

ブログの話題と地域情報の動的連携による モバイル付加価値情報配信システムの開発

村田陽平 所昂志 南野謙一 渡邊慶和

岩手県立大学ソフトウェア情報学部

1. はじめに

近年、ブログや SNS 等が流行している。これらは、新聞や TV、雑誌等のメディアと違い、消費者が自ら情報を発信するメディアとして CGM (Consumer Generated Media) と呼ばれ、消費者の生の声を得る場となっている。また、携帯電話などのモバイル端末を用いてインターネットを利用する人々が増加し続けており [1]、場所や時間にとらわれずに、CGM を利用できるようになってきている。しかしながら、CGM には膨大な情報が存在し、欲しい情報に辿り着けず有効活用できないという問題がある。そこで本研究では、商店街を対象とし、PDA を用いて利用者の状況に合わせた情報提供を行うことにより、消費者の購買行動を促進させる。商店街の情報と CGM の話題とを結びつけ、多くの人が関心を持っているという付加価値情報を提供するシステムを開発する。本論文ではシステム開発と評価実験について述べる。

2. 商店街を対象とした付加価値情報配信

2.1 消費者の購買行動プロセスの促進

図 1 に示すように、電通グループが提唱している消費者の購買行動プロセス AISAS では、インターネットを積極的に利用した購買行動プロセスを注意、関心、検索・調査、行動、共有という 5 段階で表している。検索・調査は消費者がインターネット等を利用し商品を探る段階、共有はブログとして商品に関する評価を共有する段階である [3]。

本研究ではブログ記事の話題に基づいた付加価値情報を利用者に提供することにより消費者の注意および検索・調査という行動を促進させ、感想や批評を書き込む機能により共有の強化を図ることを目的としている。購入前に商品について情報収集をすることは顧客の満足度の向上にも繋がる。

Added Value Information Delivery System for Mobile by Dynamically Matching Hot Topics in Blog and Local Information

Youhei MURATA, Takasi TOKORO, Ken'ichi MINAMINO, Yoshikazu WATANABE

Faculty of Software and Information Science, Iwate Prefectural University



図 1 消費者の購買行動プロセス AISAS

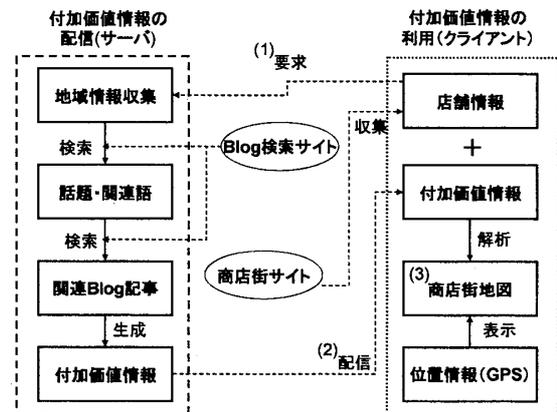


図 2 システム構成

2.2 モバイル付加価値情報配信システム

図 2 に示すように、モバイル付加価値情報配信システムは、付加価値情報を自動生成するサーバとそれを利用者の状況に合わせて提供するクライアントにより実現される。サーバでは、ブログの話題を話題キーワードとして表現し、話題性の大きさに基づきランキング形式で提供する [2]。話題キーワードは複数のブログサイトから収集することにより信頼性を高めている。

クライアントではサーバより提供された話題キーワードと商店街の店舗で取り扱っている商品とをジャンル (お茶、本など) によって動的に結び付け、それに応じて商店街の地図上に店舗ごとに話題キーワードとブログ記事を表示し利用者に提供する。付加価値情報は、店舗の商品情報とそれに関連した話題キーワードとブログ記事により構成される。PDA 等のモバイル端末を用いることによりその時々々の付加価値情報を商店街現地で受け取り、即座に利用することができる。利用者は周囲にある店舗がどれだけ話題性が高いかを知ることが出来るため利用者の注意を喚起することができる。また、実際に関連するブログを読むことによって検索・調査を容易に行うことが可能になる。

3. 利用者の状況に合わせた情報提供

クライアントでは、利用者の状況に合わせた情報提供を行う。基本的に GPS から得られる位置情報をもとに利用者の状況を判断する。利用者は興味のある商品やジャンルを設定することもできる。次に利用者の状況に合わせた情報提供手順を示す。

(1) 利用者の現在位置から店舗を判断し、その店舗情報から話題を取得するため、サーバにリクエストを出す。現在位置の周辺店舗の情報についても同様にリクエストを出す。

(2) サーバでは複数のブログサイトから話題・関連語・ブログ記事の総数を収集し付加価値情報を生成し、クライアントに配信する。

(3) クライアントでは受信した付加価値情報を商店街の地図上にアイコンで表示する。アイコンをクリックすると、詳細情報（話題キーワードを取り扱っているブログの記事へのリンク、ブログの記事数、話題キーワードの関連語など）を表示する。

(4) GPS により利用者の位置情報の更新を検知すると、(1)～(3)を繰り返し行う。既に受信している付加価値情報については、利用者の位置情報に応じてリクエストは行わず、システムで設定した時間（ブログの話題が変動する間隔）で更新する。

4. 評価実験

本システムの評価にあたって対象の商店街として盛岡市にある肴町商店街とした。肴町商店街は約 100 店舗を有する。同商店街は Web サイトを中心に積極的に情報化を進めている商店街である。

図 3 にシステムの動作例を示す。クライアントシステムは GPS 装置を搭載した PDA (Windows Mobil 5.0) 上に開発している。クライアントではタッチペンにより地図やアイコン等の操作を行うことができる。クライアントのユーザインタフェースでは、付加価値情報の提示、地図による各店舗へのナビゲーションが主な機能となる。利用者は購入した商品についてブログの記事を書くことができるが、PDA の Web ブラウザを用いてブログサイトに移動できるようにしているのみである。

評価実験では肴町商店街で 1 人 1 台の PDA を使ってもらい、最後にシステム評価についてのアンケートを行った。被験者は大学生である。



図 3 クライアントの動作画面例

アンケートでは、「新しく存在を知った店舗数」や「買いたいと思った商品点数」といったような、システムが提供する情報がユーザの「新たな発見」「購買意欲の向上」に貢献しているかどうかという基準に基づいた質問を設定した。アンケート結果より被験者から「今まで知らなかった店舗を知ることができた」「知っていた店舗でも新しい発見があった」といった回答と「画面に対して表示される情報が多すぎる」というユーザインタフェースにおける問題があるという回答が得られた。

5. まとめ

本論文では、ブログの話題と地域情報の動的連携による付加価値情報を提供するシステムの開発と評価実験について述べた。今後の課題としては、利用者の嗜好に合わせた適切な付加価値情報の提供を可能にすることや、購買行動プロセスの「共有」を促進するために PDA を複数台用いて、話題毎に商品の評価をやり取りする機能を実現することが挙げられる。

参考文献

- [1] 総務省, 平成 17 年通信利用動向調査, http://www.soumu.go.jp/snews/2006/060519_1.html
- [2] 所, 南野, 渡邊, ブログの話題と地域情報の動的連携による付加価値情報の自動生成, 平成 19 年度電気関係学会東北支部連合大会, 2007
- [3] 株式会社 電通, 電通グループのインタラクティブ領域における成長戦略 <http://www.dentsu.co.jp/ir/marketing/pdf/2006amJ.pdf>