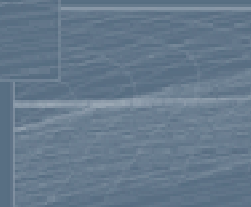
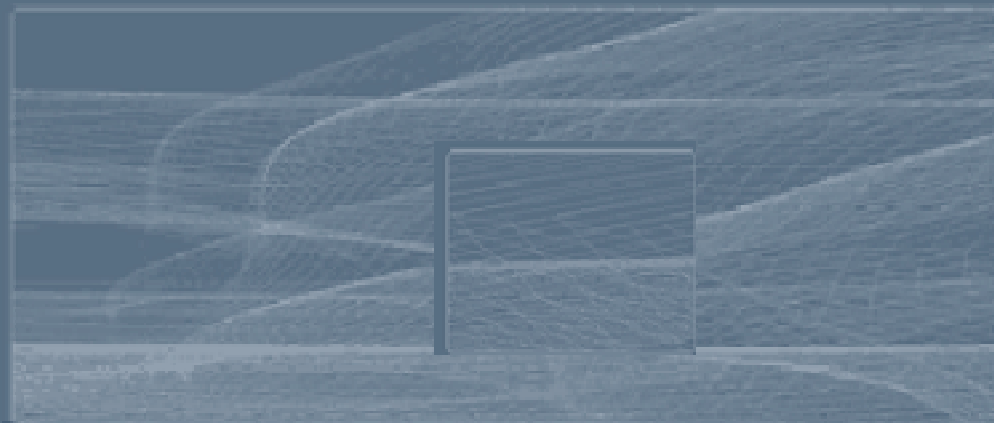


# ウォーミングアップ・プログラム 体験報告



北澤 桂 / Kay Kitazawa

## 実習テーマ

### ①業務体験活動

マンションナビゲータ事業推進プロジェクト参画

次世代インターフォン端末のGUIソフト開発に同行

e-HIIに関わる外部交流会参加(玉川大学、生命工学工業技術研究所)

### ②企画・提言活動

暮らし・都市の新カテゴリーシステム考察・レポート

上記を踏まえ、自らが立案する新社会システムの企画・提言

家庭内端末の操作検証と生活ニーズアンケート調査を実施

**学んだこと** : マンションナビゲータ事業推進プロジェクト

**・多くの人がそれぞれ異なる使い勝手を求める**

→ 多機能を持たせて対応するか

ベーシック・シンプルに最大公約数的にいくか

→ 先駆けて市場に「訴える」ことの重要性

→ 初期の段階で細かい部分までの配慮が必要

**・様々な制約への妥協点の見つけ方**

→ 誰のどの思いを優先するか

商品の本質は何か

## 学んだこと : 暮らし・都市の新カテゴリーシステム考察

- ・ アイディアを具体的な形に落とし込む
  - 実現に向けて足りないものは何か、徹底的に調べる  
可能な部分・不可能な部分を明確に分ける
  - 多くの人の協力を得るためには？  
どうしたら皆を巻き込めるか考える
- ・ 普通の先にあるものを探す
  - 奇抜なこと・変わったことをしようとするのではなく  
ちょっとした仕掛けの差が展開を生む
  - 人の視線の二歩先を見て、一歩進んだことをする

Data Management

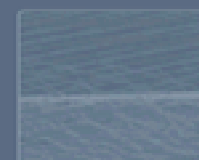
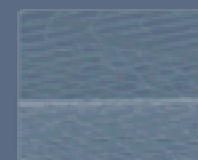
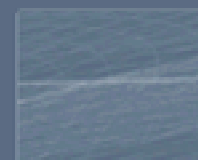
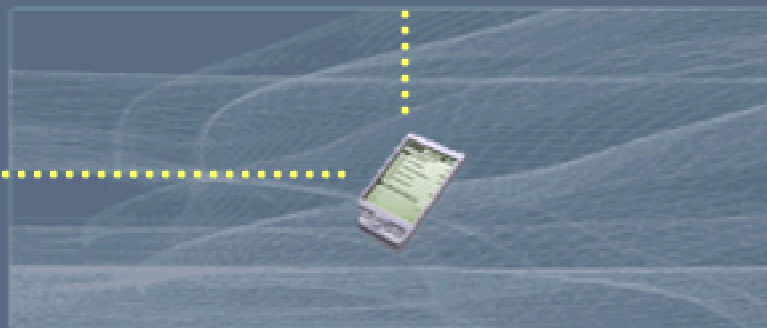
Awareness

Needs-Mining

# Reminds ME

新携帯端末情報配信システム

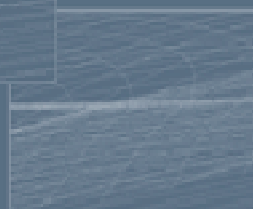
location

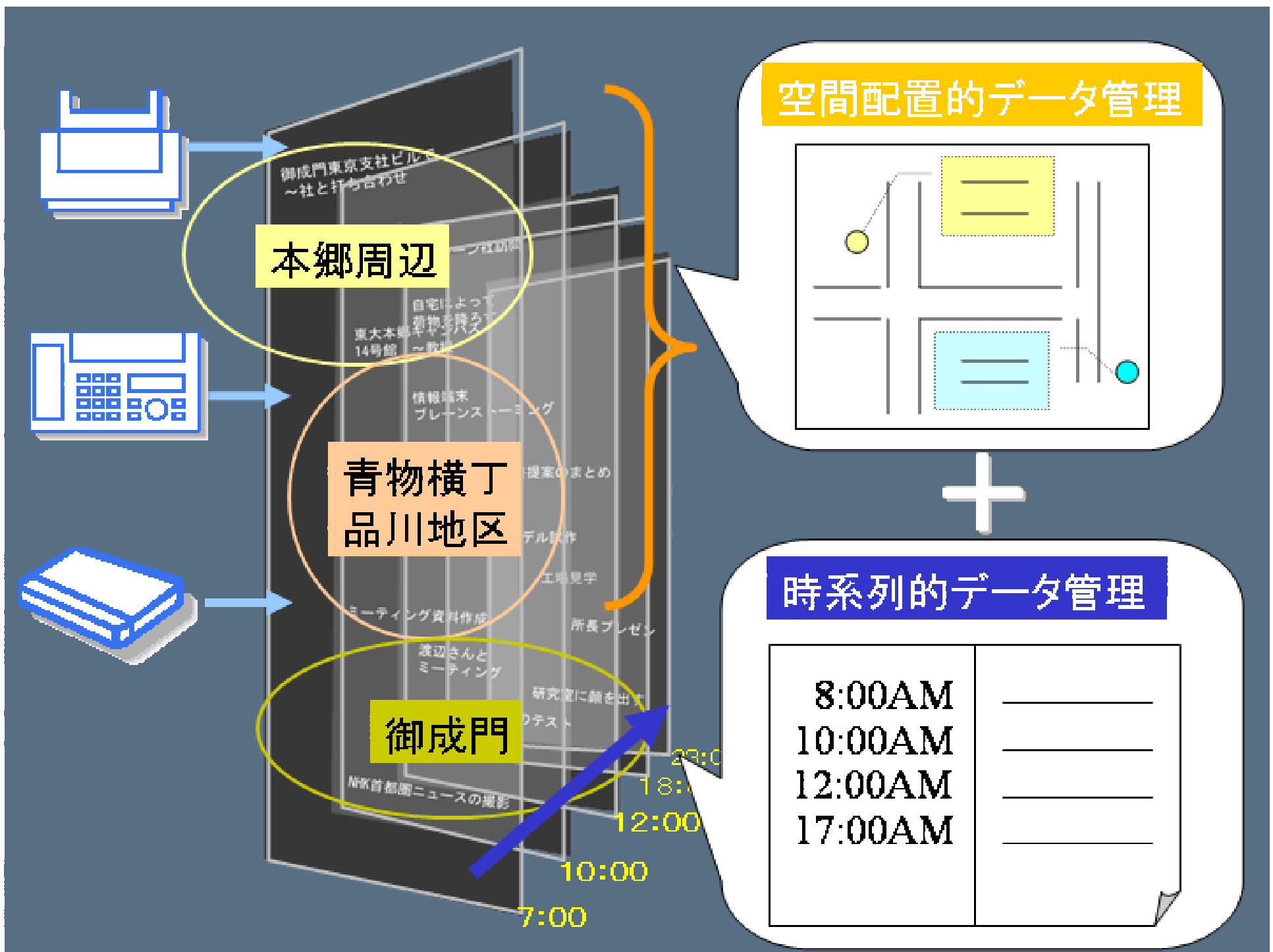


北澤 桂 / Kay Kitazawa

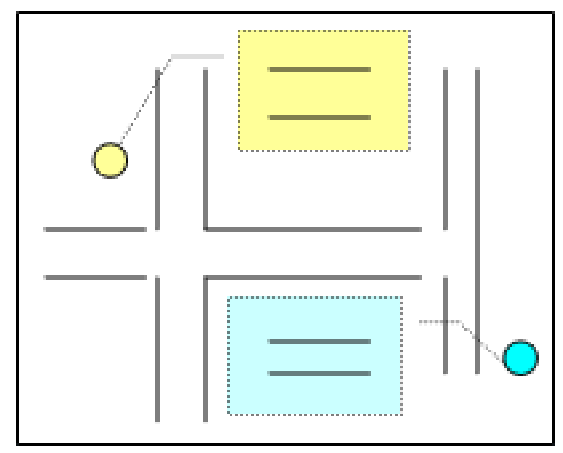
## 都市と暮らしの関係について考える

暮らしに関わる個々人の情報は、  
どのように管理・記録されているんだろう……





空間配置的データ管理



+

時系列的データ管理

|         |       |
|---------|-------|
| 8:00AM  | _____ |
| 10:00AM | _____ |
| 12:00AM | _____ |
| 17:00AM | _____ |

本郷周辺

青物横丁  
品川地区

御成門

御成門東京支社ビル  
~社と打ち合わせ

自宅によつて  
荷物を持ち出す  
東大本郷  
14号館 ~敷地

情報端末  
プレランスミーティング

提案のまとめ

メール作成

工場見学

所長プレゼン

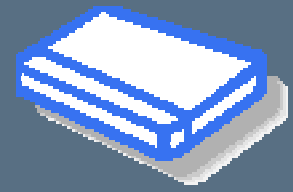
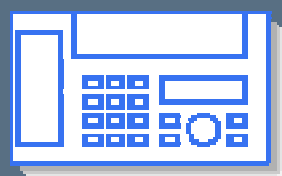
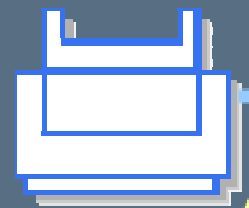
渡辺さんと  
ミーティング

研究室に顔を出す

のテスト

NK首都圏ニュースの撮影

23:00  
18:00  
12:00  
10:00  
7:00



# 空間位置データ管理と組み合わせるメリット

<アンケートの結果より>

- \*暮らしにおける情報の管理は紙ベースか記憶に頼る部分が多い
- \*仕事時間の合間に暮らしに関連する情報を獲得したり、  
暮らしの中で得た情報を利用したりしにくい
- \*空時間の利用行動やそれに伴う情報収集には、

## 何よりも手近に情報があることを重視する

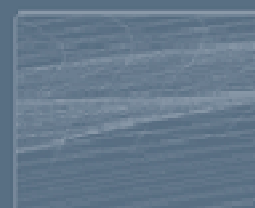
自分の情報管理が時間のタグに拠っている  
時間が空いた**そのときに有効な情報を探し出そうという意識が働きにくい**

↓  
空間のタグで整理すれば、今自分の周りでは何があり、  
自分のしたいことの中では何ができるかがわかりやすくなる。

↓  
現在地の検知サービスと組み合わせることで、時間の効率的な利用、  
および**自分の収集した情報(潜在的ニーズ、ウォンツ)のマイニング**を  
自動的・連続的に行うことができる



# システムの基本コンセプト



家庭内のネットワーク  
機器を通じ

**自分のニーズ、  
自分の興味**

を吸い上げる



データベース化



携帯情報端末で **外  
に持ち出す**

Reminds-ME  
システム



企業や行政機関  
の製品・サービス  
のDB

**マッチング**



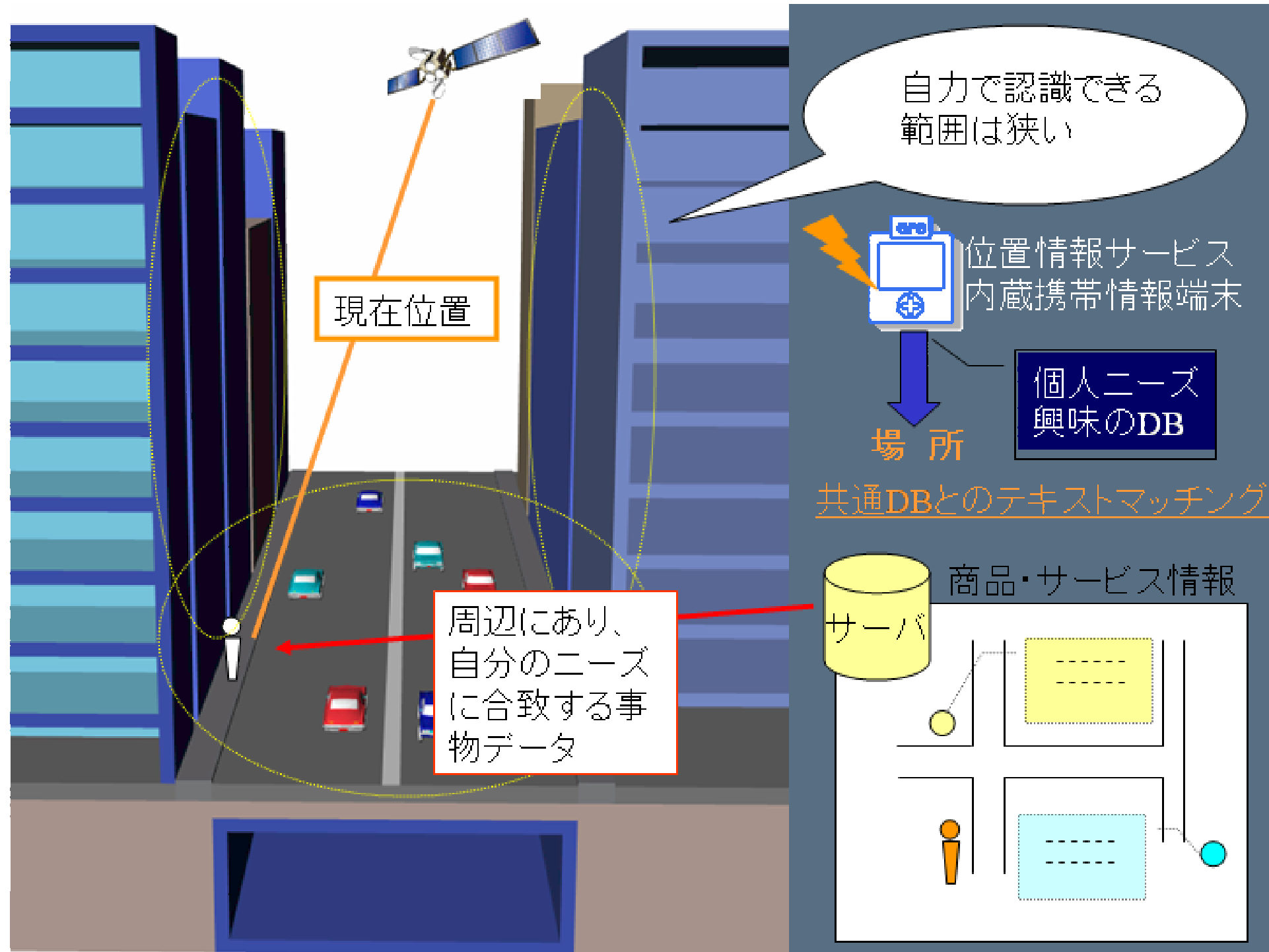
個人のニーズ

マッチした人に対  
して、近くに

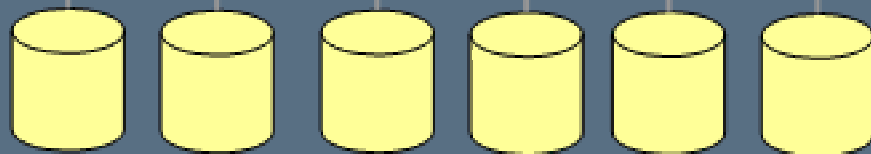
ニーズ充足の

可能性がある

ことを知らせる

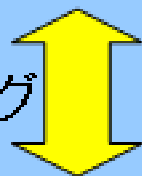


# ベンダー側サーバ



参加企業DB

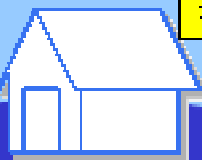
マッチング



エリア・タイミング

潜在的ニーズ  
興味のリスト

ホーム  
ネットワーク



個人・家庭データの  
蓄積

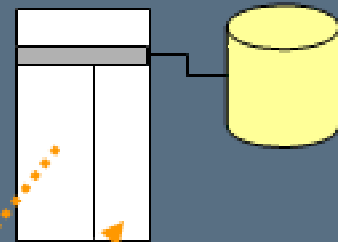


充電器との連動

データ同期

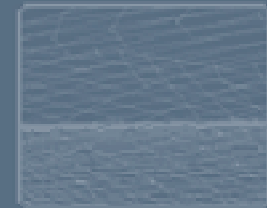
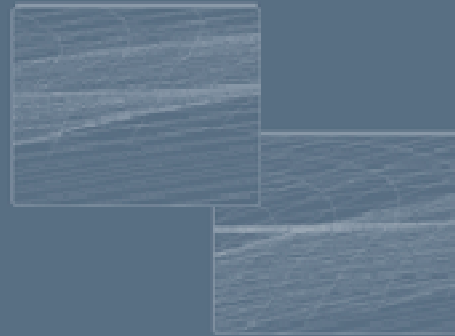
年代・性別  
好み・行動範囲  
生活時間

位置情報システム





# ビジネスモデルの考察



## 参加企業側・システムベンダーのメリット

### システムベンダーの商品

**広告** → 自分の近くに来た潜在的顧客を開拓できる  
従来の広報活動・販促戦略の延長上にある  
狙った層にピンポイントで効率的に広告を露出できる

### **マーケティング情報** →

どのような個人特性(性別・年齢・嗜好)を持つ人が  
どこの地域に集まり、どんな購買活動をするかのログがとれる  
商品開発・製造における重要なデータ