



図2 入手したアイテムを部屋に設置

3 評価実験

3.1 評価方法

これらを基に、本学の学生男女 19 名にモックアップを利用してもらった。実験手順は以下の通りである。

- 設定
 - A) 部屋の選択
 - B) キャラクターの選択
 - C) 甘味処検索の画面へ
- 甘味処検索
 - D) 現在地周辺の甘味処の地図表示
 - E) 行先の甘味処を絞り込む(距離, ジャンル, 人気度, おまかせ[今までの来店パターンを分析の上, 推奨情報を提供])
 - F) おまかせを選択
 - G) 候補店情報の表示とゴールの設定
- 目的地へ移動
 - H) 目的地で商品購入
 - I) 画面に出てくるアイテムボタンを選択
 - J) 甘味アイテムを受取

実験後、実験者に以下のアンケート調査を行った。

- (ア) 本サービスに興味を持ったか
- (イ) 利用時期は何時が良いか
- (ウ) My Home と検索案内のどちらに魅力を感じたか
- (エ) 甘味のアイテム化を有用に感じたか
- (オ) その他追加してほしい事項

4 結果

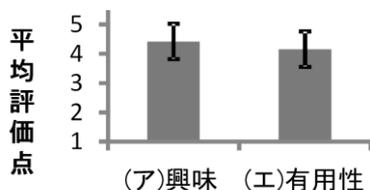


図3 実験者のサービスに対する満足度(19名)

- (ア) 本サービスに興味を持ったか
平均点 4.42(標準偏差: 0.60)(図3 参照)
- (イ) どのような時に利用したいか
食べたいと感じた時(8), お店を調べたい時(7)
暇なとき(3), その他(1)
- (ウ) 甘味処検索と My Home のどちらに魅力を感じたか
地図検索(9), My Home(9), その他(1)
- (エ) 甘味のアイテム化を有用に感じたか
平均点 4.15(標準偏差: 0.60)(図3 参照)
- (オ) その他追加してほしい事項
 - 合計来客数の表示
 - 写真投稿
 - 甘味処の制服をアイテム化
 - 甘味メニューのアレルギー表示
 - お店で買うことでの特典記載

以上を求める意見が挙げられた。

5 考察

結果(ア)より、5 点満点のうち平均 4.42 点と高い評価が得られたことから、本サービスに関するユーザーの興味関心は高いということが示された。また、結果(イ)の利用したい時に関しては、甘味を食べたい時や店舗検索機能を利用したい時と回答した人が多く、本サービスが商品購入に繋がる働きが見込めると考えられる。結果(エ)の甘味のアイテム化に関しても、5 点満点のうち平均 4.15 点を記録し、甘味をアイテムとして収集できることへの娯楽性や店舗に来店した記録がアイテムを通して残ることからライフログとしての活用も見込めると考えられる。

以上のことから、本研究の目的である地域活性化を促進するためのサービスとして、本サービスは有用である可能性が示唆された。

今後の課題としては、10 代から 20 代までの男女 61 人に「外出先でお店に入る際にあると嬉しいアプリ機能」について訊ねた結果、お店の混雑状況とメニュー情報を求める声が多かったため、サービスの実装と検証に加え、以上の点を踏まえたサービス向上が挙げられる。

参考文献

- [1] 日経スペシャル「ガイアの夜明け」
http://www.tv-tokyo.co.jp/gaia/backnumber3/preview_20131203.html
- [2] 学園都市としての八王子
<http://www.city.hachioji.tokyo.jp/33852/gakuen-toshi/>
- [3] IDC Japan 10~20 代のスマホ所有率は 76%, タブレットは全体の 20%が所有
<http://news.mynavi.jp/news/2013/10/04/269/>