

ポスターセッション | ポスターセッション：ポスターセッション

📅 2024年9月12日(木) 13:00 ~ 14:00 📍 P会場・ポスター発表(1階 展示ホール)

[P1] ポスター発表1

[P1-04] 服装から見た印象と性格のマッチングによる出会いを支援するシステムの提案

*松岡 ひなた¹、伊藤 恵¹ (1. 公立はこだて未来大学)

服装から見た印象と性格のマッチングによる出会いを支援するシステムの提案

松岡 ひなた*, 伊藤 恵*

* 公立はこだて未来大学

A System that Supports Encounters by Matching Personalities with Impressions from Clothing

Hinata Matsuoka* and Kei Ito *

*Future University Hakodate

b1021220@fun. ac. jp

Abstract: In general, people form impressions of others based on limited information about them. Therefore, we think that a system that estimates actual personalities from visual information of clothes may be able to support encounters. To investigate the efficacy of this system, this paper describes the design of a prototype system for estimating the degree to which the impression one gets from the clothing matches one's actual personality. As a preliminary survey, we conducted a questionnaire regarding own and others clothing and impressions of them. As a result, it was found that some of the personality traits appeared in the impression from the clothing, while others did not. Therefore, we developed a prototype system to estimate the degree to which the impression from the clothing matches the actual personality, and conducted experiments using the system to find out whether the proposed system can support encounters.

Keywords: *Clothes, Impression, Personalities*

1. はじめに

服は、かつては防寒対策としてや、役割や階級を表すためとして着用されることが主とされていた。役割や階級を表すためというのは、例えば、平安時代には貴族の着物に紫色が使用されていると高い階級であることを示していることや、警察官や看護師等の制服により職業を表すために着用されている。しかし、現代では服の着用にはおしゃれの意味合いの要素が大きく含まれるようになった。特に、SNSが普及した2010年代以降では、他人に見られる機会が増え、服を選ぶ際にその日の予定や会う人、行く場所を考慮する意識が高まっている。その結果、代表的な服装ジャンルである「カジュアル系」や「フォーマル系」、「キレイめ系」、「モード系」といったものの他に、「チャライ」や「メンヘラ」、「地雷系」、「ヤリラ」、「清楚系」、「古着系」等といった服装に紐づいた現代的印象を象徴する言語が流行するようになってきた。

人々は他者と関わりあう中で他者に関する限定的な情報を手がかりに、その人物のパーソナリティを推測する。この手がかりには行動や言動、声色、顔、服装等が含まれ、そこから全体的な印象が形成される。この印象形成には、無意識のうちに、自分の持つ信念体系を用いて他者を判断する「暗黙のパーソナリティ理論」が影響している[1]。特に第一印象には、服装等の視覚的情報が対人認知に使用されることが多くの研究で確認されている。永野ら[2]は、男子学生に女子学生の全身写真を提示し、その服の特徴から着装者のパーソナリティを推測させ、その結果を分

析した。その結果、服の造形や色がパーソナリティの形成に影響を与えている事がわかった[2]。また、大塚ら[3]は、服装の色として付加された色名の情報は人物の印象形成に寄与することを示した。また、色に関して山脇[4]は、女性が着る服に関する色のイメージについて示しており、女性が男性を惹きつける服の色は「赤」であることを提示している。これは「赤」が男性ホルモンを活性化させる効果があり、諸説はあるが、長襦袢が紅花で染められている理由もこれではないかと推測されているとしている。

これらのことから、服装は印象形成に大きく影響を及ぼしていることがわかる。こういった経験はないだろうか。初対面の時に怖いと感じていた人が話してみると、気さくでとても良い人であった経験や、暗くて無口だと思っていた人が話しかけてみれば、人見知りやをされていただけで気が合う人だった経験である。このように、初対面の時に抱いていた第一印象や服装から見た印象と実際の性格が異なる場合がよく見受けられる。しかし、これは学校や職場等の定期的・長期的に顔を合わせる人であるからこそ、印象と性格の違いについて深く理解し、親睦を深めていくことが出来ているが、私たちが生活していく中ではそういった機会が設けられない人との出会いもある。例えば、営業や取引先の担当者がどのような人物であるのかを数回の会議の場合や、イベント等で年に数回程度しか合わない人の場合、1週間等の短い期間だけ別会社の人と一緒に仕事をする場合等である。このような場合では、限られた機会・時間で限られた情報からその人の印象を形成しなければならない。こういったことから、服装から

見た印象で実際の性格を見抜くことができるシステムを開発することで、人と人の出会いを支援することができるのではないかと考える。そこで、まずは自身の服装から見た印象と実際の性格がどのくらいマッチしているかを調査する。これにより、服装から見た印象と実際の性格にどのくらい差が見られるのかを求める。この差が小さければ服装から実際の性格を見抜くことができるとし、服装から見た印象による人と人のマッチングはどのくらい出会いを支援することができるのかを判断する。また、差が小さければ出会いを支援することができないと判断するだけではなく、服装と性格が互いにどのような点で影響し合っているのか、そこにはどの程度の差が生まれているのかについても調査・分析する。

よって、本研究ではプロトタイプとして、印象形成に大きく影響を及ぼす視覚的情報である服装から見た印象と、実際の性格がどの程度マッチしているかを求めるシステムを開発し、開発したシステムを用いて実験した服装からの印象と実際の性格のマッチ度合いの結果を分析し、考察していく。

2. 関連研究

服装やコーディネートに関するシステムの研究はこれまでも多くされている。

桂ら[5]は、ユーザのその日の予定における与えたい印象を考慮し、ユーザの手持ちの衣服からコーディネート推薦する手法を提案した。ECサイトに掲載されている典型的とされるコーディネートと、ユーザが登録した手持ちの衣服の任意の組み合わせから作成されたコーディネートを、空間座標上にベクトルで表現した。ユーザが推薦を受ける際にTPOを指定することにより、それに応じた手持ちの衣服のコーディネート画像を複数推薦し、同時に印象を定量化したものを付与する。これにより、ユーザが推薦された複数のコーディネートの中から与えたい印象を定量的に判断できるコーディネート推薦手法を提案した。本研究でも印象をTPOに応じて定量化した数値を用いたいと考えている。

佐藤ら[6]は、ユーザの姿でファッションコーディネートのシミュレーションを行うシステムsuGATALOG(スガタログ)を提案した。ユーザが着用した服を鏡で確認する姿を同タイミングでウェブカメラにて撮影し、トップスとボトムスの境界線で二枚の写真に分け、それぞれの写真とデータベースに保管され、カレンダー上に表示することで、コーディネートの支援を行うシステムの提案した。本研究でも佐藤らのようにユーザが利用した着用した服の画像をデータベース上に保管し、印象を推定し提示するシステムの学習用データとして蓄積させて行きたいと考える。そのうえで、同様にコーディネートの支援も視野に入れていきたいと考える。

3. 印象と性格を調査するプロトタイプの提案

本研究では、実際に印象形成に大きく影響を及ぼす視覚的情報である服装から見た印象から性格を推測し、提示することにより

出会いを支援できるのかを明らかにするため、服装から見た印象と実際の性格のマッチしている度合いを求めるシステムを開発し、開発したシステムを用いて実験し、服装からの印象と実際の性格のマッチ度合いの結果を分析し、考察していく。この印象や服装ジャンルについては、現代的に流行している服装ジャンルや印象、言葉等を主として含めたものとする。

本研究では、3段階に分けて開発、実験、分析を行う予定である。

1. 印象についてのアンケートによって収集したデータを整理し、画像生成系AIに読み込ませ、画像を生成することで現代的な印象を定義づける。
2. Python, OpenCVを用いて、各ジャンルの服装とそれに紐づいた印象を機械学習させたシステムを開発する。
3. 上記システムを使用して提示された被験者が着用している服装からの印象とビッグ・ファイブに基づいた性格診断テスト16Personalitiesの結果がどの程度マッチしているかをアンケートにて分析する。

4. 印象を推定し、提示するシステムの設計

本研究では、PythonのOpenCVを使用し、服装とその服装から見た印象について機械学習をさせ、与えられた服装の画像から印象を推定し、提示するシステムの開発を提案する(図1)。OpenCVでは物体検知が可能であることから、衣服の形を認識することができる。例えば、スカートを履いているのか、ズボンを履いているのかを判断することが可能である。また、色の検知も可能であるため、色から連想される印象やイメージについても組み込む予定である。この学習させる服装から見た印象については、事前に複数のジャンルの服装の画像を用意し、その印象についてSD法を元にアンケートを行う。実施する予定のSD法の項目については、図2に示す。研究を行う過程でこの項目については複数回審議を行う予定である。

また、システムから提示された印象と16Personalitiesの性格診断結果がどの程度マッチしているかを求める。SD法の項目は16Personalitiesの診断結果のアルファベット4文字それぞれに関するものを複数個含ませ、各文字に対応する項目の回答の平均値を取ることでマッチしている度合いを測る。例えば、16Personalitiesの1文字目の「E(外交的: Extrovert)」と「I(内向的: Introvert)」に関して判断する際には、「明るい/暗い」の数値と「陽気な/陰気な」の数値、「親しみやすい/親しみにくい」の数値等の回答の平均値を求め、その数値がE(外交的: Extrovert)」と「I(内向的: Introvert)」のどちらよりになっているかを求める。

このようにして、服装から見た印象と自身の実際の性格がどの程度マッチしているかを求めるシステムを開発する。開発したシステムを利用し、どの程度マッチしているかを分析・調査することで、服装がどれ程印象形成に影響を与えて

いるのか、服装から見た印象のみ出会いを支援することが可能であるかを考察する。

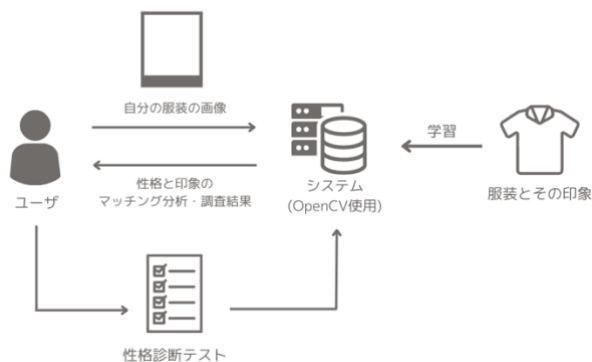


図1 システムの概要図

明るい	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	暗い
派手な	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	地味な
幼稚な	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	年寄りの
陽気な	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	陰気な
好きな	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	嫌いな
怖い	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	安心
真面目な	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	不真面目な
親しみやすい	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	親しみにくい
安定	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	不安定
穏やか	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	激しい
綺麗	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	汚い
可愛い	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	醜い
格好良い	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	格好悪い
新しい	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	古い
堅い	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	軟派
最先端な	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	古い
甘い	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	辛い
重い	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	軽い

図2 アンケートに用いるSD法の項目

5. 予備調査とその結果・分析内容

服装から見た印象を元に実際の性格を推測し、ユーザへ提示するシステムを開発し、それがどの程度出会いを支援することができるのか、予備調査を行った。

5.1 文献調査の結果と考察

本研究で分析する服装ジャンルや印象、言葉には現代的に流行しているものを主とし、含める。そのため、前段階として服装ジャンルとその印象の時代変化、そこから分かる現代の服装ジャンルとその印象について調査した。

服装ジャンルについては年代ごとに様々な変化、流行がある。典型的な定番のジャンルとしては、「カジュアル系」「フェミニン系」「ストリート系」「ガーリー系」「モード系」「キレイめ系」等が挙げられる。また時代によって流行するジャンルが出現することもある。例えば、1970年代後半から1980年代前半にかけて若い女性を中心に流行したブラウ

スに膝丈のスカート、ハイヒールを合わせた女性らしく清楚なイメージを持たせる横浜発祥のファッションスタイルの「ハマトラ」や、バブル全盛期の1980年代には肩パットを入れたスタイルが流行し、ジャケットやワンピースなどの服装が流行していた。現在では、このようなかつて流行したファッションジャンルを「80年代ファッション」「90年代ファッション」と呼び、「古着系」を好んで着用する人々もいる。それと同時に新たな流行も増えてきている。「Y2K」と呼ばれる鮮やかな色彩やロゴの多様、フェイクファーやビニールなどの合成繊維を活用したストリート系のようなファッションジャンルや、「量産型」というフリルやリボンのついた、白やベージュ、ピンクなどを基調としたファッションが流行した。また、アイドルやアニメ等のキャラクターを応援する所謂「推し活」の流行により、応援しているもののジャンルや境界によって、流行している服装ジャンルが異なることもある。例えば、男性アイドルを応援している女性は白や淡い色を基調とし、ロングスカートやワンピース等を着用した大人っぽい雰囲気のある清楚系ファッションが流行しており、ロックなビジュアル系バンドを応援している人の服装は黒を基調とした、Tシャツやパンツ等のデザインが主流となるファッションジャンルが流行している。近年のファッショントレンドは、K-POPが世界的に流行したことにより、日本でも韓国系統のファッションが取り入れられ、国境を超えている。これら全ての現代的なファッションジャンルの流行等は2010年以降にスマートフォンの普及率が高まり、SNSでの情報発信や共有が活発になったことが影響していると考えられる。また、このSNSの普及により、ファッションの流行の移り変わりは加速したと共に、服装ジャンルも幅広くなったとも考えられる。現代では、より幅広く多種多様な服装ジャンルが出現、受け入れられている。

5.2 アンケートによる服装ジャンルと印象の調査結果と考察

自身と相手の服装ジャンルとその印象、性格に関して問うアンケートを2024年6月に18～23歳の男女34名（うち男性13名、女性21名）に予備調査として行った。実際の性格に関しては、16Personalities[7]というイギリスのNERIS Analytics社がWebサイト上で公開しているBig Five personality traitsに基づいた性格診断テストの回答結果の性格を表すアルファベット4文字を回答してもらった。この16personalitiesは、SD法によってその人自身のPersonalityをアセスメントするものである。1文字目には、回答者自身のエネルギーについて表している。コミュニケーションを周囲と取ることで活力を得るような外向的(Extrovert)であれば「E」が、逆に孤独な活動を好み、社会的な交流で疲弊してしまうような内向的(Introvert)な人であれば「I」が表示される。2文字目には、回答者が世界をどのように見て、情報を処理するかを表している。観察力があり、実際の現実的なものに焦点を当てる考え方をもつ感覚的(Sensor)な人は「S」が、直感的(Intuitive)で想像力が豊で好奇心が強い人は「N」が表示され

る。3文字目には、回答者がどのように意思決定を行う人間が表れる。客観性と合理性を重視し、論理的(Thinker)思考をする人は「T」、決断結果が人の感情(Feeler)にどのように影響を与えるかを考慮する人は「F」が表示される。最後の4文字目には、回答者が仕事や計画、意思決定に対するアプローチの仕方を反映している。判断力(Judger)と決断力があり、構造と計画性を好む人は「J」が、即興での対応やチャンスを見つけるのが得意で、柔軟性があり、知覚的(Perceiver)な人は「P」が表示される。この16Personalitiesの結果と自身と他人の服装とその印象についての回答結果を分析した。質問内容を表1に、回答内容の簡単な分析結果を図3~4、表1~6に示す。

表1. アンケートの質問内容

Q1. あなたは普段どのようなジャンルの服装を着用していますか。(複数回答可)
Q2. あなたが初対面時に仲良くなれそうと感じる人の印象や服装の特徴を教えてください。(複数回答可)
Q3. あなたは初対面時にどのような印象を持たれやすいですか。(複数回答可)
Q4. あなたが苦手な人はどのような印象ですか。(複数回答可)
Q5. あなたは初対面時に「怖い」と感じる同性・異性の相手はどのような印象ですか。また、どのような服装をしていますか。(複数回答可)

また、それぞれの質問内容の回答内容に関して、性格や文献による予備調査内容を踏まえて分析を行った。

5.2.1 普段着用する服装ジャンルについて

普段着用している服装ジャンルについては、男女共に「カジュアル系」という回答が最も多かった(図3, 図4)。女性については、「ストリート系」、「キレイめ系」が続いて回答され(図3), 男性は「古着系」、「ストリート系」が続いて回答された(図4)。「その他」にはそれぞれ「アウトドア系」や「韓国系」と回答した人や、「パーカー」や「パンツ」、「ロングスカート」というようによく着用している服を回答した人が含まれている。典型的なジャンルである「カジュアル系」が最も多いことは、1番無難な格好であると感じ、万人受けしやすい格好であることが影響していると考えられる。「カジュアル系」とは、普段着や楽に着ることが出来る服装のことを言い、対義語である「フォーマル系」は結婚式や葬儀、入学式等着る服装のことを表す。一方で、続く回答として「ストリート系」や「古着系」が多くなっている理由は、近年流行した「Y2K」というジャンルのファッションが影響しているのではと考えられる。「ストリート系」や「古着系」に含まれる服と「Y2K」に含まれる服は共通点が多い。例えば、ゆとりのあるダメージのあるジーンズやロゴやキャラクターデザインが施されたTシャツであ

る。また、「Y2K」とは「Year2000」の略であり、2000年頃に流行したファッションのことであることから、元々「古着系」を好んで着用している人だけでなく、普段別ジャンルを好んでいる人にも「古着系」というジャンルが受け入れられてきたのではないかと考えられる。これらの影響から、普段着る服装ジャンルはこのような結果になったのではないかと考える。

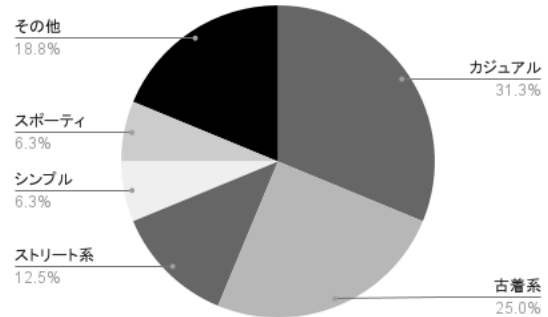


図3 男性の普段着る服装ジャンルの回答結果

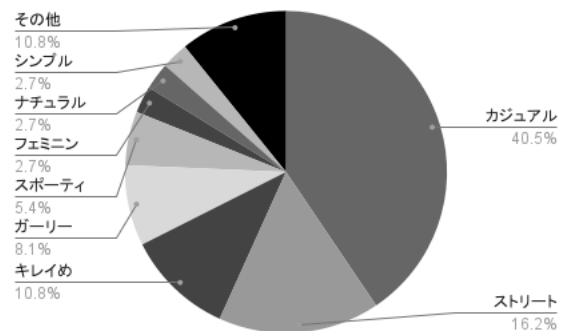


図4 女性の普段着る服装ジャンルの回答結果

5.2.2 初対面時の相手の印象・服装について

「あなたが初対面時に仲良くなれそうと感じる人の印象や服装の特徴を教えてください。(複数回答可)」の回答については、「同じ系統の服装」が最も多く、続いて「明るい/笑顔」という回答が多かった[表2]。アンケート回答者のうち1名に詳しく聞いてみると、同じ系統の服装をしている人には親近感を抱き、共通の話題があるのではないかと考え、初対面時に話すきっかけを作りやすく、仲良くなれそうと感じることが多いという。また、「同じ系統の服装の人」と回答した人が普段着用している服装ジャンルと同じ服装ジャンルのを回答している人の16Personalitiesの性格診断結果を見てみると少なくとも4文字中2文字以上一致していることが多かった。また、4文字中3文字一致していることも多くあった。また、16Personalitiesの性格診断結果「明るい/笑顔」と回答した人は、16Personalitiesの結果を見ても多種多様であることから、誰にでも当てはまる回答ではないかと考える。他にも「話しかけてくれる」や「会話が続く」という誰からも好印象を抱かれるような回答が多く見られた。

表2. 初対面時に仲良くなれそうな人の印象と服装的特徴

印象と服装的特徴	票数
同じ系統の服装	10
明るい/笑顔	6
ある程度服装に気を使っている人	4
話しかけてくれる人	5
会話が続く人	3
その他	5

反対に「あなたが苦手な人はどのような印象ですか。（複数回答可）」と「あなたは初対面時に「怖い」と感じる同性・異性の相手はどのような印象ですか。また、どのような服装をしていますか。（複数回答可）」という質問の回答は、「チャライ」や「ギャル」を連想させるような「派手な人」や「うるさい人」、「ガラが悪い人」、「ヤンキー」、「馴れ馴れしい」等の回答が多い傾向にあった（表3-5）。服装についても、「チャライ」や「ギャル」といった印象を抱かれるような「アクセサリを多くつけている」や「チャライ服装」、「ピチピチな服装」、「奇抜な服装」等の回答が多い傾向があった。しかし、全く反対に「無口な人/静かな人」や「真面目そうな人/頭良さそうな人」という回答も多く見られたことは興味深い点である。この点を詳しく見てみると、「無口な人/静かな人」や「真面目そうな人/頭良さそうな人」という回答をした人は、16Personalitiesの性格診断結果に人と関わることによってエネルギーを得る外交的を示す「E」が含まれていることが多い傾向があった。「うるさい人」と回答をした人は一人である時間を大切に、そういった時間からエネルギーを得る内向的を示す「I」が含まれる人が多い傾向にあった。これは自身の性格とは反対の性格の人に対して苦手意識を持っていると考えられ、「同じ系統の服装」の人に対し仲良く慣れそうと感じることに繋がるといえるだろう。自身の性格により苦手とする人が多様に変化することがわかった。一方で、「チャライ」を連想させる回答については、16Personalitiesの性格診断結果は多種多様であったことから、一般的に苦手意識を持たれやすい印象であると言えるだろう。このように多くの人から苦手意識を持たれやすい印象と特定の性格の人に苦手意識を持たれやすい印象の両方があることが分かる。

表3 苦手だと感じる人の印象や服装的特徴

印象と服装的特徴	票数
チャラそうな人	15
無口な人/静かな人	11
真面目そうな人/頭良さそうな人	5
うるさい人	3
会話が続かない人	2
その他	7

表4 初対面で「怖い」と感じる女性の印象と服装的特徴

印象と服装的特徴	票数
露出が多い服装/ボディラインが分かる服装	9
ギャル/派手な服装	8
メンヘラ/地雷系	5
キツイ見た目/高圧的/堅い	5
清楚な服装	3
キレイめ	3
その他	6

表5 初対面で「怖い」と感じる男性の印象と服装的特徴

印象と服装的特徴	票数
アクセサリを多くつけている人	9
チャライ服装	7
ピチピチな服装	3
奇抜な服装	2
古着	2
その他	8

5.2.3 初対面時の自身の印象・服装について

「あなたは初対面時にどのような印象を持たれやすいですか。（複数回答可）」の回答について分析する。最も多かったのは、「怖い」という印象を抱かれる人物で、11名であった。続いて、「元気/明るい/コミュニケーション能力高そう」が10名、「真面目/堅い」が8名であった。その中でも、興味深い点は初対面時に相手に「明るい」、「陽キャ」、「元気」、「コミュニケーション能力が高そう」というような印象を抱かれやすい人と回答した10名全員が、やはり外交的な性格であった。服装ジャンルを見てみると「カジュアル系」、「ストリート系」、「キレイめ系」の3つが多く含まれていた。しかし、これを判断するにはまだデータ量が少なすぎると考える。一方で、初対面時に「真面目」や「堅い」という印象をよく抱かれると回答した8名のうち5が計画性ではなく、柔軟性や即興性がある人が多いことが分かった。この分析結果から、性格診断結果の中でも服装等の視覚的情報から見た印象として表れやすいものと表れにくいものがあることがわかった。また、本研究において重要視している初対面時に「怖い」という印象を抱かれると回答した人物が最も多かったことはとても興味深い点である。しかし、初対面時に「怖い」という印象を抱かれる人物の性格や服装への一貫性はあまり見られなかった。これは、「怖い」の基準がその人の性格や過去の経験により様々になるからでは無いかと考える。アンケートに「怖い」と入力した1名（女性）の回答者に詳しく話を聞くと、人見知りをする人や喋るのがあまり得意では無い人からよく「怖い」という印象を抱かれるという。また、そういった人たちは大抵性格が内向的な人が多いという。この回答者は服や化粧等の身だしなみへの関心が高

く、そういった見た目が影響しているのだらうと答えた。おしゃれへの意識が高く、周囲の人にも同様の意識が求められそうに見え、関わりづらく見えるようだ。反対にこの回答者が「怖い」と感じる人は、「無口な人」や「真面目そうな人」、表情があまり変わらない人であるという。この調査・分析結果から、実際に「同じ系統の服装をしている人」に対し、初対面時に仲良くなれそうだと感じる事が裏付けられた。このように自身の性格に合わないと感じる人物を「怖い」と思う傾向にあるように見え、データが膨大になれば、性格やよく着用している服装ジャンルからの分析が可能になると考える。

表6 自身が初対面時に抱かれやすい印象

印象	票数
怖い	11
元気/明るい/コミュニケーション能力高そう	10
真面目/堅い	8
おとなしい	4
チャライ/派手	1
その他	6

アンケート結果から分かるように、やはり人は相手の服装の見た目の視覚的情報から印象を形成し、自身の性格を軸にし、仲良くなれそうと感じたり、怖いと感じたりし、関わり方について思考することがわかった。このことから、自身の性格と自身の服装から見た印象がどの程度マッチしているのかを分析することで、出会いを支援することができるだろう。しかし、16Personalitiesによる服装ジャンルの傾向は、まだ分析するには情報が不十分であるため、引き続きアンケート調査を行う予定である。

6. 現代的印象を表す言葉の定義付け

2000年代以降に出現した「チャライ」や「メンヘラ」、「地雷系」等の現代的なファッションジャンルや印象については曖昧な部分が多くある。曖昧が故に、よくニュース等で取り上げられる「地雷系」のファッションを見ると、実際に若い世代で流行しているものと齟齬が見られることがある。そこで、自身と相手の服装ジャンルとその印象、性格に関して問うアンケートと同様に、これらの現代的な服装ジャンル、印象について2024年6月に18～23歳の男女34名（うち男性13名、女性21名）に予備調査としてアンケートを行った。アンケートでは現代的印象の代表的なもの6つ（「メンヘラ」、「チャライ」、「オタク」、「ギャル」、「古着系/ストリート系」、「真面目/硬い」）について、思い浮かべる印象や服装の特徴を具体的に答えてもらった。その後、画像生成系AIのAdobe Fireflyに回答を整理したプロンプトを入力し、画像を生成した。生成された画像が回答項目と同様のものになった場合、定義が成立するものとする。この条件

として、アンケート対象者と同じ年代にするため、「20代前後の人物」「現代の日本人」と入力することにする。また、アニメ等のイラストでの出力ではなく実在する人物の画像を出力させるため、「リアルな人物画像」ということを必ず入力するようにした。入力したプロンプトとその結果を表7、図5に提示する。今後は、これらの生成された画像を提示し、どのような印象を抱くかを回答するアンケートを作成し、データを収集する。その回答が入力したプロンプトから生成された画像の元の現代的印象に関する言葉を多く含んでいた場合、この定義が成り立つとし、服装からみた印象を推定する機械学習させるデータに含め、システムにこの印象を組み込むとする。

表7 現代的印象と画像生成系AIに入力したプロンプト

現代的印象の言葉	入力プロンプト
「メンヘラ」	黒を基調としたレースやリボンのついたフリフリの服を着用している。ミニスカート。厚底の靴。女性。黒髪。重めぱつん前髪
「チャライ」	指輪やピアス、ネックレス等のアクセサリーを多くつけている。腰パン。サンダル。金髪。ピチットしたピチットしたダメージジーンズ。ピチットしたTシャツ。ピアス。サングラス。
「オタク」	チェックのシャツ、キャラクターが描かれているTシャツ、Tシャツをズボンにインしている。メガネ。缶バッジのついた鞆を持っている。
「ギャル」	露出の多いボディラインがわかる服。派手な髪型。つけまつげ。派手なメイク。濃い口紅。長い爪。ヒョウ柄のアイテム。ピアス。臍ピアス。
「古着系/ストリート系」	ダボダボな服装、暗めの色。カーボパンツ。オーバーサイズのTシャツ。ピアス。ガラ悪め。ニット帽。
「真面目/硬い」	メガネ、スーツ、黒髪、腕時計、革靴、ワイシャツ



図5 画像生成系AIに各現代的印象の言葉のプロンプトを入力し、出力された画像

7. 結果と考察

本研究では、服装から見た印象から実際の性格を推測し、出会いを支援するシステムの開発を最終的目標とし、このシステムの効果がどのように作用するのかを求め、服装から見た印象と実際の性格がどの程度マッチしているかを調査・分析するシステムのプロトタイプを提案した。事前調査として、アンケートを実施した結果、以下の結果が得られた。

1. 初対面時に仲良くなれそうと感じる人は、自身の同じ系統の服装を着用しており、16Personalitiesの結果を見ても、性格の影響を受けていることが判明した。
2. 苦手な人の服装と印象については、共通して「チャラい」という回答が多くあったが、性格が外交的であるか、内向的であるかによって苦手なタイプが変わることがあることが判明した。
3. 初対面時に「怖い」感じる際には、服装等の視覚的情報からの影響が大きく、その「怖い」という理由は、その人の性格や経験からくるものと予想できる。

これらのことから、人は相手の服装的見た目の視覚的情報から印象を形成し、自身の性格を軸にして、仲良くなれそうと感じたり、怖いと感じたりすることで、関わり方について思考することが判明した。このことから、自身の性格と自身の服装から見た印象がどの程度マッチしている

のかを分析することで、出会いを支援することができるだろう。

また、システムに学習させる2000年代以降から出現した印象を表す言葉（「メンヘラ」や「チャラい」、「地雷系」、「オタク」等）の曖昧な言葉を聞いた時に思い浮かぶものをアンケートにより収集し、整理しすることでこれらの言葉の定義付を行った。このアンケートの回答を整理したプロンプトを画像生成系AIに入力し、出力された画像を元に、もう一度画像を見た時に思い浮かぶ印象を答えるアンケートを収集し、整理することで、現代的印象を表す言葉の回答が得られれば、これらの定義付けは正しいと言える。この定義や他の典型的な服装ジャンルについて画像とSD法を用いて得たその印象をPython, OpenCVを使用して機械学習させたシステムを開発し、それを用いて、実際に服装から見た印象と実際の性格がマッチすることでより良い出会いを支援することができるのかを検証する。

8. おわりに

人は相手の限られた情報を得て無意識下に印象形成をすると同時に、限られた情報から相手の性格を把握しなければならない。そこで、本研究では服装から見た印象から実際の性格を推測し、出会いを支援するシステムの開発を最終的目標とする。そして、本論文ではこのシステムの効果がどのように作用するのかを求め、服装から見た印象と実際の性格がどの程度マッチしているかを調査・分析するシステムのプロトタイプを提案した。その予備調査として、自身と相手の印象と実際の性格に関してアンケートを行った結果、実際の性格の中には服装から見た印象と合致しているものもあることが判明した。そのため、今後は服装から見た印象を推定し、実際の性格とのマッチしている度合いを提示するシステムを、Python, OpenCVを使用して開発する。

参考文献

- [1] Bruner, J. S., & Tafuri, R. The Perception of People. Lindzey, G. (ed.), Handbook of Social Psychology, vol. 2, 1954.
- [2] 永野光郎, 小嶋外弘: 服装特徴と印象形成一手がかりの優位性の検討, 繊維製品消費科学, 31, pp.288-293, 1990.
- [3] 大塚聡子, 竹村健太: 服装の色に関する情報が印象形成に及ぼす影響, 繊維製品消費科学, 31(6), pp288-293, 1990
- [4] 山脇恵子: 史上最強カラー図解 色彩心理のすべてがわかる本, ナツメ社出版, 2010
- [5] 桂慶介, 加藤桃子, 島川博光: TPO にふさわしくユーザが望む印象を与える服装の推薦, 情報科学技術フォーラム講演論文集, 14(4), pp445-446, 2015
- [6] 佐藤彩夏, 渡邊恵太, 安村通晃: 姿を利用したファッションコ

ーディネット支援システム suGATALAG の提案と評価, 情報処理学会論文誌, 53(4), pp1277-1284, 2012

- [7] NERIS Analytics Limited, 16Personalities:
<https://www.16personalities.com/ja/> (2024/06/25 閲覧).