

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

大竹杏奈[†] 浦正広[‡] 久野秀幸^{††} 山田雅之[†] 安田孝美[‡]

中京大学情報理工学部[†] 名古屋大学大学院情報科学研究科[‡] 瀬戸市行政経営部^{††}

1. はじめに

観光は、あらゆる地域産業の発展につながる地域の総合力とも位置づけられ、地域の活性化において果たす役割が期待されている[1]。その集客に重要な役割を担うものとして、期間の限定された割引などの有益な情報により、人々の行動を誘発する広告が挙げられる。広告は様々な媒体に提供されるが、近年、デジタル技術により情報の通信と表示を行うデジタルサイネージという手法が注目を集めている[2]。その中には地上デジタル放送の規格を取り入れた「Touch! ビジョン」といったものもあり、地域活性化への効果が期待されている。また、筆者らも地域の観光を誘発するデータ放送コンテンツを開発し、データ放送コンテンツを市内 13 箇所の拠点に配信する設備を有する愛知県瀬戸市をフィールドに実証実験を行ない、その有効性を確認している[3]。

しかしながら、観光は居住地域や年齢の異なる幅広い層を対象とするため、多くの人々に情報を届けるためには複数のメディアを利用することが好ましく、その際、人々の行動や情報アクセス手段を考慮した上で、それらに適したメディアを活用することが重要となる。また、広告内容によっては即時性が求められるものもあるため、情報提供者がシステム管理者にデータ入力を依頼する形ではなく、情報提供者が情報を直接入力できる運用体制が望ましい。

そこで本研究では、紙やインターネット、データ放送などの多メディアに地域のお得な情報を配信することにより、地域内外の人々にその地域への観光を促す、観光振興による地域活性化モデルを提案する。プッシュ型、プル型の両メディアを活用し、施設や店舗の経営者が直接、情報を多メディアに提供できるようにすることで、様々な層の人々をカバーする、効果的な広告配信を実現する。

2. クーポンの多メディア配信による地域活性化

広告は集客に有効であるが、観光の誘発を目的とした場合には特定の地域が対象となるため、地域住民と観光客とで情報源が一致しないといった問題がある。そのため、様々な媒体を活用して様々な層に向けた配信が必要となる。地域外からの観光客に対しては、駅などの交通ターミナルや観光案内所など、観光客が目にするような場所での提示が望ましい。一方で、地域内の人々にとっては、広告配信サービスの周知さえなされれば、場所を選ばずに情報を取得できる環境が望ましい。また、世代別では、若年層は利用率の高い携帯電話による提供が、高齢者はデジタル機器の利用率が低いいため、紙による提供が有効であると考えられる。

以上より、観光客にはデータ放送を用いたデジタルサイネージによる提供や、観光パンフレットとしての紙による提供を行う。また、地域住民に対しては、PC や携帯電話によるインターネットでの提供を行う。デジタルサイネージはプッシュ型メディアであるため、これを利用することで観光客のみならず地域住民への周知効果も期待できる。広告はクーポンの形態とし、利用者がクーポンを利用するときは、紙もしくは携帯電話の画面を施設・店舗に提示するものとする。クーポンは PC 用ウェブサイトやデータ放送画面で確認、印刷ができ、また、画面上の QR コードから携帯電話用ウェブサイトのクーポンを取得できる。利用者層において利用が想定されるメディアと、クーポンの取得から利用までの流れを図 1 に示す。

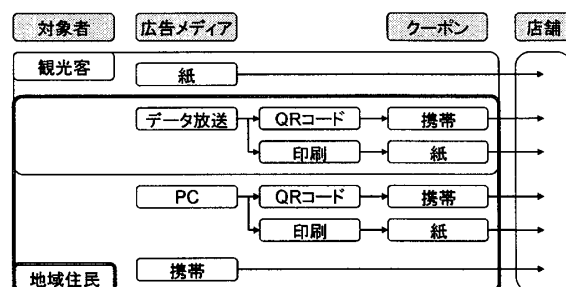


図 1 クーポンの取得と利用

A Model of Regional Activation by delivering Coupon to Various Media
[†]Anna Otake, Masashi Yamada: Chukyo University
[‡]Masahiro Ura, Takami Yasuda: Graduate School of Nagoya University
^{††}Hideyuki Kuno: City of Seto

3. 多メディア配信システムの構築

前章で示した提案モデルを運用するためのシステムを構築する。システムはネットワーク環境が必要となるため LAMP により構築し、オートメーション化されたワンソース・マルチユースを実現する。お得情報はデータベースにより一元管理し、紙、PC および携帯電話向けのインターネット、データ放送の各形式に加工される。格納するデータは、施設・店舗の基本情報として「店名、住所、所在エリア、経緯度、電話番号、URL」を保持する。また、お得情報として「内容、画像、カテゴリ、有効期間」を保持する。これにより、内容やカテゴリに基づいた表示・検索が可能となる。

情報の流れを図 2 に示す。店舗や施設の経営者や管理者が PC からお得情報を入力すると、その情報はデータベースに格納される。プッシュ型メディアであるデータ放送では、格納されたお得情報を定期的に取り得し、随時掲載する。データ放送はページの表示に BML という記述言語、情報の保持に BTB というバイナリデータが用いられるため、PHP スクリプトにより MySQL 上のデータから動的に BTB を生成し、あらかじめ用意しておいた BML から定期的にそのファイルを参照する。なお、データ放送は画像にも特殊な規格が用いられているため、現時点ではその変換部分のみ、専用のソフトウェアを用いて人力により行う。一方で、プル型メディアであるインターネットでは、アクセスに応じて PHP が動的に MySQL 上のデータを基に HTML を生成する。PC、携帯電話向けサイトでは各仕様に基づいた HTML を、また、紙では PC で HTML を印刷することを前提に、印刷時に A4 サイズになるように情報を配置したファイルを作成する。それぞれのメディアにおける、お得情報の表示例を図 3 に示す。a はデータ放送の画面であり、お得情報が一定間隔で切り替え表示される。b は PC 用の HTML であり、印刷して拡大図のように切り離して使用できる。また、a と b とともに QR コードを携帯電話で認識させることで、c のクーポン画面への URL を取得できる。

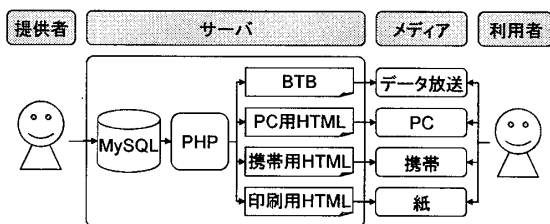
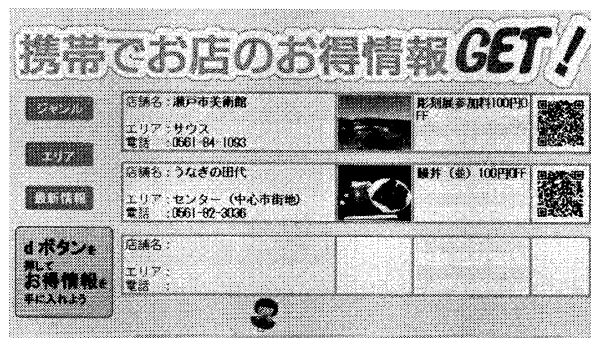


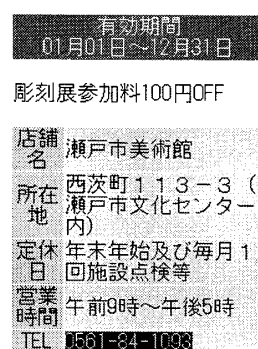
図 2 情報の配信



a データ放送



b PC/紙



c 携帯電話

図 3 各メディアにおける表示例

4. おわりに

本研究では、地域の施設や店舗が直接的にお得情報を紙、インターネット、データ放送の多メディアへ配信可能とすることで、地域内外の人々を対象に観光振興を促す地域活性化モデルを提案した。また、LAMP 環境により提案モデルを実現する情報配信システムを構築した。今後は、愛知県瀬戸市をフィールドとした実証実験を実施することで、提案モデルの有効性を確認したい。

謝辞

本研究の一部は財団法人栢森情報科学振興財団研究助成、財団法人日比科学技術振興財団研究助成、財団法人 JKA 補助事業による。

参考文献

- [1] 財団法人経済広報センター: 地域の活性化と観光に関する意識・実態調査報告書, 2008.03.
- [2] 財団法人デジタルコンテンツ協会: デジタル技術を駆使した映像制作・表示に関する調査研究報告書, 2009.03.
- [3] 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.