

要 旨

位置情報を用いた 生活圏定義型広告配信方式の提案

小 谷 翔 一

近年，ウェブ広告が安価な広告媒体として注目されている．ウェブ広告では，増加するインターネット人口や複雑化する広告対象を背景に，特定のユーザに広告を配信する方式が求められている．その一つとして，検索語に関連した広告を配信する検索連動型広告配信方式が提案されている．

しかし，この方式は現在のウェブ広告やインターネットを取り巻く環境から，全国のインターネットユーザが配信対象となっている．そのため，高知県といった特定の地域を事業範囲とする多くの地方企業にとって，営業対象外のインターネットユーザへの広告配信が多く，非常に無駄が大きい．

そこで本論文では，電子地図サービス等によって蓄積された位置情報を用いて生活圏を定義し，その生活圏を基準に広告を配信する「生活圏定義型広告配信方式」を提案した．具体的には，位置情報同士の位置関係性から最も位置情報が集中している円を算出するイ型と二次元メタボールを用いて重み付けを行うことで濃度分布を形成するロ型を提案した．さらに，ランダム配信方式とこれら提案方式の機能比較及び評価を行い，提案方式が有用であることを示した．

キーワード ウェブ広告，検索連動型広告，位置情報，生活圏，メタボール

Abstract

A Proposal of Location Based Advertising Delivery Method

KOTANI, Shoichi

In recent years, web advertising is widely used by the purpose of advertisements. Now, The Internet population is increasing. The result, there is a problem of decrease in click-through rate. Recently, paid listing advertisement is proposed in order to prevent distribution of an uninterested advertisement .

However, this method is delivered to consumers of the whole country. The result, there is a problem as which a Local Enterprise cannot be used. Because this method has much delivery to consumers other than a market .

This paper discussed a method that defines an interested area using accumulated location information. In particular, They are Type A calculated from a position relation, and Type B using a metaball. Furthermore, the proposal system was evaluated and the effect was proved.

key words web advertising, paid listing, location information, interested area, metaball