

iTS 交通情報

スマートフォンコンテンツ



iOS



Android

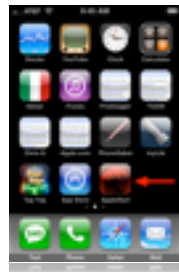


コンテンツプラットフォーム構想



website

自治体・旅行・観光



Aplication



iOS
Android



TV
データ放送

交通インフラ情報のコンテンツプラットフォーム化

- 1、交通インフラ情報をAPI化し提供（WEB・SmartPhone等）
- 2、スマートフォンアプリとして移動体連動のコンテンツを提供
- 3、ユーザーが移動した情報（Checkin等）を取得しAPIでコンテンツへフィードバック
- 4、無料APIを提供、コンテンツ事業者・自治体等が利用可能
- 5、利用者が**増加した時点**で協賛・広告・API利用料など収益構造へ



交通インフラ

スマートフォンコンテンツの重要性

生活の50cm内にある情報端末

ハードウェア

- カメラ
- GPS
- マイク



iOS

ソーシャル

- Facebook
- Twitter



Android

AR

- SATCH (KDDI) <http://au-ar.jp/>
- Aurasma
- セカイカメラ

クラウド

- Map
- Google
- チェックイン

JR九州

駅別乗車人員上位20位（平成22年度）

| 2010 H22 | 2009 H21 | 駅名 | 乗車人員 (人/日) |
|-------------|-------------|-------|---------------|
| 1 | 1 | 博多 | 99,006 |
| 2 | 2 | 小倉 | 36,276 |
| 3 | 3 | 鹿児島中央 | 17,934 |
| 4 | 4 | 大分 | 16,429 |
| 5 | 5 | 折尾 | 16,096 |
| 6 | 6 | 黒崎 | 15,018 |
| 7 | 7 | 香椎 | 11,482 |
| 8 | 9 | 佐賀 | 11,390 |
| 9 | 10 | 長崎 | 11,009 |
| 10 | 8 | 福工大前 | 10,914 |
| 11 | 11 | 吉塚 | 10,698 |
| 12 | 13 | 熊本 | 10,307 |
| 13 | 12 | 戸畑 | 9,924 |
| 14 | 14 | 赤間 | 9,154 |
| 15 | 16 | 千早 | 8,483 |
| 16 | 15 | 南福岡 | 8,407 |
| 17 | 17 | 筑前前原 | 7,189 |
| 18 | 18 | 八幡 | 6,936 |
| 19 | 19 | 二日市 | 6,761 |
| 20 | 20 | 鳥栖 | 6,696 |

西鉄電車（天神大牟田線・太宰府線・甘木線・貝塚線）

1日平均利用客数順位（2010年度・ベスト20）

| 順位 | 駅名 | 所在地 | 利用客数 |
|----|-----------|--------|----------|
| 1 | 西鉄福岡（天神）駅 | 福岡市中央区 | 131,641人 |
| 2 | 西鉄久留米駅 | 久留米市 | 36,495人 |
| 3 | 薬院駅 | 福岡市中央区 | 35,124人 |
| 4 | 大橋駅 | 福岡市南区 | 34,563人 |
| 5 | 西鉄二日市駅 | 筑紫野市 | 23,182人 |
| 6 | 井尻駅 | 福岡市南区 | 21,010人 |
| 7 | 春日原駅 | 春日市 | 20,096人 |
| 8 | 高宮駅 | 福岡市南区 | 18,472人 |
| 9 | 下大利駅 | 大野城市 | 15,667人 |
| 10 | 雑餉隈駅 | 福岡市博多区 | 14,986人 |
| 11 | 朝倉街道駅 | 筑紫野市 | 12,747人 |
| 12 | 貝塚駅 | 福岡市東区 | 12,454人 |
| 13 | 西鉄小郡駅 | 小郡市 | 11,867人 |
| 14 | 西鉄柳川駅 | 柳川市 | 11,834人 |
| 15 | 西鉄平尾駅 | 福岡市中央区 | 11,335人 |
| 16 | 太宰府駅 | 太宰府市 | 11,246人 |
| 17 | 大牟田駅 | 大牟田市 | 8,860人 |
| 18 | 白木原駅 | 大野城市 | 8,815人 |
| 19 | 花畑駅 | 久留米市 | 6,971人 |
| 20 | 西鉄五条駅 | 太宰府市 | 6,351人 |

スマートフォンはより適切なマーケティングを可能にする

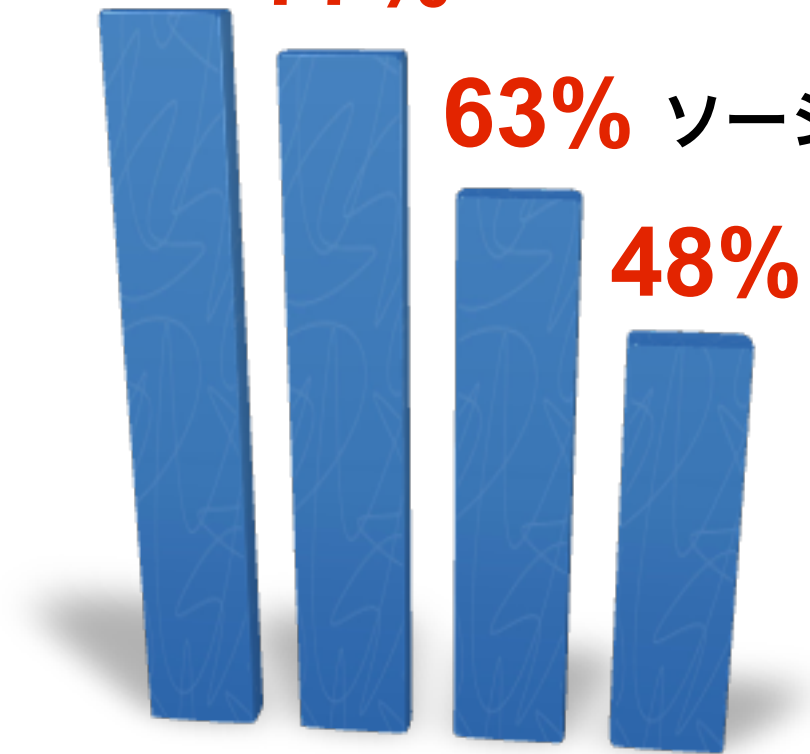
スマートフォン利用機能

81% インターネット

77% 検索エンジン

63% ソーシャルメディア

48% 動画視聴



スマートフォンはより適切なマーケティングを可能にする

スマートフォンのユーザーの利用シーン

70% ショッピング中に



39% トイレの中で

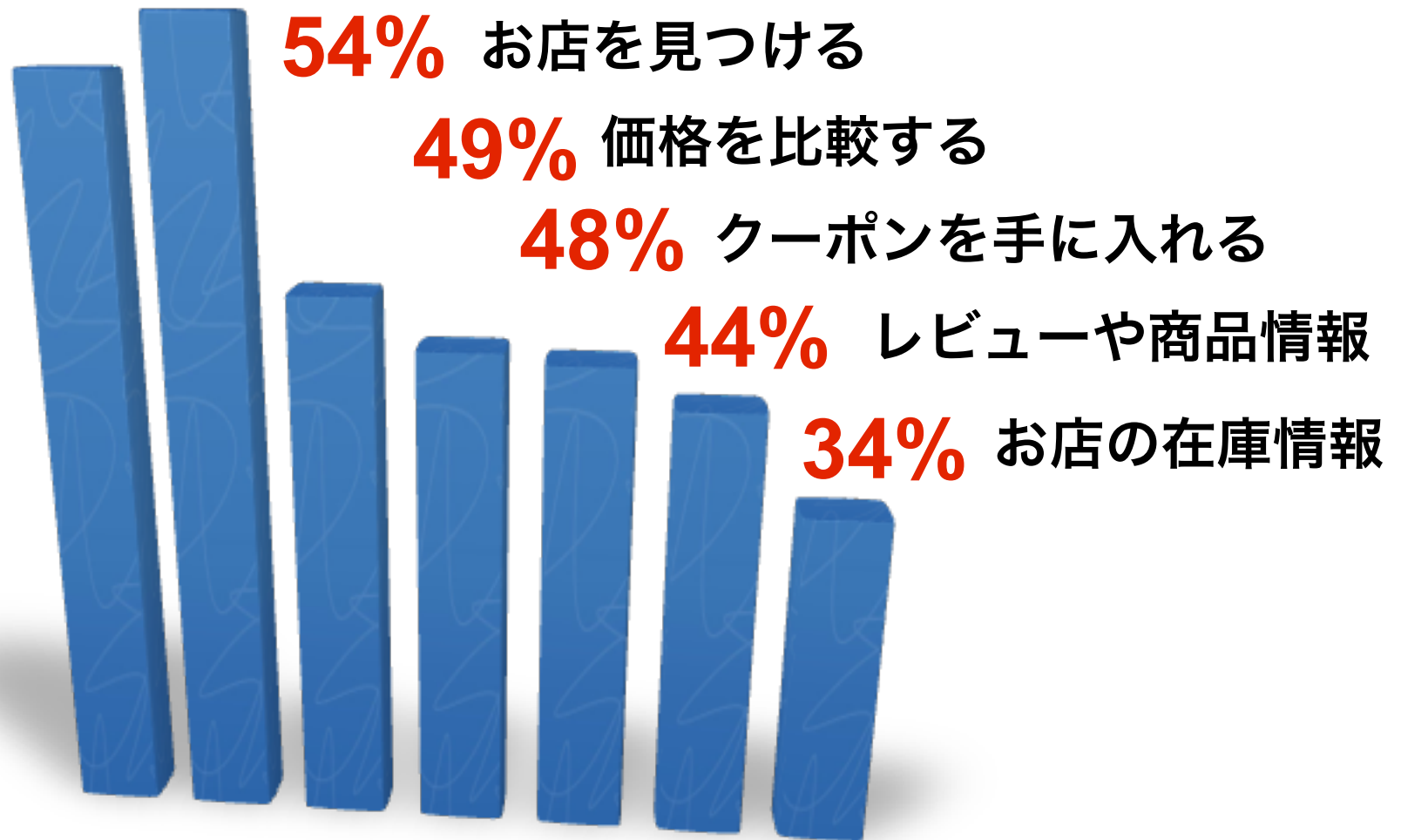
33% TVを視ながら

22% 新聞を見ながら

スマートフォンはより適切なマーケティングを可能にする

ショッピングにおけるスマートフォン利用

79% スマートフォンを活用



74% スマートフォンで得た情報を元に購買

スマートフォンはより適切なマーケティングを可能にする

スマートフォンのユーザーの利用目的

95% 近場の情報を得るため

88% その日のうちに行動



スマートフォンはより適切なマーケティングを可能にする

モバイル広告

広告をクリック **42%** **49%** **購入する**

サイトに訪れる **35%**



AR 拡張現実

Augmented Reality

拡張現実（かくちょうげんじつ）とは、現実環境にコンピュータを用いて情報を付加提示する技術、および情報を付加提示された環境そのものを指す言葉

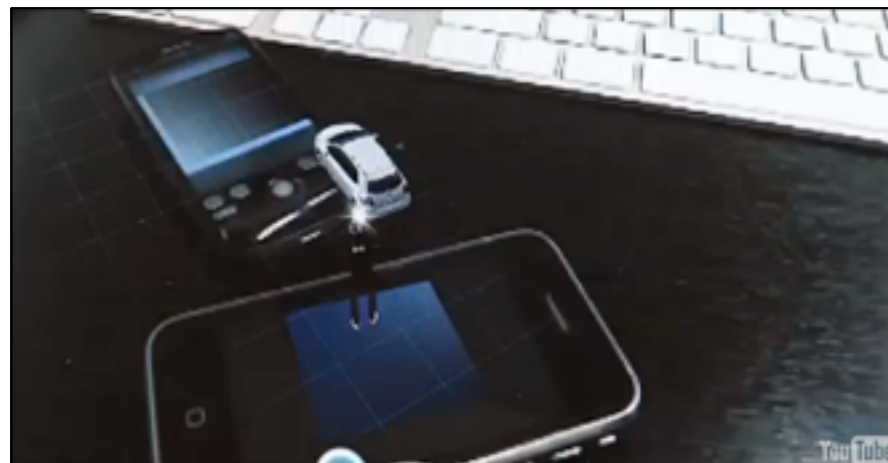


AR 拡張現実

<http://www.northkingdom.com/>

北欧のデザイナー集団 NORTH KINGDOM

欧州TOYOTAのキャンペーン ARコンテンツ



<http://www.northkingdom.com/case-studies/toyota-auris-hybrid/>

スマートフォンアプリ例

マップ上にマーカーを配置



エリア情報をセグメント



マップをレイヤー分け



ARに情報配置



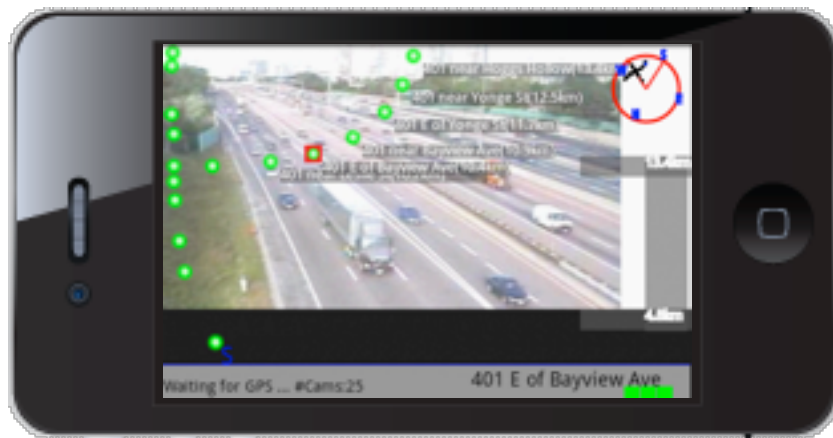
スマートフォンアプリ例



ARバス接近情報

ARトラフィック情報

ARタウン情報



スマートフォンアプリ例



ARタウン情報



SATCH by KDDI

Top | About SATCH | AR First Step Conference Report | SDK無料配布

SATCH

au by KDDI

SATCHとは?

世界は見えているより、もっと楽しい。

ツイート Like BT イネ! +1



_ AR First Step Conference Report

_ News Release

- 2011年12月22日 Projects公開
- 2011年12月22日 AR First Step Conference Report公開
- 2011年12月15日 SATCH special site 公開
- 2011年12月15日 AR First Step Conference 開催
- 2011年12月15日 [マーカーレスAR開発ツール「SATCH SDK」配布開始](#)

<http://au-ar.jp/>

Aurasma.com

The screenshot shows the Aurasma.com website homepage. At the top, the Aurasma logo is on the left, and navigation links for 'What is it?', 'How does it work?', 'Auras', 'News', 'Aurasma Pro', and 'FAQs' are on the right. Below the navigation is a banner with statistics: 'Over 3 million users', 'Over 1500 partners', and 'Featured in major publications'. This banner also contains logos for various partners including London Fashion Week, Guinness, Metropolitan Police, The Red Barch Road, AKAQA, Coventry University, Boden, Dunhill, GQ, IG INDEX, and TOTV.

The main headline reads: 'The World's First Visual Browser, bringing the physical and virtual worlds together.' Below this, a sub-headline states: 'Aurasma is a free app that lets you discover, create and share amazing virtual content, integrated into the real world.'

On the right side, there is a large image of a hand holding a smartphone displaying a virtual scene. Below this image is a quote: 'QR codes... are being threatened with obsolescence by a gang of ambitious new startups. At the front of the pack is Aurasma.' attributed to Adweek.

Under the main headline is a 'Latest News' section with two articles: 'THIS COULD BE BIG: Giant leaps in augmented reality' and 'ON THE FRONTLINE: Exhibition tells story of 2011'.

Below the news is a section titled 'AURASMA Featured Content' featuring three campaigns: Lucozade, John Lewis, and TopGear. Each campaign includes an image of the product and a brief description.

At the bottom, there are two promotional boxes. The first is for 'Aurasma Lite' for free on smartphones, with icons for the App Store and Android. The second is for 'Aurasma Pro', which is a paid version for developers.

The footer contains the copyright notice '© 2012 Aurasma', a 'Newsletter: Sign Up' button, social media links for Facebook, Twitter, YouTube, and Tumblr, and links for 'Privacy Policy' and 'Terms of Service'.

<http://www.aurasma.com/>

クラウドコンテンツ

Google 買収リスト

List_of_acquisitions_by_Google

http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_acquisitions_by_Google



and more total109