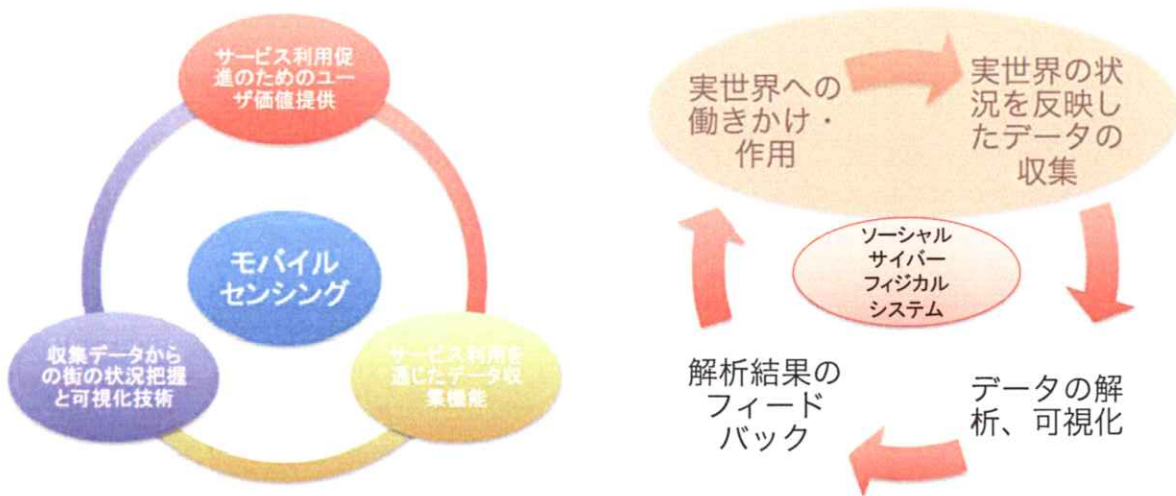


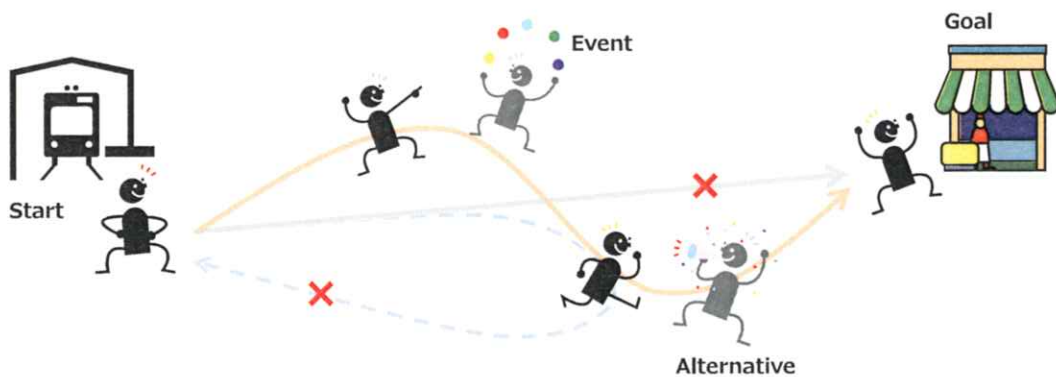
- ユーザ参加型のモバイルサービスにより、実世界での状況把握に資するデータを収集する。
 - クラウドソーシング ← ユーザをセンサにする。
- 社会に影響を及ぼすループの構築を指向する。
 - ← ユーザの行動に作用を与える。
- 単にセンシング機能をモバイルアプリに実装するのではなく、「利用者に使われるサービス」を想定し、利用者や地域等への還元などを含めたモデルを提案する。
 - 有用な情報が提供されるサービスであれば、多くの利用者に使われる。
 - 多くの利用者に使われれば、有用な情報が集まる。



実空間での行動をエンハンスする

目的外の行動への誘引

- 効率的な行動だけでなく、人間の「非合理的（衝動的）な行動選択」を誘引する。

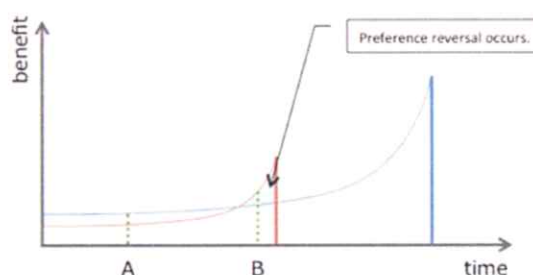


人間の行動の選択

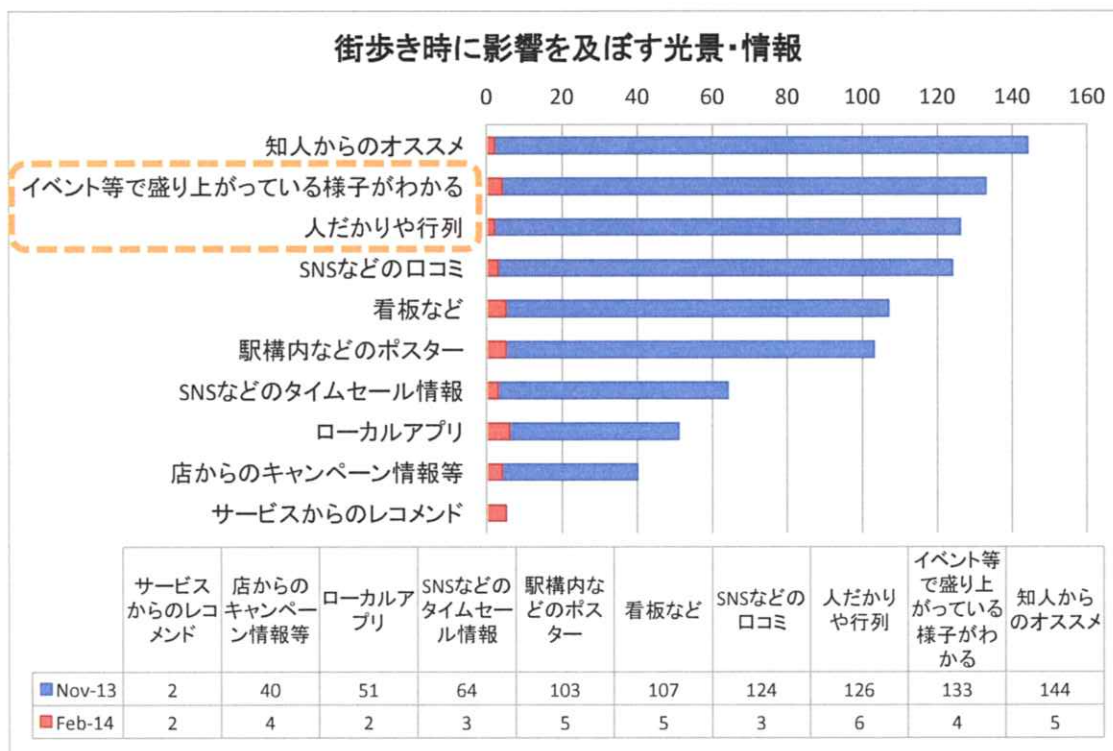
- 人は常に合理的な判断で動いている、わけでもない。
 - 限定合理性：
 - 選択肢は内生的に発見されるものだが、時間と費用がかかる。
 - 結果の確率は外生的に与えられたものではなく、主観的に評価される。
 - 効用は選択の結果だけではなく、過程からも影響されるので、効用、不効用を正確に測るのは難しい。
 - 選択肢の決定は、効用最大化ではなく、満足化によって決められる。

参考

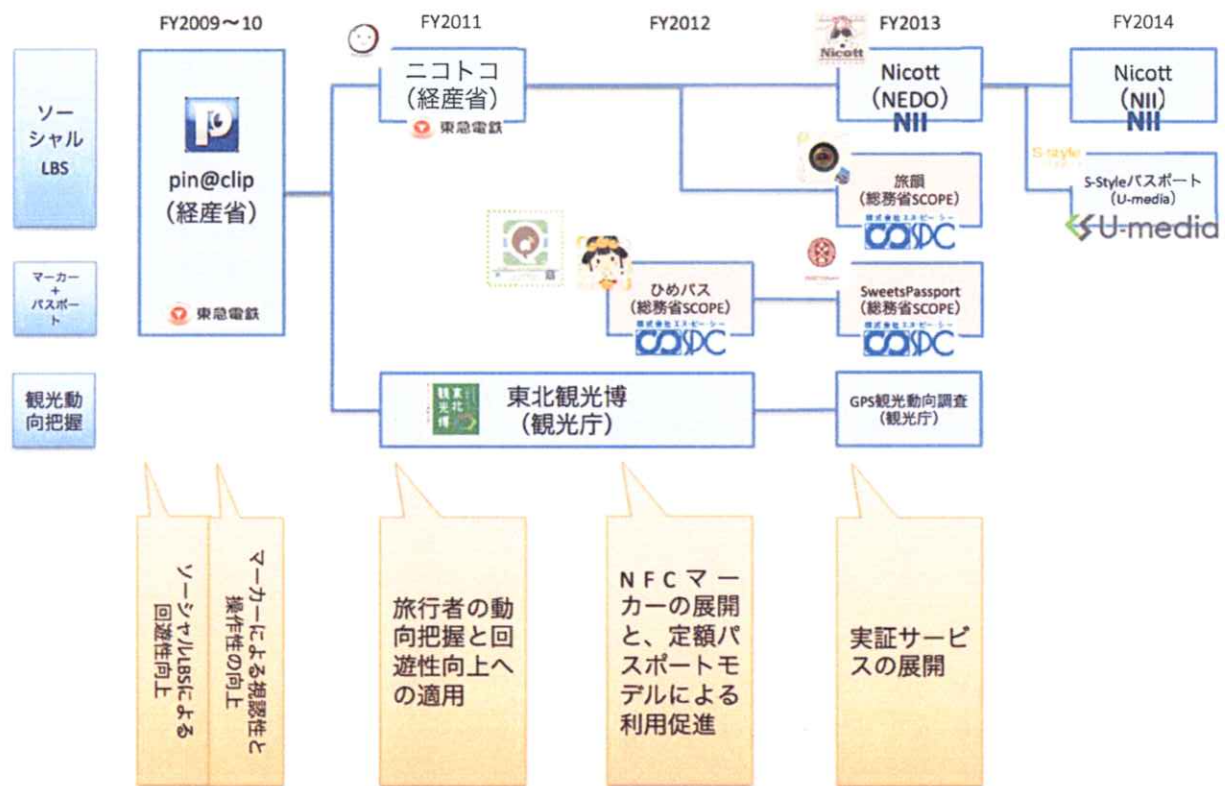
- 行動経済学
 - 価値割引：
 - 未来の価値は時間に応じて割り引かれる
 - 選好逆転：
 - 遠くて大きな価値より、近くて小さい価値が選好されることがある（判断としては非合理的でも）
 - 時間選好、危険回避、利他
 - 効用よりも危険回避の方を選択することもある（いくらお得でも動かない）。
 - 自分には直接的なメリットがなくても、動くことがある。



街なかで何に影響を受けるか？



実証サービスの展開



街なかでの実証

- サービスの街なかでの基盤： マーカーの街への展開
 - マーカー： NFC、QR
 - 特徴： 安価、施設側に電源・通信不要
- アプリサービス
 - pin@clip (ピナクリ)
 - nicotoco (ニコトコ) / Nicott (ニコット)
 - ・ FY2011、FY2013～、東京・二子玉川エリア
 - 旅韻 / ひめパス / スイーツパスポート
 - ・ 旅行者からのコンテンツ投稿と共有
 - ・ 定额パスによる周遊の促進
 - ・ FY2012～、愛媛・松山エリア
- ビジネスモデル
 - 定额パスによる利用促進と利益配分： 利用ログに基づく利益配分モデル
 - 地域案内人を活用するサービスモデル (試行中)
- ログ解析

pin@clip 2009



基本操作編 (2'00")



Go&サンクス編 (0'48")

pin@clip マーカ設置の様子



nicotoco



nicotocoでのマーカ



旅韻

● 旅を充実させ、思い出を記録する旅歩き支援サービス

- いわゆる「観光ガイド」を越えた旅先での情報サービスです。
- 観光施設などの情報に加え、地元で流行っているお店なども簡単に入手できます。
- また、旅先で見つけたあなたの「一コマ」を、写真にとってクラウド上に保存することができます。
- アプリを使いながら気ままに立ち寄りながら、自らの足跡や記憶をアプリに残していく、そんなサービスです。



ひめパス

- アーリーマジョリティをターゲットに、回遊を促す仕組み（ビジネスモデルを含む）の構築
- NFCの活用による、サービス認知の向上と利便性の向上
- ログの収集と活用



ひめパス (Quick-Quest マーカー)



ひめパス：定額パス利用

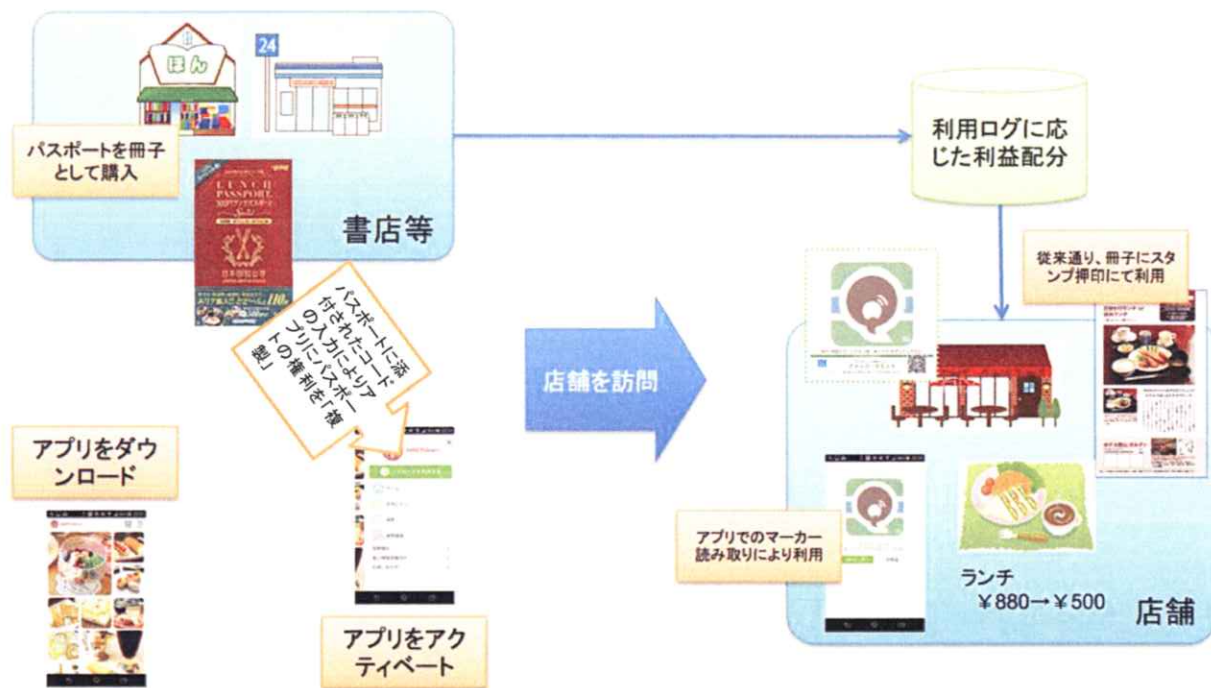


スイーツパスポート

- ・ パスポートで簡単・お得な街歩きを。
 - パスポートを掲示するだけで松山の人気の飲食店80店舗のスイーツ+ドリンクセットが500円になる好評「スイーツパスポート」のアプリ版。
 - 店舗にあるマーカースタンプにアプリをかざすだけで、簡単にサービスが受けられます。レジでスタンプをもらったりする手間なども省けます。
 - いつも持ち歩いているスマホに入っているパスポートなので、本を持ち歩く必要もなく、思い立った時にすぐ使えます。
 - 近くのお店の検索や、お気に入り店舗を登録できるなど、アプリならではの機能もあります。



“パスポート” ビジネスモデル概要



※ SPC、NII相原、ほっとこうち の3者による特許出願

モデルの特徴

	従来の問題点	このモデルの利点
定額パスの購入	スクラッチコート等の専用カード等による販売の煩わしさ 有料アプリへの抵抗 「本なら1,000円出すけど、アプリだと出したくない」という利用者意識	本の流通・販売を活用 アプリを使って有料サービスを受けるのにも関わらず、アプリ購入や電子決済等の面倒がない。 本で権利を販売することで障壁を下げられる。
利用の集計	利用回数等を施設側で記録・集計する手間がある。	サーバのログで自動的に記録され、現場オペレーションが最小
利益の配分	当配分するか、利用頻度に応じて傾斜配分することが考えられる。当配分だと、利用の多い施設が相対的に損をする。傾斜配分するには、利用頻度の集計の手間がかかる。	容易に集計できる利用頻度で、傾斜配分が可能。利用される施設ほど多くの配分が得られるため、施設側が利用者を集めるインセンティブが働く。
施設のサービス参加	サービスへの参加は、サービス期間中は固定	冊子に掲載された施設等については実施期間内のサービス提供が必須となるが、その分利用者に認知してもらいやすいという広告効果が得られる。一方で、冊子には掲載されない形で、アプリサービス(電子版)のみに対応する施設等の設定が可能となるため、パスポートへの参加が随時可能となる。
閲覧機能	冊子の見やすさ、一覧性など	アプリならではの機能(利用履歴、検索等)も利用可能となる。
利用者へのインセンティブ付与	利用回数上限等、固定	利用の多い利用者にインセンティブを設定したり、利用可能な施設を制限する一方で1施設あたりの上限を変化させるなど、サービス内容の動的な制御が可能となる。