

プリントシール機開発を通して培った若年女性の感性・価値観に対する理解を研究に活用

## 「女性コミュニティにおける女性顔の魅力指標の研究」

### 第19回日本顔学会にて東京大学と「GIRLS' TREND 研究所」の共同研究内容を発表

フリー株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:田坂吉郎 以下、フリー)が運営する女子高生・女子大生の動向調査・研究機関「GIRLS' TREND(ガールズトレンド) 研究所」は、10月26日(日)に開催された第19回日本顔学会(フォーラム顔学2014)にて、東京大学との共同研究「女性コミュニティにおける女性顔の魅力指標の研究」の内容を発表いたしました。

一般に魅力的だと認知される顔、つまり魅力顔については、先行研究が心理学分野を中心に多くなされておりますが、日本人女性が自身を魅力的に見せる際に目指す魅力顔とは一致しない点が多くあります。本研究では後者について、若年女性が活用するプリントシール機における画像処理を通じて、女性にとっての魅力顔の指標を明らかにすることを目的としています。



現在のフリーのプリントシール機の画像処理例

#### ◆ 学会発表内容

##### 【緒言】

魅力顔に関する先行研究は心理学分野中心に多くあり、平均性、左右対称性、性的二型性などの指標があるが、女性が化粧等で目指す魅力顔とは一致しない。本研究は、女性にとっての魅力顔の指標を、多くの女性がインターネット上にアップロードする大量の写真データから、明らかにすることを目的としている。

近年、女性が魅力的に変身する手段は、化粧の他に画像処理もさかんである。本稿では、前述した目的の第一段階として、主にゲームセンターに設置され、画像処理によって魅力的に変身する装置であるプリントシール機が作る魅力顔の指標を明らかにする。

プリントシール機が出力する画像の多くはインターネットにアップロードされる。デジタル画像を得るための会員数は最もシェアの大きいフリー株式会社(以下フリー)で800万人以上あり、女子高校生の90%以上、女子大学生の70%以上を占める。プリントシール機は若年層女性にとって一般的な魅力顔を提供しているとみなせる。しかしプリントシール機の開発現場にある指標は経験知であるので、本稿ではフリーに蓄積された経験知の形式知化を目指す。

フリーでは、開発した画像処理をユーザに提示し、反応をフィードバックして調整、再びユーザに提示することを繰り返す、ユーザが求める魅力顔に近づけている。調整は1機種に対して約8ヶ月間行われ、それを専門にする「うつり調整者」によって行われる。

##### 【方法】

プリントシール機の魅力顔の指標を、先行研究と比較して明らかにするため、2014年6月フリー京都事業所において、うつり調整者の濱口真吾氏に聞き取り調査をし、出力画像の分析を行った。

先行研究の魅力顔の指標を(1)平均性 (2)対称性 (3)性的二型性 (4)時間的普遍性とし、目、鼻、口、頬、顎の各部分に対して(1)について「日本女性の平均顔に近づける処理があるか」(2)について「左右の差を小さくする処理があるか」(3)について「女性的特徴(目:大きい 鼻:低い 口:大きい 頬:大きい 顎:小さい)と合わせる処理があるか」(4)について「大きさ、形、色等の指標が一定であるか」を分析した。

【結果】

分析結果を表1表2に表す。プリントシール機開発現場における「女性が目指す顔」としての「魅力顔」の指標は、「平均性」とは関係がなく、部分によって「対称性」や「性的二型性」と関係があるが、指標は常に変化していることがわかる。

図1 現在のフリーのプリントシール機の画像処理例



表1 プリントシール機の画像処理内容

	プリントシール機の画像処理の特徴 ※特徴の詳細は機種ごとに異なる	
	2011年以前	現在
目	大きく、濃く	自然に大きく、繊細に
鼻	処理せず	立体的に
口	処理せず	色調整
頬	細く	指定した形に
顎	小さく	指定した形に

表2 プリントシール機と先行研究の指標の比較

部分	平均性	対称性	性的二型性	時間普遍性
目	×	△	○	×
鼻	×	×	×	×
口	×	×	×	×
頬	×	×	×	×
顎	×	×	○	×

【考察】

プリントシール機開発現場における魅力顔の指標は、時間的に普遍でなく「流行」がある。今後は魅力顔の指標を、流行の影響を含めて研究する計画である。

◆ 発表者プロフィール



【久保 友香(くぼ ゆか)】

東京大学大学院 情報理工学系研究科 特任研究員

2000年慶應義塾大学 理工学部 システムデザイン工学科 卒業

2006年東京大学大学院新領域創成科学研究科博士課程修了。博士(環境学)

東京大学先端科学技術研究センター特任助教、東京工科大学メディア学部講師などを経て、2014年より現職。専門はメディア環境、メディア技術。

WEBサイト: <http://cinderella-technology.com/>

【稲垣 涼子(いながき りょうこ)】



フリー株式会社「GIRLS' TREND 研究所」 所長

大阪教育大学大学院 教育学研究科 卒業

2005年4月フリー入社

入社以来プリントシール機の商品企画に約10年携わっており、現在は企画部部長としてマネジメントを行う。定期的なグループインタビューと、自社サービス「ピクトリンク」<sup>1</sup> 会員を対象としたアンケート調査等、定性と定量の両面から、女子高生・女子大生が持つ独特の感覚・価値観への深い理解を積み上げてきた。その経験を活かし、フリーマガジン「GIRLS'TREND」の編集長を務めるほか、他企業における商品開発への協力・協業を指揮する。

<sup>1</sup>ピクトリンク …フリーのプリントシール機で撮影した画像を取得・閲覧できるサービス。2014年3月時点で会員数が800万人を突破。

<「GIRLS'TREND 研究所」とは>



プリントシール機市場でシェア67%<sup>2</sup>を占めるフリーにおける調査・研究機関。主な調査対象は、女子高生・女子大生。事業への活用と若年女性の実態把握の目的で定性・定量両面の調査を実施、一部の調査結果をレターとして発信している。これらの調査を元にした強いマーケティング力を活かし、フリーマガジン「GIRLS'TREND」の発行(年3回)や、他企業における商品開発への協力・協業にも取り組んでいる。

#### ◆ 日本顔学会 概要

顔に関する研究の発展を期し、あわせて顔学の普及を図ることを目的に1995年3月に発足。発足後5年間の間に、国立科学博物館を中心とした大「顔」展を企画するなど、世界的に見ても類のない新しいかたちの学会活動が、社会に新たな波紋を投じている。顔に関連した分野の研究発表の場として1991年にワークショップを開始し、1996年より「フォーラム顔学」と名称を変え、学術大会として夏から秋にかけて実施している。

#### ◆ フリュー株式会社 会社概要

2007年4月にオムロングループからマネジメントバイアウト(MBO)によって独立したエンタテインメント分野の独立系企業。これまでプリントシール機事業、アミューズメント景品事業、モバイル事業、家庭用ゲームソフト事業などのエンタテインメント事業に参入し、着実に成長してきた。2012年4月には、株式会社ウィーヴの全株式を取得し、フリューグループとして新たにパートワーク事業、アニメ事業、著作権管理事業、書籍出版事業の4事業が加わり、総合エンタテインメント企業として、その活動領域を拡大中。

創業事業であるプリントシール機事業には1997年に参入。独自のマーケティング手法や技術力などを生かし、2014年までに約50機種を販売、国内シェア約67%<sup>\*2</sup>を獲得している。<sup>\*2</sup>…2013年夏 フリュー調べ

※その他会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

**【報道関係者の方からのお問い合わせ】**

フリュー株式会社 人事部広報担当 徳田

TEL:03-5728-1761/FAX:03-6849-7702/E-mail:furyu-press@furyu.jp