

システム事例：インターネットクチコミ情報サービス “駅前探険倶楽部”

"Ekimae-Tanken Club" Internet Information Service Featuring Word-of-Mouth Communications

岩木 雅汎  
IWAKI Masahiro

モバイル時代に適したインターネット情報サービスを模索する中で、当社はホームページ“駅前探険俱楽部”を1997年5月に一般公開した。システムは、首都圏の活動的なビジネスマンに焦点を合わせ、有用な情報としてJR山手線内約140の駅周辺の情報、首都圏鉄道乗換案内をメインテーマとしている。利用者からの情報提供(クチコミ)を中心とした新しいサービス形態を提案し、検索画面もパソコン(PC)と携帯端末それぞれの利用形態に適した2種類を用意した。10月からはPHSの位置情報を用いたサービスも試験的に開始した。

We inaugurated a new Internet-based information service called "Ekimae-Tanken Club" for mobile computing in May 1997. Targeted at businesspeople in the Tokyo area, our service has two main themes: spot information in the vicinity of railway stations (140 stations, mostly within the JR Yamanote Line area), and information on train connections in the Kanto region.

Word-of-mouth information input by our users is of particular importance in our service. Such information may be input by two different means: personal computer or personal digital assistant (PDA). Moreover, a trial service using PHS positioning information has been in operation since October 1997.

1 まえがき

インターネットの普及は近年ますます加速し、提供されるサービスも飛躍的に増えてきた。当社では、“情報サービスのビジネス化”を具体化するものとしてインターネット上でサービス形態の検討を96年度から始めた。同時にGENIO<sub>TM</sub>の開発も行っており、単なるインターネット上のサービスというよりGENIO<sub>TM</sub>との相乗効果をもたらす“モバイル環境での情報サービス”という視点を強く意識した。当時のインターネット上のサービスをみるとモバイル環境での使用を意識したものは見当たらなく、“モバイル”という観点は差別化のためにも有力であると確信した。

そこで、モバイル環境で使える情報サービスとはどんなものかを考えながらシステムの仕様の検討に入った。とはいっても、モバイル環境がここ1、2年でデスクトップPC環境に追いつくとは思えず、机上でのPCユーザーを主としながらモバイル環境にあるユーザーも満足できるシステムを作ることにした。その結果がインターネットクチコミ情報サービス“駅前探険倶楽部”である。

ここでは駅前探険倶楽部のコンセプトとサービスの概要について述べる。ただし、サービスの概要や引用している図などは97年末のシステムに基づいている。

図 1 に駅前探険倶楽部の概念、図 2 に画面の一部を示す。

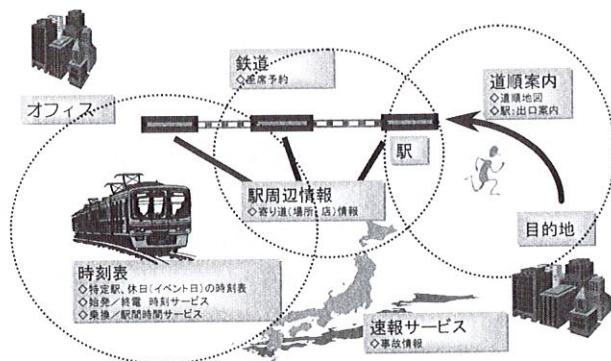


図1. 駅前探偵俱楽部の概念 主として活動的なビジネスマンに焦点を合わせて駅を起点としたサービスを基本にしている。

#### Concept of "Ekimae-Tanken Club"

The screenshot shows the homepage of the ProAtlas97 website. At the top, there's a banner with the text 'さじと上手の恩恵書き上手' and 'This service is provided in Japanese'. Below the banner is a large logo for 'ProAtlas97' with 'DVD・日本広告連 首都圏東海近畿' underneath. To the right is a smaller logo for '株式会社プロアトラス'. The main content area features a caricature of a man with a mustache and a suit, with the text '駅前探偵俱楽部' below it. A horizontal menu bar follows, containing '新着情報' (New Information), 'Q&A', and 'プレゼントのご案内' (Gift Present Case). Below the menu is a section titled '近畿圏主要 GMM プレゼントのご案内' (Information about GMM presents in the Kinki region). The central part of the page has a large image of a human torso with internal organs, with the text '明けましておめでとうございます。' overlaid. Below this is a section with the text '「ました。そニタ募集を行いますので、下の「運動」' and 'ご利用項目をクリックしてください。' (Please click on the item you want to use.). At the bottom, there are two more sections: '駅前探偵俱楽部' and '駅前探偵俱楽部SS', each with its own small logo.

図2. 97年11月からの駅前探検俱楽部の画面例 駅前スポット情報、発車時刻表、乗換え案内、終電案内などの情報を表示する。

Home page of "Ekimae-Tanken Club" (Nov. 1997)

代と性別の異なる数グループに対してグループインタビューを行った。もちろん、インタビューの対象者は社外の人である。その結果、インターネットの最大の使用者層でもあり、活発に外出を楽しんでいる20代から30代のビジネスマンをユーザー層とみなすことにした。この層の特徴は次のようになる。

彼らは際だって活動的である。年齢的にみて、仕事に対してもあるいは個人生活でもいちばん意欲的に行動できる層である。インタビューでも、仕事上で外出することも多く、さらに外出を“楽しんで”いることがわかった。つまり、悪く言えば“サボリ”を多分に含んだ外出をしていることがわかつてきた。外出中に時間をうまく浮かせて、それを自分のリフレッシュや知識の蓄積に使っているのである。もちろん、PCへの興味やインターネットへの興味もいちばん強く実際に操作している人も多い。

次に、このインタビューを詳しく分析して、彼らが関心をもっているポイントを選び出した。その内容は次のようなものである。

- (1) 外出先での昼食に対して強い興味がある。
- (2) 外出先では自由な時間を作り、リフレッシュしたり知識増加に役立てたい。あるいは話題作りのために珍しいものを見ておきたい。つまり、じょうずにサボりたい。
- (3) 行きたい場所に対するわかりやすい地図がほしい。
- (4) 公共の交通機関を使って移動するが多く、時刻表や実用的な乗換え案内がほしい。

世の中には“グルメ案内”的本があふれ、インターネット上でもグルメ案内のサイトがちらほらと見かけられるようになっていた。しかし、いずれもグルメに偏りすぎていたり、じょうずにサボるための情報が欠けていたりで、上記の関心事を満足させるものはなかった。そこで“ビジネスマンの目から見たビジネスマンのための情報”に徹することで他のサービスとの差別化を図るとともに、役にたつ情報を提供することにした。もう少し具体的に言えば、サービスの対象者が20~30代であるなら、40代の“先輩ビジネスマン”がもっている知恵や知識を情報として提供することである。

実際の情報収集も社内外を問わず、都内通勤の40代のビジネスマン約400人に対するアンケート集計を行った。つまり、ビジネスマンのためのビジネスマンによるインターネットクチコミ情報サービスを基本的なコンセプトとした。そして首都圏のビジネスマンの移動が公共交通機関によるものであることを考えて、情報収集の単位を“駅”とした。

さらに、首都圏の中でも多くのビジネスマンが集まる山手線の内側地区を対象にした。山手線の外側であっても銀座や浅草は外せないので、実際のサービス地域は東京湾方面に広がり、最終的には駅の数は約140駅になった(図3)。

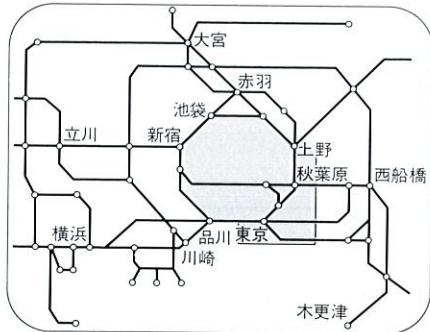


図3. 駅前探険倶楽部のサービス範囲 駅周辺情報はJR山手線近辺(網かけ部分)、乗換え案内は首都圏通勤圏となっている。

Service area of "Ekimae-Tankent Club"

### 3 駅前探険倶楽部と駅前探険倶楽部 SS

ビジネスマンが外出したときに必要になる情報をサービスすることをサービスの基本とした。ここで、この情報の利用形態について述べる。つまり、ユーザーはいつ、どこで、どのように利用するかということである。

まず考えられるのは、外出前に会社なり自宅でこれから行く駅の周辺情報を調べたり時刻表を調べる、いわば外出準備の使いかたである。これは机上のPCを使った操作になる。一方、外出先での使いかたを考えてみると、GENIO<sup>TM</sup>のような携帯情報端末の場合もあるし、PHS+ノートPCで使うという形態もあるだろう。この場合はかなり緊急性が高い情報が重要になる。例えば、終電時間のチェック、ロッカーの場所やタクシーの乗り場案内などである。

上述の外出前と外出中という二つの異なる使用環境では、必要とされる情報の性格の違いと同時に使うときの気分(あるいは心のゆとり)にも差が出るはずである。デスクトップPC環境では、ユーザーのパソコンは大型カラー画面をもち、LAN接続で通信スピードも速いことが予想され、気分的にもゆとりが感じられる。むしろ、知らない駅の周りを散策する気分で使ってもらえるのではないかと想像できる。そのような状態で見る画面には、絵や写真を使い、おもしろさや楽しさを強調したものを提供する。

他方、モバイル環境では、電池の残量を気にしながら、いかに早く必要な情報にたどり着くかがもっとも重要な関心事になる。とても見知らぬ駅を散策する気分ではなく、余分な飾りや絵もいらず、ほとんど文字だけで十分という気持ちで使うと思われる。簡素で必要十分な情報を盛り込んだ画面が要求される。このように情報の性格や使用者心理の違うものを一つの画面で扱うことは難しいと判断し、サービスの名前も前者を“駅前探険倶楽部”，後者を“駅前探険倶楽部SS”として別のサービスとした。もちろん、机上のPCで“SS”的なほうだけでも十分役に立つが、携帯端

末で駅前探険俱楽部を見ても役にはたたないだろう。SSとはSuperSelectionからとった名称である。

二つの異なるサービスとはいっても、基本的な使いかたは双方とも同じで、次のようになる。

駅名選択 → メニュー画面 → サービス選択 →  
候補画面 → 候補選択 → 詳細情報表示

#### 4 駅前スポット情報とメニューの要素

駅前で何を探すにしても外せない三要素がある。それは“食べる”，“飲む”，“遊ぶ”である。これは，“駅前探険俱楽部”的コンセプトからいっても必須(す)の要素になる。そのほかに何があるかを考えて“遊ぶ”に近い概念だが“なごむ”を入れた。よく似た概念であるが、精神的にリラックスできるというところに重きを置いて“なごむ”という要素を独立させた。ペットショップや神社の境内、河原の土手などが“なごむ”場所として挙げられる。実際のサービスでは“遊ぶ”と“なごむ”的データの多くが重複している。

また、ゲーム的な要素を組み込んだ“おまかせ”を入れた。これは、何をしていいのか迷っているときや、何かおもしろいことがないかと駅の周りをぶらつく気分の人を対象にしている。特にお勧めの店や場所をサーバ側で適当数選んで候補を作り出すことにした。

最後に“駅字引”という要素を入れた。これは、最低限駅構内や駅の周りの施設案内は必要であるとの観点から作った要素である。実務的にはこの要素が外出時にはいちばん役にたつ。

前節で駅前探険俱楽部とSSの違いについて述べたが、図4と図5に双方のメニューを示す。SSの特長は1日を15時を境に“デイタイム”と“アフター5”に分けたことである。

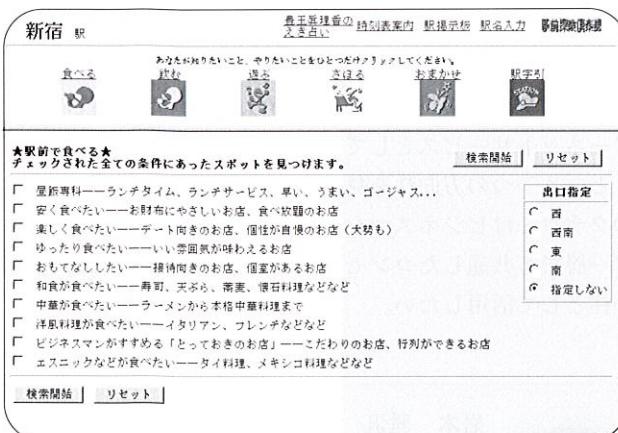


図4. 駅前探険俱楽部のメニュー画面（新宿） 駅前の飲食店の案内メニューなどが表示される。

Menu page for Shinjuku

#### 新宿

[HOME](#)

～デイタイム～ アフター5版へ

- ◆早く食べたい：早い、早い昼飯
- ◆楽しく食べたい：せっかくならこの店
- ◆とにかく急ぐ：トイレ、銀行、薬局
- ◆自由時間：ちょっと暇つぶし
- ◆駅字引：駅の情報、時刻表
- ◆途中下車：うらない＆掲示板

[戻る](#)

(a)デイタイム

#### 新宿

[HOME](#)

～アフター5～ デイタイム版へ

- ◆食べる：一度は行っておきたい店
- ◆飲む：初めてでも安心な店
- ◆もてなす：パパ活マンのとっておき
- ◆遊ぶ：リラックスできる場所
- ◆駅字引：駅の情報、終電案内
- ◆途中下車：うらない＆掲示板

[戻る](#)

(b)アフター5

図5. 駅前探険俱楽部SSのメニュー画面（新宿） 午後3時でデイタイムとアフター5を切り換える。

Menu pages of "Ekimae-Tankens Club SS" for Shinjuku

#### 5 乗換え案内・終電案内

PCソフトの経路案内が実用化されているが、快速電車が走っていない時間帯でも快速を使った経路を案内するなど、実際の外出で使うには不満足な部分がある。そこで、乗換え案内・終電案内では実際の通勤列車の運行データを使用し、経路と乗車・下車時間を情報として提供した。このサービスは国内初である。

サービス範囲はJRの“東京近郊区間”と呼ばれる区間をベースにJR、私鉄、地下鉄、モノレールの約1,500駅を対象にした。対象駅のすべての時刻表を入手してメンテナンスをするのはかなり大変なことなので、主要駅・乗換えでキーとなる駅の時刻表をデータ化してその中間の駅は平均所要時間で発着時間を表示した。ラッシュ時の遅延時間帯でもこの方法での時間誤差はおおむね2分におさえられた。乗換え案内のアルゴリズムなど詳細については別途報告したい。図6に乗換え案内画面例を示す。

#### 6 地図

インターネットで地図を基本にして店を探すサービスが駅前探険俱楽部とほぼ同時期に始まった。ここで使われている地図は、すべて地図出版社が書籍販売しているものを



図 6. 浜松町から川崎までの乗換案内画面 乗換駅、所要時間、料金などが表示される。  
Guidance page for railway travel

電子化して検索できるようにしたものである。そのデータ量はゆうに 100 K バイトを超え、ダウンロード時間を考えると、とてもモバイル環境で使えるものではない。当社の場合、駅から店（場所）まで正しく行ける地図がほしかったので新たに道案内用の地図を作った。道案内用であるから迷わずに目的地まで行けることがすべてである。そのような地図を作るにあたって次の 3 点を考慮した。

- (1) 駅の出口と目的地が必ず書かれている
- (2) 分岐路には必ず目印がある
- (3) 大きさはちょうど GENIO™ の画面で見ることができ、PC で見てもきれいである

現在インターネットで主流になっている地図も楽しみを主眼とすれば十分有効である。将来的には駅周辺の探険マップのような形で PC のほうに取り入れたい。

図 7 に道案内の画面例を示す。



図 7. 道案内用の地図の例 迷わずに目的地に行けるようにした。  
Map for walking guidance

## 7 クチコミについて

駅前探険俱楽部のコンセプトには“クチコミ”が重要な役割を果たしている。もともとのスポット情報も先輩ビジネスマンによる後輩へのクチコミ伝達であった。今後のデータメンテナンスや新しいデータ入手のために次の三つのユーザーからの書き込み口を設けた。

- (1) “行った人から” 店や場所の一つ一つに書き込み口を設けて、感想を書いてもらう。
- (2) “掲示板” 各駅の先頭ページに設け、自由になんでも書き込んでもらう。
- (3) “投稿” 新しい店やなごみ場所の情報を決められたフォームで書き込んでもらう。

無責任な書き込みを少しでも減らすため、書き込みはメールアドレスや住所氏名を登録してもらった“会員”に限ることにした。半年間運用した結果、無責任と思える書き込みはなかった。書き込みの頻度は書き込み数の多い順から、“掲示板”, “行った人から”, “投稿”となっている。特に、掲示板では新しい店の紹介が半数以上を占め、決められたフォームに書くよりも掲示板のように自由に書くほうが活性化することがわかった。

## 8 駅のナビゲーションサービス

97年10月に DDI ポケット社と、PHS の基地局と PHS 端末の間でデータを交換して PHS 端末の位置を検知する実験を始めた。この機能を使えば、駅前探険俱楽部へのアクセスの際に近くの駅を優先して自動的に指定できるので駅名入力が大幅に簡素化できる。この実験については“駅のナビゲーションサービス”として報道発表をした。ここで開発した手順は、通常のブラウザへの追加ソフトとして自由に組み込めるので、今後、新しいサービスへの切り口として活用する。

## 9 あとがき

97年5月13日に駅前探険俱楽部がスタートして半年が経過した。登録会員数が11月末時点で5万人を超えてますますの滑り出しと思っている。このサービスをいかにビジネスとして成り立てるかは、この半年の経過を分析し、新たなサービスメニューを作り出したり、運営形態を変えたりといろいろな方策を考えていく過程で明確にしたい。ともあれ、駅前探険俱楽部の運営から、モバイル時代のインターネットサービスとしてビジネスマンの視点からクチコミという一つの方向性を見出すことができた。そして、このクチコミはビジネスマンにとどまらず、いろいろなユーザー層でも共通したコンセプトとして今後のサービス展開の柱として活用したい。

岩木 雅汎 IWAKI Masahiro

IP 事業推進室参事。  
情報処理技術の開発に従事。情報処理学会会員。  
Information Provider Div.