知的価値を有する観光対象を訪問する個人観光客のための

価値観計量による観光地推薦方式

川崎 彩子† 清木 康†

†慶應義塾大学環境情報学部 〒252-0882 神奈川県藤沢市遠藤5322

E-mail: †{t14253sk, kiyoki}@sfc.keio.ac.jp

**あらまし** 本稿は，世界遺産データを対象として，遺産観光を行う旅行者それぞれの価値観に合う価値を有する観光地を抽出・推薦する方式を提案する．観光資源である世界遺産が有する価値は，文化的価値，歴史的価値，美術的価値など多様であり，旅行者が計画段階で正しく価値を理解し観光地を選別することが期待されている．本方式は，世界遺産の登録基準を軸に，遺産に関する多次元価値計量空間を生成し，この空間上で観光地とユーザーコンテキストとの相関計算を行うことにより，それぞれのユーザーに合った観光地を抽出し，推薦する．本方式は，ユーザーの興味に応じた価値を計量し，新たな興味への連想を可能にすることにより，ユーザーの世界遺産に関する知識獲得と世界遺産観光推進の実現を目指す．

**キーワード** Windows，Word，信学技報，テンプレート

1. はじめに

近年、景気回復や生活の質の向上に伴い全世界的に観光客数が増加傾向にある。観光立国という言葉もある通り今や一大産業である観光業において、持続的な観光消費が求められる。

より良い観光体験の提供が求められる。

ところで、昨今の観光は団体から個人へと変化する傾向にあり(観光白書58p)、個人観光客が自ら観光行動を企画し、観光対象を選定する機会が増えている。

観光対象の選定は観光の質を本質的に左右するステップであるので、個人観光客は良い観光体験を得るために、企画段階である程度情報を収集・解釈し観光対象の選定を行うことが予想される。

ところが、ここで必要とされる情報収集の程度は観光対象の種別によって大きく異なる。テーマパークなどの産業的な観光対象は運営会社の情報や口コミなど個人でも解しやすい情報が主流である一方、知的価値を有する観光対象は、人文科学、社会学、美術学など様々な分野でその価値について学問的に議論されてきた歴史を持つ。

そのため一般的な観光客がこのような知的価値を有する観光対象から一つを選定する場合、膨大な情報・知見が存在するため、情報解釈の手間がデメリットになり得る。例えば寺社巡礼や世界遺産巡りに代表される遺産観光（ヘリテージツーリズム）において、各遺産の価値や特色を正しい意味で知り選定するためには、観光対象となる遺産やそれにまつわる文化や歴史などの背景を一つ一つ理解することが必要である。その際情報解釈の手間を惜しみ短絡的に観光対象を選定してしまうと、観光自体の質の低下を免れない。

そこで本稿では、このような知的価値を有する観光対象について長年議論されてきた知見を知識ベースとして構築し、個人観光客（以下ユーザーという）の情報検索・推薦を可能にすることで有用な観光対象の選定に導く．

1. 基本方式

所定のページ数（4～8ページ）を厳守してください．Ph.Dセッション投稿者は8ページを推奨します．

1. 実現方式

所定のページ数（4～8ページ）を厳守してください．Ph.Dセッション投稿者は8ページを推奨します．

1. 実験

所定のページ数（4～8ページ）を厳守してください．Ph.Dセッション投稿者は8ページを推奨します．

1. おわりに

文字の大きさ：ワープロおよびタイプの場合，本文は9ポイント活字を標準とし，字間および行間は適宜調整すること．

**参　考　文　献**

1. 田中一郎，鈴木二郎，“ウエブとデータベース”, DEWS 2008.
2. I. Tanaka and J. Suzuki, “Web and Database Technologies”, Proc. of ACM SIGMOD, pp. 10-22, 2010.