

InteractiveFliers : 広告主と読み手のリアルタイムな

情報共有を可能とする電子広告システムの提案

根本博明[†] 山下邦弘[†] 西本一志[†]

[†]北陸先端科学技術大学院大学

{h-nemoto, kunihiro, knishi}@jaist.ac.jp

1. はじめに

現在様々な広告が世の中に出回っている。例えば、新聞の折込みチラシ、各企業が発行している情報誌、街中で配られているクーポン券付きチラシ、インターネット広告など、非常に様々な種類の広告が世の中には存在している。一般にこれらの広告は、広告主が一方的に情報発信するメディアである。したがって読み手側の事情を斟酌する必要が無く、広告主側は気軽に情報発信できるというメリットを持つ。

しかしながら、一方的な情報発信であるためのデメリットも存在する。例えば、クーポン券などの特典を付けることができないタイプの広告の場合、読んでいる人にとって相当に魅力的であるか、あるいはなんらかの必要性がない限り、広告は多くの場合無視されてしまう。たとえ広告の内容に多少の興味があったとしても、問い合わせなどの手間を考えると、そこまでするメリットがないと判断されれば、やはり無視されてしまう。つまり、従来の広告では、広告主は、興味を示してくれたが行動を起こさないレベルの読み手の存在を知る術がなかった。

そこで本研究では、読み手が広告にわずかでも興味を示した時点で広告主がその事実を知り、読み手に対して PR を始めることができ、さらにその場で広告主と読み手が広告内容について対話することができる機能を持つ電子広告システム“InteractiveFliers”を提案する。これによって、上述のような従来の静的な広告の問題を解決し、広告主にとってはより多くの読み手から

の反応を期待でき、また読み手にとっては面倒な問い合わせの手間が軽減され、広告主と読み手の間で有益な情報共有を実現できることが期待される。

2. InteractiveFliers システム

図1に InteractiveFliers システムの概要を示す。現在本システムは、北陸先端科学技術大学院大学 知識学研究科建物内の、エレベータルーム前や廊下など約40箇所に設置してあるタッチパネル付大型プラズマディスプレイ(以下 PDP)を用いて実装・運用されている。本システムに広告を掲示したい人は、まず広告登録ウェブページからチラシサーバー上に広告を登録する。その際、広告登録者(=広告主)がもっとも頻繁にアクセス可能なメール・アドレスを併せて登録してもらう。こうして登録された広告は、新しいものから順に10個ずつ、PDP上に表示される。図2に、10個の広告が掲載されている状態のPDP画面を示す。

さて、たとえばエレベータの到着待ちなどの際にあるPDPに人が接近したとする。すると、PDPに備え付け

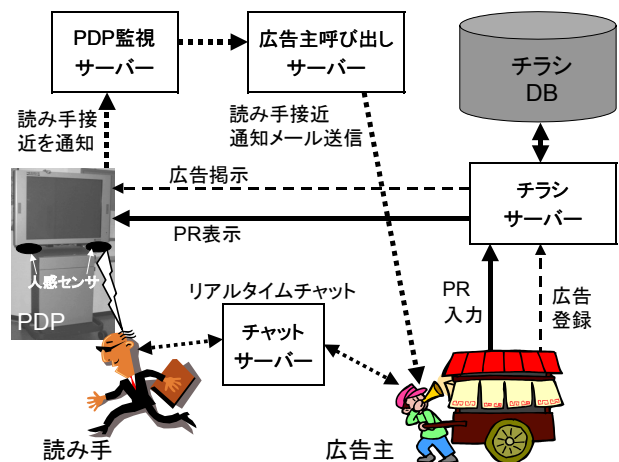


図1 InteractiveFliers システム構成



図2 10 個の広告を表示している PDP 画面

られている人感センサーが反応し、PDP 監視サーバーに、どこの PDP に人が接近しているかを通知する。PDP 監視サーバーは、この PDP 情報を広告主呼び出しサーバーに対し通知する。広告主呼び出しサーバーは、その時点で広告を掲示しているすべての広告主に対し、「現在 PDP 近傍に人がいるので、PR してはいかがですか」という呼びかけメールを送信する。このメールを受信した広告主は、PR 入力フォームを開き、チラシサーバーから PDP 前の人間に対して送る PR を入力することができる。これによって、遅延なく広告への追加 PR を PDP 前にいる人に対して発信することができる。

この結果、ある広告に読み手が興味を持った場合、PDP 画面上でその広告の画像をタッチすると、その広告の広告主ページに移動する。広告主のページにはチャット機能が備えられているので、そこで広告主と読み手は、チャットサーバーを介して同期非対面型の情報共有を行える。広告主のページは、各広告毎に一つずつ用意されている。以上の仕組みによって、広告を介したリアルタイムな情報共有が実現される。

なお、読み手が誰であるかの個人認証を行う機能は現在実装しておらず、広告主にはどの場所に設置された PDP を読み手が用いているかを知ることができるだけとなっている。したがって、必要があれば、広告主が直接その場所に出向くことで、対面でのコミュニケーションをすぐに行える。また、RFID などを用いれば、個人認証を行うことも可能となるだろう。

現在、本システムを本学および株式会社リコー新横浜事業所に導入して、運用実験を進めている。評価結果については、後日稿を改めて報告する予定である。

3. 関連研究

談話の杜[1]では、求める情報を公共のスペースに提示することにより実世界での偶発的な出会いによる



図3 広告主ページでのチャット風景. 読み手の文字入力には mevael 社製 Keiboard を使用.

情報共有を促進する仕組みを構築している。インタレスト・コンシェルジュ[2]は、エレベータホールに居合わせた人々に、それぞれのプロフィール情報を参照して共通する話題を提供することで、偶然出会った人々の対話を誘発するシステムである。これらのシステムは同期対面型の情報共有支援システムであるといえる。Plasma Poster Network[3]は、やはり電子的に掲示されたポスターを扱っており、これに対し読み手が PDA などを使って注釈などをつけることができ、注釈が付与されたことが、広告主にメールで通知される。このシステムの構成は我々のシステムと非常に類似しているが、Plasma Poster Network が提供する広告主・読み手間コミュニケーションは非同期で非双方向的なものである点異なる。

4. まとめと今後の予定

本稿では、広告主と読み手をリアルタイムに結びつけることができる電子広告システム InteractiveFliers を提案した。今後は詳細な被験者実験を行い、本システムの有効性の検証と課題の洗い出しを進めたい。

謝辞

本研究の一部は、株式会社リコー・グループ技術企画室との共同研究「知識創造支援のためのコミュニケーション空間構築に関する研究」の成果の一環として得られたものである。

参考文献

- [1]松田, 西本, HuNeAs: 大規模組織内の偶発的な出会いを利用した情報共有の促進とヒューマンネットワーク活性化支援の試み, 情報処理学会論文誌, Vol.43 ,No.12, pp.3571-3581, 2002.
- [2]森田, 山下, 國藤, インタレスト・コンシェルジュ“待ち状況”に共通興味を案内する情報提供サービスシステム, インタラクション 2003 講演論文集, pp.189-190, 2003.
- [3] E. F. Churchill, L. Nelson, L. Denoue, and A. Girgensohn: The Plasma Poster Network: Posting Multimedia Content in Public Places, Proc. Interact 2003, 2003.