

## 周辺情報提示による観光スポットへのセレンディピティ誘発効果の検証

村田 裕寛

Yasuhiro MURATA

情報メディア学科 2016年度卒業

### 1. はじめに

近年、観光産業が盛んであり旅行者、観光スポットが増大している。旅行者は膨大な観光スポットから自分の好みに合った観光スポットを選択する必要がある。本研究では、ユーザが観光スポットを地図で探している際、どのような周辺情報を提示することで観光スポットへの興味を誘発できるかを検証する。評価指標としては特にセレンディピティに着目しており、つまり、本来目的としていた観光スポット以外に魅力あるスポットを発見できるか、ということを目指す。

### 2. 提案システム

提案システムのインターフェースは大きく地図表示部と周辺情報表示部に分けられる。周辺情報提示部には、地図表示部に表示されている周辺に関する情報が提示される。システム構成として下記に処理手順を示す。

- (1) スポットに関する情報をデータベースに登録
- (2) 地図の中心座標を基に周辺領域の座標を算出、領域内の情報をデータベースから取得
- (3) 取得した情報を集約
- (4) 集約した情報を周辺情報提示部に表示

### 3. 評価実験

#### 3.1 比較手法

比較手法を下記に示す。

GM : GoogleMaps (デフォルト)

S : 周辺観光スポット名複数表示

SP : 周辺観光スポット名および関連特徴語表示

ベースラインを GM とし、手法 S は周辺のスポット名を n 件取得し表示する。本実験では n=5 とする。手法 SP は周辺のスポット名を一件表示し、そのまわりにスポットに関連する特徴語を表示する。

#### 3.2 実験方法

実験方法は、まず被験者 (10 人) にシステムを使用する時のシチュエーションとなるタスクを与える。

「あなたは週末旅行へ行こうと思っています。その時、Tn は確定しています。システムを使って周辺を探索し、気になったスポットをメモしてください」

T1 : 目的地が一カ所決定している

T2 : 目的地が二カ所決定している

T3 : 地域のみ決定している

メモした各スポットに対して下記の質問に答えてもらい評価を行った。なお、Q1, Q2 は「YES/NO」、Q3, Q4 は Q1, Q2 が共に NO と回答した時のみ答えてもらった。

Q1 : そのスポットについて元々知っていたか

Q2 : そのスポットに行ったことがあるか

Q3 : 今回の旅行で立ち寄ってみたいか

Q4 : 将来立ち寄ってみたいか

#### 3.3 実験結果

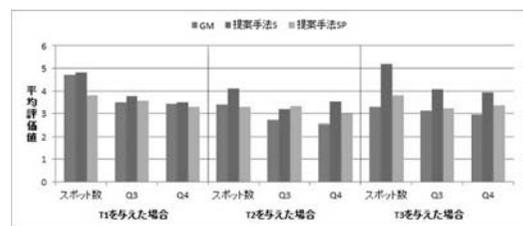


図1 セレンディピティに関する項目の平均評価値

質問からセレンディピティに関する数値の平均を取り図1に示す。項目は左から順に、Q1, Q2 に対しても「NO」と回答したスポット数、Q3の平

均評価値、Q4の平均評価値である。図1より、タスクの目的地が不明確な時ほどセレンディピティなスポットが発見できたとわかる。これは、地図を動かす範囲が広いと、周辺に提示している情報がめまぐるしく変化したことにより、目新しさがありスポットが見つかったのだと考えられる。つまり、目的地が不明確な時に提案手法は有効であるといえる。

#### 4. 本研究のまとめ

本研究ではセレンディピティな観光スポットを推薦するにはどのような情報を与えればよいか比較検

証した。今後、別の情報を与えた場合を検証し、周辺情報として最も適格な情報を追及する。

#### 5. おわりに

上記の内容でポスター発表を行った結果、コメントとして地図インターフェースに表示されるスポット名をクリックすると中心座標がそこへ移動する、ジャンルで推薦されるスポットをフィルターかけられると実用性が高まる、といったコメントをいただいた。私自身もその意見には非常に賛成であり、今後の研究でそれらの機能を付け足すことを検討している。