

シズルワードを用いた飲食店検索システムの提案

堀江 恋弥†

植竹 朋文‡

専修大学 経営学部 経営学科†

専修大学 経営学部 経営学科‡

【1. 研究背景】

近年、食べログなどインターネット上のグルメサイトが普及し、誰もが簡単に検索可能になった。しかし、食事に行く時、漠然としたイメージはあるが、何を食いたいかわからないという経験がある。この場合、ユーザがうまく飲食店を検索できないという問題がある。個人の嗜好に注目したシステム[9]などは提案されているが、漠然としたイメージしか持たないユーザにとっては、十分に機能しているとは言えないのが現状である。

【2. 研究対象・目的】

本研究では、インターネットで飲食店を検索する人を対象とし、漠然としたイメージにあった飲食店の検索支援システムを提案する。

【3. 現状分析】

ユーザが飲食店を選ぶ過程での問題を明らかにするため、男女 20 人にアンケート調査を行った。

飲食店を選ぶ過程は 3 段階に分けられると考えた。

- 1 段階目: 食べたいものをイメージする
- 2 段階目: イメージを料理に変換する
- 3 段階目: 飲食店を選択する

この中で何が一番困難だと感じているかアンケート調査を行ったところ、以下の結果になった。

- | | |
|--------------------|------|
| 1 段階目の料理のイメージをする | … 0% |
| 2 段階目のイメージを料理に変換する | …70% |
| 3 段階目の飲食店を選択する | …30% |

次に、料理とイメージの関係性を調査した。調査の結果、おいしさを感じる言葉としてシズルワードというものが(株)BMFT 社によって調査されている[6][7]。このシズルワードは表 1 のようにまとめられている。

表 1:シズルワードと料理の関係

グループ	表現	料理
あっさり	やさしい、さっぱり、うす味、…	うどん、そば
もちもち	もっちり、ふわふわ、とろける、…	パン、ドーナツ
揚げたて	炊きたて、焼きたて、とれたて、…	唐揚げ、天ぷら

シズルワードは味覚系、食感系、情報系に分類される。また表現はグループ分けされており、各グループには関連した料理がある。例えば「あっさり」のグループであれば、「やさしい」「さっぱり」などのシズルワードがあり、料理は「うどん」や「そば」などがある。

最後にこのシズルワードがグルメサイトの、どの部分に含まれているか調査した。

表 2:シズルワードが頻出する情報

店舗 PR	メニュー	口コミ
△	×	○

分析の結果(表 2)、グルメサイト内では口コミにシズルワードが多く用いられていることが分かった。

●現状分析まとめ

ユーザは、飲食店を選択する過程の中で、イメージを料理に変換するのが困難だと感じていることが明らかになった。しかしそのイメージは、料理メニューと関連性があるシズルワードと呼ばれる言葉で表現可能で、グルメサイト内の口コミでよく使われていることも明らかになった。

【4. システム提案】

シズルワードを利用して、食べたいもののイメージに合った飲食店を検索する、以下の 2 つの機能を持つシステムを提案する。

本システムは以下の 2 つの機能を持つ。システムの概要を図 1 に示す。

① シズルワードを用いた料理検索機能

- (ア) ユーザはシズルワードをシステムに入力する
- (イ) 入力されたシズルワードがどのグループに属

A restaurant recommend system using sizzle words

†Renya Horie, School of Business Administration, Senshu University

‡Tomofumi Uetake, School of Business Administration, Senshu University

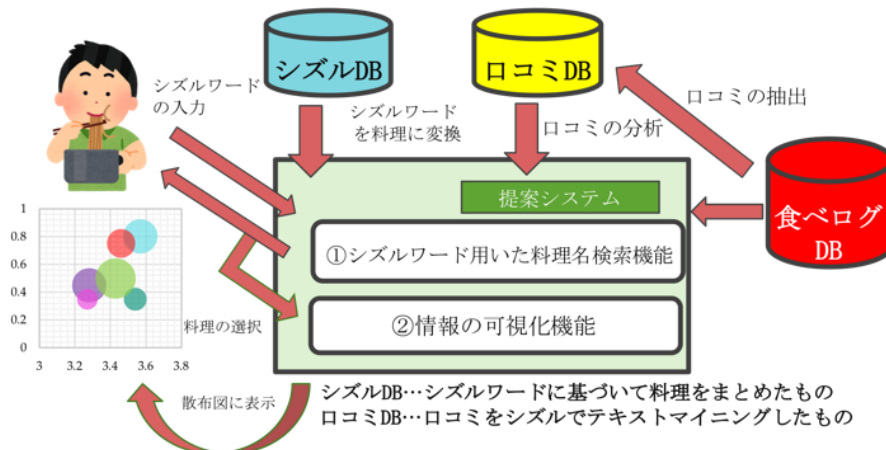


図 1:シズルワードを用いた飲食店検索システム

するかを分析し、そのグループに対応した料理をユーザに表示

② 情報の可視化機能

(ア) 選択された料理と条件をもとに飲食店上位 5 つを散布図上に表示する

(イ) 散布図の縦軸はシズルワードの含有率、横軸は食べログの星の数、バブルの大きさは料理名が含まれている数とする

シズルワードの含有率:

食べログのロコミを 20 件から、ユーザが選択したシズルワードのグループに含まれているものをテキストマイニングで抽出し割合を出す。

●シズルワード DB

シズルワードの現在を基にして作成。味覚系、情報系、食感系全てのシズルワード計 362 語。

●ロコミ DB

店舗毎のロコミ 20 件をまとめたもの。

【5. 効果検証】

本システムの有効性を検証するため、20 代の男女 12 人を対象に、システムのプロトタイプを使用してもらい、評価実験(5 段階評価)を行った。

表 3: 効果検証

項目	評価(5 段階評価)
料理への変換	4.16
表示された飲食店	3.50
システムの有効性	4.25

以上の結果から本システムは料理の変換、有効性は一定の評価を得られ、有効性が確認された。

しかし、表示された飲食店の満足度は少し低くなっていた。この原因として考えられるのが、横軸の評価項目である。横軸の評価項目を、食

べログの 5 つ星評価の値としているが、だいたいの店舗も 3 点前後にまとまってしまっている。したがって横軸にあまり差がつかず、ユーザが選択しにくかったということが考えられる。今後、他の評価項目を見付け出し改善していく必要があると感じた。

【6. 結論】

本研究では、ユーザが一番困難と感じていた食べたいもののイメージにあった飲食店の検索容易に行えるようにするために、シズルワードに注目した。システムを構築し、効果検証した結果、シズルワードを用いたシステムは、有効に機能することが確認された。

【7. 今後の課題】

飲食店の星評価にあまりばらつきがないため、表示方法に工夫が必要である。また、シズルワードの頻度にもばらつきがあるので、考慮する必要もある。

◆参考文献

[1] ぐるなび: <https://www.gnavi.co.jp/>
 [2] 食べログ: <https://tabelog.com/>
 [3] Retty: <https://retty.me/>
 [4] Hot Pepper: <https://www.hotpepper.jp/>
 [5] MMD 研究所: <https://mmdlabo.jp/>
 [6] BMFT ことばラボ, “sizzle word 2018 シズルワードの現在「おいしいを感じる言葉」調査報告”, BMFT 出版部, 2018 年
 [7] BMFT ことばラボ, “シズルのデザイン: 食品パッケージにみるおいしさの言葉とヴィジュアル”, 誠文堂新光社, 2017 年
 [8] 調査の力: <https://chosa.itmedia.co.jp>
 [9] 谷川 佳延, 吉田 博哉, “参加者の嗜好を考慮した飲食店推薦システムの開発”, 第 77 回情報処理学会全国大会講演論文集 2015(1), 587-588, 2015 年