日経産業新聞
NIKKEI BUSINESS DAILY
2009年(平成21年)3月12日 木曜日

国際BRICs

この企業に注目

米コグニサイン　高精度の画像認識技術

写真検索 携帯搭載も視野

「目指すのは画像・動画検索分野におけるグーグルだ」――。画像認識技術を開発する米コグニサイン（カリフォルニア州）のブライアン・カルキンス最高経営責任者（CEO）はこう語る。同氏によれば「グーグルの画像・動画検索は技術的に不十分」という。

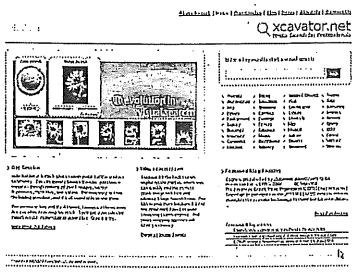
グーグルの画像検索は画像ファイルに付随するテキスト情報などを頼りに検索結果を導き出すため「画像・動画が何についてであるか正確に把握しているわけではない」（カルキンスCEO）。

検索は利用者が打ち込む「キーワード」が頼りなだけに、思い通りの画像にたどり着くにはイメージする画像を表現する「言葉」を次々に打ち込む必要があるが、イメージ通りの画像が引き出せるとは限らない。

カルキンスCEO

コグニサインの技術ならこの問題を解決できるという。「人が画像を見た時、視覚的な注意は色や形状などそれぞれの画像の特徴をとらえる。我が社の技術はこうした人間の画像認識プロセスをまねて開発した」と同CEOは説明する。

同社が開発したソフトはまず画像の特徴を分析し、特徴同士の位置関係などから画像そのものを認識する。コグニサインはこの技術を使って商用写真検索のポータルサイト「エクスカベーター・ドット・ネット（Xcavator.net）」を昨年、立ち上げた。



商用写真ポータル「エクスカベーター・ドット・ネット」

《会社概要》
▽社　名　コグニサイン
▽本　社　カリフォルニア州サンフランシスコ市
▽設　立　2003年
▽売上高　非公開
▽代　表　ブライアン・カルキンスCEO
▽従業員　12人
▽サイト　http://www.cognisign.com

ストックフォト（写真素材の貸し出し・販売）企業六社と提携。七百万枚の写真が検索可能。「青空が背景の白い花の写真」など部分ごとに色を指定して画像を検索したり、似ている画像を探したりできる。

同社は写真検索サイトの提供にとどまるつもりはない。狙うのは画像や動画への広告提供の分野だ。「我が社の技術を使えば、より的を絞った広告を打てるようになる」とカルキンスCEOは強調する。

例えば料理番組でパスタを調理している場合、同社の技術が「パスタ」にあることを認識。ピンポイントでパスタの広告を掲載するといったことが可能になるという。

コグニサインの創業は二〇〇三年。人間とパソコン双方の視覚システムや認知心理学について長年研究してきたレオニド・コンセビッチ最高科学責任者（CSO）が研究成果を商用化するため、カルキンスCEOと共同で設立した。

多様なサービスの可能性も模索する。同社が今、取り組むのは同社技術の携帯電話機への搭載だ。画像情報を単純な数値データに変換できるため、ネットワークに負荷をかけることなく画像検索できる。携帯電話からの画像検索もスムーズにできるという。

「携帯電話向けには携帯電話とEコマースを連携させたサービスを考えている」とカルキンスCEOは説明する。

例えば友達がはいている靴を気に入ったとする。しかし全く同じ靴は買いたくない。そこで携帯電話のカメラで写真を撮り、その写真をもとにショッピングサイトで、違うブランドで似ている靴を探したり、少しだけ色の違う靴を探したりといった使い方ができるようになる。

携帯電話への搭載では日本市場を重視。日本貿易振興機構（ジェトロ）の支援を受け日本の家電メーカーなどとの交渉を始めている。「日本はインフラが整い、携帯を利用したサービスを使い慣れている。日本でサービスを始められる日は近い」とカルキンス氏は意欲を燃やしている。

（シリコンバレー＝藤田満美子）