

手書きポップを用いた図書推薦支援 ソーシャルネットワーキングサービス

浅井 理紗^{1,a)} 手島 恵里² 水口 充^{1,b)}

概要: 書籍をユーザ間で推薦しあうために、本の表紙画像に手書きポップ画像を重ねて表示する書籍推薦ソーシャルネットワーキングサービスを提案する。書籍を推薦するユーザは、簡単なコメントや挿絵を描いたポップ画像を作成し、本の表紙画像上に重ねて配置する。これをユーザごとのマイ本棚に並べ、他のユーザは閲覧する。また、掲示板でのコメント交換やポップ画像の改変などの機能を提供し、書籍を通じたコミュニケーションを支援する。

Book recommendation social networking service using handwritten signages

RISA ASAI^{1,a)} ERI TEJIMA² MITSURU MINAKUCHI^{1,b)}

Abstract: We propose a social networking service for book recommendations that utilizes handwritten signages. Users make signage pictures which include short comments, illustration, etc., and lay them over book covers. Users also put book covers on their own bookshelves. Other users can see these decorated book covers. In addition, we provide assistance functions of communications through books, such as comments, rearrangement of signage pictures, and so on.

1. はじめに

自分の好きな本を他の人へ推薦する方法の一つに書評がある。インターネットが普及する以前、書評文が公開できるのは新聞や雑誌などの場に限られていた。しかし、現在ではブログや Amazon.co.jp のレビューなど書評文を公開することができる場が増え、インターネット上で本の推薦が広く行われている。

しかし、書評による本の推薦には問題点がある。一点目は、書評文を書くための文章力を要する点である。書評はそれ自体が一つの文芸作品として扱われることもあるほど、作品の内容を読者に的確に伝え、興味を持たせるための文章構成力と描写力が必要となる。このため、うまく文章をまとめることが苦手であるという人にとっては取り組み辛いものであると言える。二点目は、書評文が長文であった

場合、読むために多くの時間を要してしまう点である。書評によってお勧めの本を探す場合、数多く存在する書評文を一つ一つ読んでいき、自分の興味を引くものであるかどうかを判断していくために多くの時間がかかってしまう可能性がある。

一方、書店では販売促進のためにポップが人気となっている [1]。図 1 は実際の書店での陳列例である [2]。このようにポップには、書店の店員が作成した短めの紹介文、キャッチコピー、イラストなどが描かれている。さらにポップを手書きとすることで親しみを持ちやすく、個人的なお薦めの印象を与えやすい。

そこで、インターネット上でポップを使用して本を推薦する SNS(Social Networking Service) を提案する。手書きポップであれば長文を書く必要がなく、文章構成力に自信が無い人に対しても敷居が低くなる。また、文字やイラストなどを視覚的に表現することで、見た人に感覚的に興味を持たせることができる。本自体の表紙画像を活かし、ポップで彩ることで独自性を出すことも可能となる。ユー

¹ 京都産業大学大学院先端情報学研究所

² 京都産業大学コンピュータ理工学部 (現 (株) テクトロン)

a) i1558011@cse.kyoto-su.ac.jp

b) mmina@acm.org



図1 書店での手書きポップ

Fig. 1 Handwritten signages at a bookstore.

ザ間でのポップに対する相互評価や二次創作といった SNS の利点により、本の推薦の活発化も見込める。

2. 関連事例

Amazon.co.jp 等のオンラインショップでのレビューや一般的な書評サイトでは、長文での書評文を公開することで図書推薦を行っている。それぞれの書籍に対する書評文をあるユーザが書いて投稿し、他のユーザはその書評文を読むことで推薦者の感想等の情報を得ることができる。書評を読み書きすることの問題点は前述のとおりである。

「POPit - ポップイット」[3] は Amazon.co.jp に登録されている商品に対して、ポップを付与することで紹介する Web サービスである。基本的なアイデアは本提案と同じであるが、作成できるポップはテンプレートとなる枠に手書き風フォントの文字を流し込んだものに限定され、配置位置や大きさは固定されているなど表現の自由度は低い。提案手法はイラストによるポップを自由に配置することで、本の表紙画像との相乗効果を狙っている点で異なっている。

「本棚.org」[4] や「ブックログ」[5] はユーザそれぞれが仮想的な本棚を作成するサイトである。推薦したい本の書評文を書くこともできるが、本棚に本を置くだけでも本棚の所有者や本棚のテーマによって推薦となる。このように必ずしも書評文を書く必要が無い点で、一般的な書評サイトよりも推薦者・被推薦者の両者にとって気軽に利用できる。本提案手法では書評文の代わりに自作の手書きポップを表紙に貼って本棚に並べることで、本棚を表示している状態でも絵や一言コメント等で視覚的に推薦する点を特徴としている。

3. アプローチ

3.1 手書きポップを用いた図書推薦方法

本の表紙は内容をアピールし、ユーザに購買欲を抱かせるために、非常に凝ったイラストやデザインをしているものが多く存在する。一方、書店のポップはそれ自体で広告

することを意図して制作されており、本の表紙とは独立して扱われることが多い。実際、書店でのポップは本とは別にポップスタンドによって立てられていることがある。あるいは本に直接貼られている場合もあるが、表紙を意識したものはあまり見受けられない。

そこで、制作したポップを表紙を装飾するように重ねる方法を提案する。いわば表紙に対して簡易な二次創作を行う方法である(図2)。この方法によれば、ポップ自体は簡単なものでも表紙自体との相乗効果で視覚的に与えることができる表現の幅が広がり、より効果的に見た人の興味を引くことが期待できる。書籍の販促に使われる帯にも、表紙と組み合わせることを想定して作成されているものもあるが、帯は本の下部という配置上の制約がある一方で、ポップには配置上の制約がない。

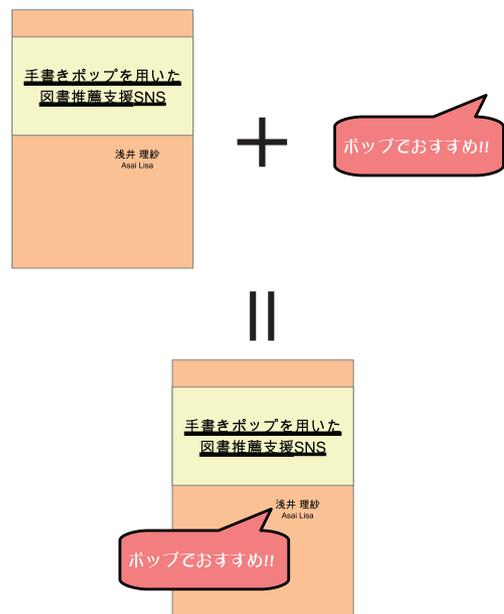


図2 ポップによる表紙の装飾の概念図

Fig. 2 Decorating a book cover with a signage.

3.2 仮想書店

前述の「本棚.org」「ブックログ」等において用いられている仮想本棚では、自分のお気に入りの本を本棚へ並べる体験を仮想的に得ることができる。本棚に本を置くだけでも推薦効果が得られる上に、本を仮想的に所有し人に見せるという満足感を得られる効果もある。

本提案システムでも同様の機能として仮想書店を実装することにした。基本機能は本棚と同様であるが、ポップは書店で多く使用されているので書店と呼ぶことにした。ポップ画像は本の表紙に付与するので、本棚に平置きした状態であればそのまま表示することができる。このようにして、従来の仮想本棚では書評やコメントを閲覧するために別画面に遷移したりポップアップ表示させるといった、

閲覧のためのアクションを要していたのに対し、書架を眺めるだけで所有者の推薦を概覧することができる。

3.3 SNS

インターネット上の図書推薦支援サービスでは、投稿した本のレビューに対して他のユーザが点数評価やコメントをすることができるような SNS の形をとっているものが多い。SNS は他ユーザとの交流を支援し、コミュニケーションを活性化させるので、書評を多くの人の目に触れさせることが可能である。また、自分が投稿したレビューに対してフィードバックが返ってくることによって、ユーザが本を推薦したことへの達成感を得ることができる。

提案システムでも本とポップ、あるいは書店に対するコメント機能を有する SNS の形態を取る。また、ポップの付与が二次創作的であるとの視点から、他のユーザがさらにポップを付け足したり改変する機能を設けることにした。

4. 実装

以上の方針の手書きポップ画像による図書推薦 SNS を、Web アプリケーションサービスとして構築した。実装言語として、Web ページの構成に HTML5、Web アプリケーションの構築に PHP、ブラウザ上動作アプリケーションの構築に JavaScript、データベースには SQLite3 をそれぞれ利用した。本システムのページマップを図 3 に示す。

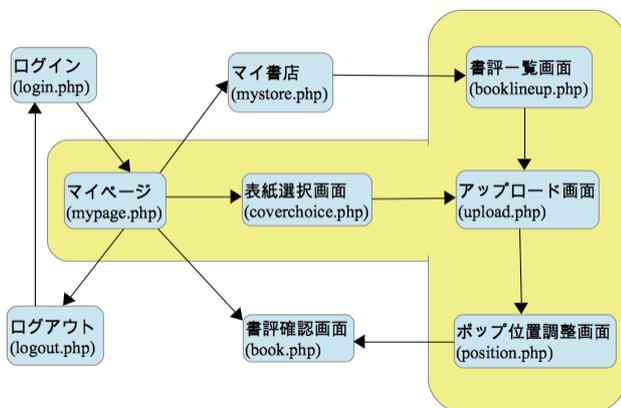


図 3 本システムのページマップ
Fig. 3 Page map of the system.

ログインページ (login.php) では、ユーザはユーザ ID とパスワードを入力する。データベースに格納してあるユーザの情報を参照し、ユーザ ID とパスワードが一致していれば新規のセッション ID を発行し、ユーザ番号をセッションデータとして格納する。これにより、セッションがタイムアウトされるまでユーザを識別し、ログイン状態とすることができる。

ログアウトページ (logout.php) ではセッション変数のクリアおよびクッキーの破棄を行うことによってセッション

をクリアし、ユーザの認証を終了させる。

マイページ (mypage.php) はユーザごとのホームとなるページである。このページに設けられた掲示板を介して他ユーザと交流することができる。

ポップを本の表紙に付与するには、まず表紙選択画面 (coverchoice.php) で対象となる本を選択する。次にアップロード画面 (upload.php) でポップ画像をアップロードする。ポップ画像の作成手段は本システムでは用意せず、Photoshop や GIMP 等の他のアプリケーションを使用してもらうことにした。アップロードが完了したら、ポップ位置調整画面 (position.php) でポップ画像をドラッグし、表紙画像上に配置する位置を決める。配置が完了したら書評確認画面 (book.php) で出来栄を確認する。

作成したポップ画像付き表紙画像は、マイ書店 (mystore.php) で配置することができる。マイ書店から遷移する書評一覧画面 (booklineup.php) では個々のデータを比較しながら編集が可能である。ユーザが作成したポップ画像を付与した表紙画像すべてが閲覧できる。この中から編集したい書籍を選択するとアップロード画面に遷移し、ポップ画像の変更やポップ画像位置の再選択が可能である。

なお、多くの本の表紙は内容を反映したり想定読者に訴求したりするなど、視覚的なインパクトを与えるようにデザインされている。さらに、表紙は著作物であるので、ポップ画像を付与することによって完全に改変してしまうのは好ましくない。そこで、システム内では本の表紙画像とポップ画像は個別に管理し、表示する際に重ね合わせて表示し、マウスでポイントするとポップ画像を外して元の本の表紙画像を単独で表示するようにした。なお、現状の実装は提案手法の効果を図るために限定的に使用するプロトタイプであるので元の表紙画像をシステム内で管理しているが、将来的には Amazon 等のアフィリエイトサービスで提供される画像を使用すればよいと考えている。

5. 作例と考察

20代の女性1名に提案システムを使用し、幾つかの本の表紙画像にポップ画像を作成して配置してもらった。この制作者は書評を書いたことはなく、本を紹介するようなことも普段は行っていなかった。推薦の対象とする本は任意とし、ポップ画像の製作環境も自由とした。

図4は作例の一つのイメージ図である。オリジナルの表紙は劇画調の緊迫した雰囲気のものであるのに対し、作成されたポップ画像はほのぼのとした雰囲気のもので、組み合わせることでギャップを生み出して注意をひくようにしている。

作成後インタビューを行い、次のような意見が得られた。

- 自分が作品内の面白いと思う部分をイラストで表現できるのが楽しかった。
- 表紙をデコレーションし、手を加えることで遊んでい

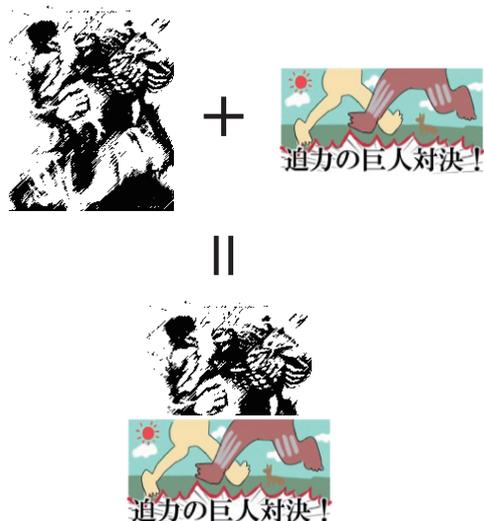


図 4 作例

Fig. 4 Example of attaching a signage.

る感覚を得られた。

- イラストをあまり描かない人やデジタルのイラストを製作する環境が無いと敷居が高いのではないかと感じた。
- 表紙にあわせてポップを製作するため、どうデザインを行うか考えるのに苦労した。
- 長い文章を考えるよりは簡単であったが、作品の内容を伝えるような短い文章を考えるのが少し難しかった。
- 今回作ったポップはある程度内容を知っていないと伝わらないかもしれないため、初見の人にも分かりやすいポップを作ればよかったと思った。

総じて、楽しい、面白いといった遊び感覚でポップを製作できるという意見を得ることができた。ただし、この作成者は普段からイラストを描くことを趣味としているので、描き慣れない人には敷居の高い作業となってしまうかもしれない。また、回答にもあるように、本を推薦するようなポップを考えるのも多少難しいようである。しかし、ある程度の苦労があった方がやりがいを感じられるとも言える。

また、これらの作例を別の 20 代男性 1 名と女性 2 名に見てもらい、次のような感想を得た。

- ぱっと見てインパクトがある。
- 表紙だけよりも興味が湧いた。
- 表紙に重ねて集中線を描くなど、アナログではできないような表現の仕方のバリエーションが豊富であると思った。
- イラストを描くことは得意ではないが、吹き出しを付けるだけであれば自分にも製作することができそうだった。

このように鑑賞者にとっても好意的な意見が多かった。特に、一見した際のインパクトは好評であり、時間をかけ

ずに興味を持たせるという目的を満たしていると言える。また、元の表紙の魅力を損なわず、ポップと組み合わせることで作品として拡張させることにも成功していると言える。

作例には集中線を用いたものがあり、書店などで使用されている紙のポップとは違った、デジタルならではのデザインが好評であったことも興味深い。アニメーション GIF などの使用や、ポップ画像の表示位置や大きさを変化させるといった可能性も考えられる。

さらに、イラストを描くのが不得意なユーザからも、簡単なイラストや文章程度なら自分でもやってみたいという意見が得られた。吹き出しやテンプレート画像などの簡易作成環境を提供することで対応したい。

6. おわりに

本の表紙画像にポップ画像を配置して本を推薦する SNS を提案した。本手法によれば推薦者は簡単かつ楽しく本を推薦でき、被推薦者にとっても短時間で興味を持つことができる。

仮想書店機能や掲示板機能といった SNS 的な要素については、まだ運用調査ができていないので今後の課題である。これらの機能により推薦者は人に見せるということを意識し、フィードバックを通じて満足感と達成感が得られるので、推薦の質やモチベーションの向上を期待したい。

さらに、吹き出し、スタンプ、フレーム等のポップ画像のテンプレートの提供、仮想書店表示でのレイアウトの多様化、複数のポップ画像の付与などの機能追加を図りたい。

参考文献

- [1] 沼澤 拓也, 繁盛店が必ずやっている POP 最強のルール, ナツメ社 (2012).
- [2] Liz Castro, Bunkyo-do bookstore display, <https://www.flickr.com/photos/cookwood/7508213892> (2015 年 7 月 29 日確認)
- [3] POPit - ポップイット, <http://pop-it.jp/> (2015 年 7 月 29 日時点でサービス終了。画面イメージは WaybackMachine 等のウェブアーカイブ上で、例えば <http://web.archive.org/web/20150318175433/http://pop-it.jp/> など確認できる)
- [4] 本棚.org, <http://www.pitecan.com/Index/hondana.html> (2015 年 7 月 29 日確認)
- [5] ブクログ, <http://booklog.jp/> (2015 年 7 月 29 日確認)