

クーポン情報の多メディア配信システムとその評価

福安真奈[†] 浦正広[‡] 久野秀幸^{††} 中貴俊[†] 山田雅之[†] 遠藤守[†] 宮崎慎也[†] 安田孝美[‡]
 中京大学[†] 名古屋大学[‡] 瀬戸市行政経営部^{††}

1.はじめに

地域の活性化において観光が果たす役割は大きく、本研究では観光誘致を目的とした情報技術の活用を試みる。筆者らはこれまでに愛知県瀬戸市と協働で、市内主要拠点へのデータ放送配信設備を用い、市内を対象としたデータ放送による地域情報化を実施してきた[1]。観光のように居住地域や年齢の異なる様々な層を対象とする場合、単一メディアによる情報の配信ですべての層をカバーすることは困難である。

そこで本研究では、昨年本大会で発表した「クーポン情報の多メディア配信による地域活性化モデルの提案」[2]を基に、誘致の手段としてクーポンに着目し、インターネット、データ放送、紙媒体という性質の異なるメディアを通して同一のクーポン情報を配信するシステムを構築する。また、実証実験を実施することにより提案手法の評価を行う。

2.多メディア配信システム

本システムでは、「店舗の基本情報」、「クーポン情報」、および、割引以外の宣伝情報である「お得宣伝情報」を複数のメディアにより配信する。これらは店舗や施設の経営者、管理者による直接入力を前提とし、入力情報はデータベースにより管理する。ワンソース・マルチユースを実現するため、複数メディアでの配信を考慮したデータ構造とする。また、内容やジャンル、地域に基づいた表示や検索を実現するため、店舗情報は「店名、住所、電話番号、紹介文、営業時間、定休日、最寄駅、最寄名所、リンク、緯度・経度、ジャンル、店舗画像」、クーポン情報は「内容、期限、ジャンル、画像」、お得宣伝情報は「内容、期限」の各項目により構成する。

PC用ウェブサイト、携帯サイトは、データベースに格納された情報を基にそれぞれの仕様にあったHTMLファイルを生成する。データ放送は、データベースの情報を定期的に取得し、BMLというデータ放送ページの表示に利用される言語で記述されたページを生成・配信する。ちなみに、利用者がPC用ウェブサイトに設置した印刷ボタンを押すことで、データベースの情報を基にPDF形式で出力される。以下に本システムにおけるメディアごとの特徴を述べる。

1) PC用ウェブサイト

PC用ウェブサイトの特徴として、取得できる情報が多いことがあげられる。例えば、上記のお得宣伝情報や、「お知らせ」・「新着情報」を含むtwitterウィジェットはPC用ウェブサイトでのみ閲覧できる。各店舗個別のクーポンページがあり、クーポンを利用する際はそのページを印刷して店舗に提示する。PC用ウェブサイトのトップページを図1左に、クーポンページを図1右に示す。



図1 PC用ウェブサイト表示例

2) 携帯サイト

携帯サイトの特徴として、位置情報通知機能があげられる。GPSを用いることで、現在の位置から近い店舗を検索することができ、瀬戸市内での検索手段としても有用である。また、端末の携帯性を活かし、店舗別ページの表示画面そのものをクーポンすることで、画面の提示だけで手軽に利用できる。図2左に携帯サイトのトップページ、図2右にクーポンページを示す。



図2 携帯サイト表示例



図4 ちらしの例

3) データ放送

データ放送は瀬戸市内の主要拠点 13 箇所に配信しており、主要拠点には、観光客向けの施設のほか、市役所、図書館など市民向けの施設も多く、市民の利用にも有用である。また PC、携帯に比べ操作が容易で幅広い世代が利用可能である。クーポンの利用には、携帯電話で QR コードを読み取る必要があるほか、放送時間も限られているという問題もあげられる。図 3 にデータ放送の表示例を示す。



図3 データ放送表示例

4) ちらし

ちらしは、市内のあらゆる場所に設置しており、利用者が 1 枚で複数の店舗の情報を取得し、そのままクーポンとして利用できる。また、PC 用ウェブサイトから直接印刷することもでき、その際はジャンルや最寄り駅など対象店舗を限定することができる。紙媒体であるちらしは、設置が容易ではあり、利用者は気軽に利用できるが、設置には時間がかかるため、最新情報の取得が困難であるという問題もある。ちらしの例を図 4 に示す。

3.実証実験とその評価

提案システムの運用を 2010 年 10 月 1 日から 12 月 27 日にかけて実施した。今回行った実証実験では、対象店舗を観光協会所属の店舗とし、予め配布した申請書を用い登録の申請を行った。結果、今回の実証実験には 28 店舗の参加があり、PC 用ウェブサイトのユニークユーザ数は 1080 人、ページビュー数は 10080 回であった。ラジオ出演による PR や新聞への掲載の際には利用者は増加したが、月ごとの利用者数は減少していた、このことから、広報活動の体制が問題として挙げられる。

4.まとめ

本研究では、地域の施設や店舗がインターネット、地上デジタル放送、ちらしという性質の異なるメディアを通して同一のクーポン情報を配信するシステムを構築した。また、実証実験を実施して提案手法の検証を行った。今後は、長期運用を考慮し、店舗や施設など情報提供者の意見のほかに利用者の意見も収集し今後の運用に役立てたい。

謝辞

実証実験にご協力頂いた瀬戸市観光協会の皆様に感謝します。なお、本研究の一部は、文部科学省科学研究費補助金、栢森情報科学振興財団研究助成、人工知能研究振興財団研究助成、堀情報科学振興財団研究助成、財団法人 JKA 補助金による。

参考文献

- [1] 浦正広ほか: デジタルデータ放送をインフラとする地域情報化推進モデルの提案, 社会情報学研究, Vol.12, No.2, pp.15-23 (2008.03)
- [2] 大竹杏奈ほか: クーポン情報の多メディア配信による地域活性化モデルの提案, 情報処理学会創立 50 周年記念 (第 72 回) 全国大会講演論文集, pp.4-809-4-810 (2010.03.08)