

報道関係各位

2011年3月11日  
慶應義塾大学 SFC 研究所

## 慶應義塾大学 SFC 研究所と Zenitum, Inc.(韓国) ヴィジョン・ベース AR (拡張現実) によるアドバタイジング・ ビューアー、「ARAD-Japan」による実証実験を開始

慶應義塾大学 SFC 研究所(所在:慶應義塾大学湘南藤沢キャンパス/所長:金子郁容)は、昨年9月16日付で、ヴィジョン・ベースの先駆的モバイル拡張現実(AR)ソリューションの提供を専門とする韓国ベンチャー企業、(株)ゼニタム(Zenitum, Inc./CEO:アルバート・キム、本社・韓国、ソウル)と「人文系コンテンツを利用した iPhone アプリケーションとしてのモバイル AR 実証実験」をテーマに共同研究の覚え書きを締結しました。

(株)ゼニタムの日本市場へ向けた AR アドバタイジング・ビューアー(無料)「ARAD-Japan(アロード)」(<http://itunes.apple.com/jp/app/arad-japan/id423280244?mt=8>)のリリース(2011年3月10日)に伴い、株式会社プロントコーポレーション(以下プロント)、株式会社アサツー ディ・ケイ(以下 ADK)、株式会社クロスオーシャンメディア(以下 XOM)各社の協力を得て、3月12日から多様な実証実験を展開します。

ヴィジョン・ベースの先駆的な AR 技術を持つことで世界的にも注目を集めている (株)ゼニタムは、イベントの日程が決定すれば即時に、AR でのキャンペーン展開が可能な、ネットワーク型のサービス・プラットフォームの公開準備を行っており、今回はその公開に先駆けて行われる6月末までの実証実験です。

拡張現実(AR)技術は近年多くの話題を集め、モバイル・プラットフォームでのアプリは日本国内でも数多くリリースされてきました。しかしながら、そのいずれもがノベルティとしての話題にとどまり、イベントの告知や製品の広告、プロモーションとしての具体的な効果、客観的な数値統計として分析の対象とされる事例はほとんどありませんでした。今回、ARAD-Japan による実証実験に参加する各社は、予約サイトや公式ホームページ、イベントへの顧客誘導の達成状況について、実証実験期間が終了後にログ解析を行う予定です。

### ■ iPhone アプリ、ARAD-Japan ダウンロードについて

App Store、下記 url から ARAD-Japan アプリケーションをダウンロードし(iPhone3GS、iPhone4 の iOS.4.0 以上対応)、ARAD-Japan を起動した後、iPhone のカメラ部分にターゲット・イメージ(AR マーカーとして認識される)にかざすと 3D コンテンツが表示され、その後動画、各サイトへの追加情報などを見ることができます。**下記リストの、どのコンテンツも、このアプリ一つでご覧になることが可能です。**

<http://itunes.apple.com/jp/app/arad-japan/id423280244?mt=8>

■主な実証実験の内容とスケジュールは以下のとおり。

・株式会社プロントコーポレーション

3月12日から、プロントが各店舗で配布しているフリーペーパー「pronjo pronjo?」(図1)表紙裏の「Let's プロン女」のロゴ(ターゲット・イメージは4月25日まで。次号ではイメージが変わる可能性があります)、及び、XOM社の「東京 media」(大手コンビニエンス・ストア、ローソンの都内305店舗に設置されているデジタルサイネージに配信)で表示される ARAD-Japan の案内ロゴ(図2)を AR の認識に必要なターゲット・イメージとして、今、話題の「女子会」に関するコンテンツの提供とプロント各店での女子会予約サイトへ誘導します。アップデート情報については、スマートフォン(AR)用特設ページ(<http://www.pronto.co.jp/ar/>)をご参照下さい。



図1: フリーペーパー「pronjo pronjo?」



図2: デジタルサイネージ「東京 media」

・株式会社アサツー ディ・ケイ

2011年 TV アニメ 20周年を迎えた人気シリーズ「クレヨンしんちゃん」の19作目となる劇場版「映画クレヨンしんちゃん 嵐を呼ぶ黄金のスパイ大作戦」(4月16日公開)と連動し、全国の映画館などに貼られるポスター、及び、XOM社のデジタルサイネージ「東京 media」で表示されるARAD-Japanの「クレヨンしんちゃん」の映画タイトル・ロゴをターゲット・イメージ(図3)として、3Dのクレヨンしんちゃんコンテンツの提供と「クレヨンしんちゃん20周年記念サイト」(<http://shinchan20.jp/>)への誘導を図ります。



図3: 全国の映画館などに貼られたポスター



図4: デジタルサイネージ「東京 media」

・株式会社クロスオーシャンメディア

東京 media(ローソンの東京都内 305 店舗に設置されたデジタル・サイネージのディスプレイ: 図 5)において、プロントと”クレヨンしんちゃん”のターゲット・イメージを、2011 年 3 月 12 日(土)より午前5時~25時まで、各設置店で放映。同時に、東京 media 自社携帯ポータルサイト(tokyomedia.net/)内に ARAD の使い方紹介ページを設置して、デジタル・サイネージ+スマートフォン向け AR アプリを融合した新しいサービスの可能性を検証します。



図5: ローソン店頭に設置されたデジタルサイネージ「東京 media」

■上記参加企業各社の店舗に足を運ばず、ARAD-Japan の作動環境を確認するには、(株)ゼニタムのホームページ(URL: <http://www.zenitum.com/en/apps/arad-japan/>)から ARAD-Japan の AR アプリに対応するイメージをダウンロードして印刷した後、該当アプリを起動してカメラをかざすことで可能となります。

■(株)ゼニタムのビジョン・ベースによるAR技術に関する情報詳細、及び、今後のARの市場見通しについては、下記スライドをご参照下さい。

<http://www.slideshare.net/mrzenitum/20101218-ar-commons2>

関連イメージ



本資料に関するお問い合わせ先

慶應義塾大学 SFC 研究所 担当: 岩渕 潤子 (E-mail: [jade@dmc.keio.ac.jp](mailto:jade@dmc.keio.ac.jp))

広報: 後藤、谷古宇 [kri-pr@sfc.keio.ac.jp](mailto:kri-pr@sfc.keio.ac.jp) 0466-39-3436