

経験に基づいた重要で希少なレビュー情報の抽出手法の提案

甲南大学 灘本研究室 B4 織田 翔真

連絡先: pg8916@gmail.com

背景



現在数多くのEコマースサイトでユーザが商品を購入する判断材料の一つとしてレビューが利用されている。

高評価で**ポジティブ**な意見が多いレビューの中には**希少**でユーザの**経験**に基づく**ネガティブ**で**重要**な情報がある

例：モバイルバッテリー

cheero Power Plus 3 13400mAh 大容量 モバイルバッテリー ホワイト
 cheero
 ★★★★★ 2,296件のカスタマーレビュー | 71人が質問に回答しました

- ・本体充電に10時間かかる
- ・充電すると手に持てない程発熱する

レビュー件数が多いとユーザがこのレビューを見つけるのは困難である

目的

他のレビューに埋もれてしまった見つけにくい**経験**に基づく**希少**で**重要**なレビューを抽出する

定義

経験: ユーザが実際に使用したことから得られた知識、技能

希少: 見落としてしまう可能性のある少数意見 (ガベージクラスタ)

重要: ユーザの購入判断に影響を与える意見

提案手法

