	輪郭	目	鼻
1回目	1	0	0	0	0	0	0
2回目	2	0	0	0	1	0	0
3回目	1	0	1	2	0	0	0
正答率	20.0%		13.3%			0%	

表2. 5秒変化での正答率

	A		B			C	
	ほうれい線	額	目	額	輪郭	目	鼻
1回目	0	0	0	0	0	0	1
2回目	0	0	0	0	1	0	0
3回目	1	0	0	0	0	0	1
正答率	25.0%		16.7%			10%	

実際のサービスで提案手法を導入する際には、中長期的にコミュニケーションを取り続けるのが一般的である。利用者は本稿での実験条件よりもはるかに長い時間をかけてゆっくり変化する画像を見ることになるため、より変化に気がつきにくいと予想される。今後は、徐々に変化させることで相手に与える印象への影響や、Dating Serviceを想定したチャットのようなコミュニケーションツールを開発し、実サービスを想定した実験を行い、最終的には実サービスでの利用を目指す。

**謝辞** 本研究の一部は、JSPS 科研費 JP26280126 の助成を受けたものです。

### 参考文献

- [1] 内閣府 平成22年度結婚・家族形成に関する調査報告書 (2016/10/1 確認).  
[http://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/research/cyousa22/marriage\\_family/pdf/zentai/s2\\_1\\_2.pdf](http://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/research/cyousa22/marriage_family/pdf/zentai/s2_1_2.pdf)
- [2] Dataclysm: Christian Rudder, 2015