

2012年10月2日

各位

株式会社電通国際情報サービス

## ISiD、街のITプラットフォーム事業に本格参入

～第一弾として、うめきた先行開発区域プロジェクト「グランフロント大阪」に  
ユビキタスプラットフォームを提供～

株式会社電通国際情報サービス(本社:東京都港区、資本金:81億8,050万円、代表取締役社長:釜井節生、以下ISiD)は、街の再開発事業や各種商業施設等において、来街者とのコミュニケーション形成を支援し、街を活性化させるためのITプラットフォームサービス事業に本格参入いたします。第一弾として、2013年3月竣工予定のうめきた先行開発区域プロジェクト「グランフロント大阪」向けに、個人を特定しないユーザー認証の技術を用いることで来街者のソーシャルグラフ※1をゆるやかに管理し、来街者一人ひとりに適した情報を適切なタイミングで、適切なチャネルを通して提供することができる、世界初のユビキタスプラットフォーム(UPF)を開発・導入します。

スマートフォンやSNSの普及を受け、街の運営事業者がそれらを活用したイベント開催やプロモーションを通じて街の活性化に取り組む事例が増えています。しかし一方で、近年はEコマース(EC)が広く生活者に浸透し、日用品はもとより、高級品や生鮮品等これまでECに不適とされていた分野にも生活者の消費行動が移行しつつあります。このように「街離れ」が進む中、街の再開発事業等において、Web空間でのコミュニケーションに慣れた生活者の消費行動を、街というリアルな空間(実空間)へと取り戻すための新たな仕組みづくりが求められています。

ISiDはかねてより、街や大規模商業施設における位置・空間連動型サービス分野を重点投資領域と位置付けて研究・開発に取り組んできました。2011年7月には同分野で独自のサービスを展開するクウジツ株式会社と資本・業務提携を行い、同社の技術とISiDのマーケティング分野におけるシステム構築力、そして電通グループが保有するコミュニケーション領域のノウハウを結集し、消費者の行動解析と位置・空間情報を連動させたプラットフォームの開発と実証実験を進めてまいりました。

グランフロント大阪は、このプラットフォームを大規模な再開発事業に適用する最初のケースであり、ISiDは同プロジェクト開発事業者12社及び同12社が設立したまちの運営組織一般社団法人グランフロント大阪TMOと共同で、以下の特徴を持つ、世界でも類を見ない新しい街のコミュニケーション基盤を実現します。(詳細は別紙参照)

- (1)街のソーシャルグラフを核とした「人づて」のコミュニケーションにより、効果的なCRMを実現
- (2)来街者の「属性」と「現在の状況」を踏まえたOne to One※2型の情報リコmend
- (3)RFID※3を用いた匿名アカウントとSNSアカウントの紐付けによる、利用者履歴データの蓄積とマーケティング活用

ISiDは今後、大規模再開発のみならず、中小規模街区・商業施設やテーマパーク等の各種施設を対象としたサービスラインアップを取り揃え、国内はもとより海外に向けても事業展開を図ってまいります。

《別紙: グランフロント大阪に導入するユビキタスプラットフォーム (UPF) の概要》

■コンセプト■

グランフロント大阪では、街に共通の IT プラットフォームを敷設し、核となる街のソーシャルグラフを構築・発展させていくことにより、来街者一人ひとりの性格や行動特性、またその時々々の状況等を踏まえた、情緒的なコミュニケーションを実現します。具体的には、街内に配置するデジタルサイネージ端末と来街者が所有するスマートフォンを介して、来街者に適した情報を適切なタイミングで届けることで、より多くの街の魅力に接する機会を提供し、街のファン作りやコミュニティ活動の活性化を促します。

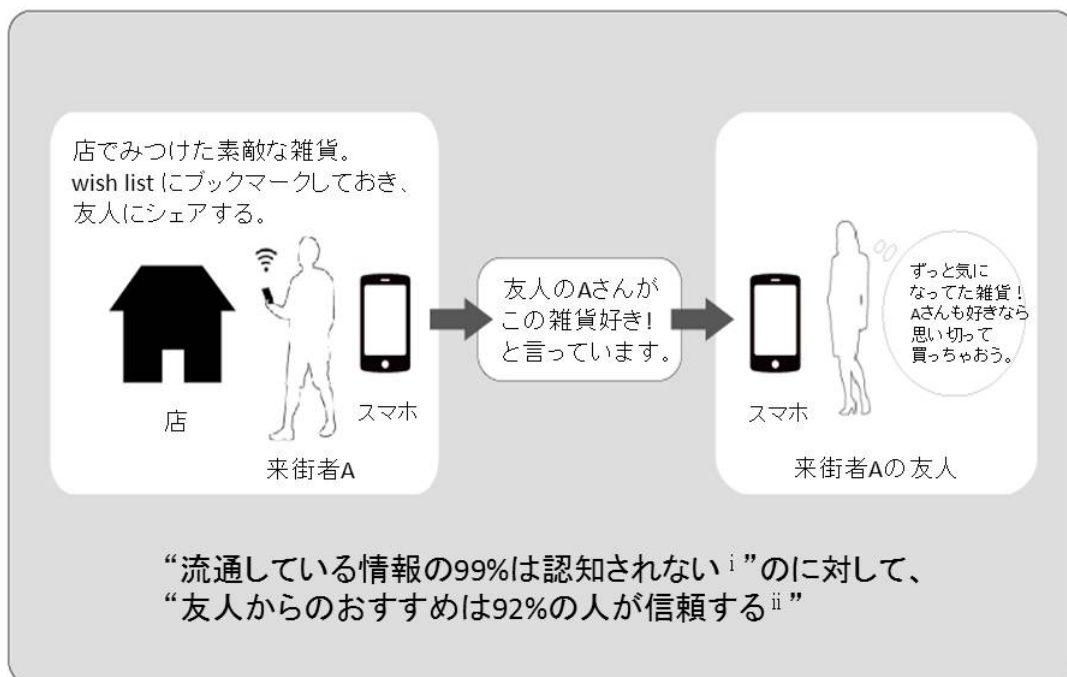
■特徴■

(1) 街のソーシャルグラフを核とした「人づて」のコミュニケーションにより、効果的な CRM を実現

来街者は、スマートフォンで設定した個人属性とその開示レベルに応じて、街内のデジタルサイネージや手元のスマートフォンアプリを介して、近い属性の人、友人や恋人等から自分に合った情報を受け取ることができます。UPF 上に構築された来街者のソーシャルグラフを用いることで、“街から来街者へ”という情報伝達だけではなく、“来街者から来街者へ”という「人づて」のコミュニケーションが可能となります。

また街の運営事業者や出店するテナントオーナーにとっては、来街者に情報を伝達する際に、「誰を」經由すれば来店率が上がるのか、「誰と」一緒にいる時であれば購買につながりやすいのかといった、精緻なマーケティング・リサーチとリサーチ結果に基づく有効な情報伝達モデルの取得が可能となります。これらにより、相互につながる来街者同士の口コミの連鎖で来店・購買が促されていくという、新たな情報伝達モデルを活用したプロモーションが可能となります。さらに、共通のマーケティング基盤として UPF を活用することにより、これまで把握することが難しかった、来街に至るまでの行動分析や購買に至るまでの動機分析が可能となります。

街のソーシャルグラフによる「人づて」のコミュニケーションのイメージ (1)



i: 総務省「情報流通インデックス」によれば、2009年度の国内流通情報量は1日あたりDVD約2.9億枚相当であるのに対し、生活者がその内容を意識レベルで認知する情報量(=消費情報量)は1日あたりDVD約1.1万枚とされる。  
ii: The Nielsen Company のレポート「Global Trust in Advertising and Brand Messages」による。

**(2) 来街者の「属性」と「現在の状況」を踏まえた One to One 型の情報リコメンド**

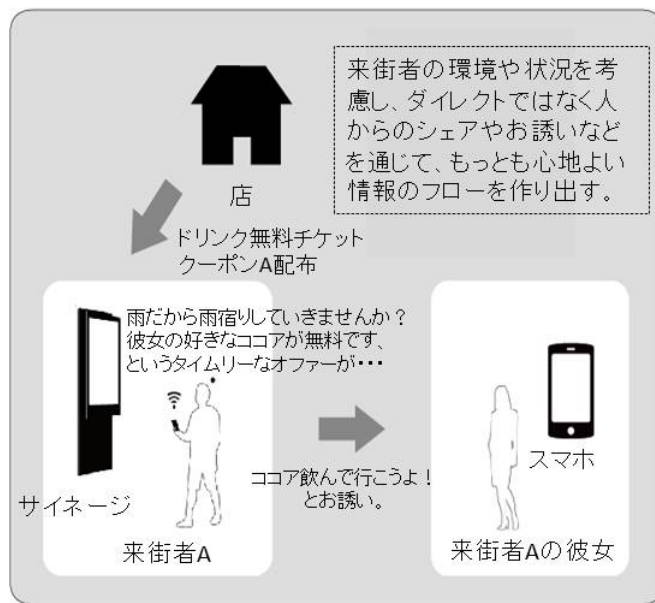
UPF は来街者の行動履歴や購買履歴等の「ビックデータ」と呼ばれるライフログをもとに、人物属性を類型化する「ペルソナ<sup>※4</sup>判別エンジン」と、当日の「天候」や「同行者の有無」といった環境・状況から、ユーザーの潜在欲求を推定し優先提示すべきコンテンツを選別する「リコメンドエンジン」を備えています。そのため、ライフログから導き出された人物属性だけでなく、よりその時々の一入ひとりの状況に合わせた精緻な情報提供が可能となります。

**街のソーシャルグラフによる「人づて」のコミュニケーションのイメージ (2)**

▼これまでのCRMを活用した街



▼「街のソーシャルグラフ」を持つ街



**(3) RFID を用いた匿名アカウントと SNS アカウントの紐付けによる、利用者履歴データの蓄積とマーケティング活用**

UPF では、実空間における個人認証 ID として RFID 付きカード(非接触 IC カード等)を用い、また Web 空間との連携には SNS アカウントを用います。これらを紐付けることにより、精緻なライフログ分析による One to One 型のコミュニケーションを実現します。

これまで、個人情報を利用せずに One to One 型の情報提供を行う試みにおいては、各ユーザーの潜在的な情報ニーズをより精緻に類推できる履歴データが収集しづらいという課題がありました。他方、Web と実空間を紐付けた消費者行動の分析・活用には個人情報を用いるケースがほとんどであり、この場合消費者が個人情報の開示を行うだけの魅力あるサービス設計が前提となることや、また取得した個人情報の管理コストやリスクの観点で、永続性ある成功モデルが少ない状況でした。グランフロント大阪では、利用者が精神的な障壁なく履歴データを提供しやすい方法として匿名による利用者管理を採用し、SNS に蓄積する属性情報やサービスプロセスにより取得される情報も利用者の許諾に応じて一元的に蓄積します。これにより、蓄積したデータを商圈分析や顧客ロイヤリティ分析といったマーケティング分野に活用したり、街の運営事業者やテナントオーナーへフィードバックしてサービスの向上に生かしたりすることが比較的容易になると考えられます。

#### 用語説明

- ※1 ソーシャルグラフ: 人間の相関関係やつながりを表す概念。家族や友人などの「信頼関係」と、サークルやコミュニティなどの「同好関係」から成り立っていることが多い。
- ※2 One to One: 個々の顧客の好みや価値観、状況の違いを把握・認識し、それぞれのニーズに合わせて異なったアプローチを行うマーケティング・コンセプト。
- ※3 RFID: Radio Frequency Identification の略。無線を用いた自動認識技術の一種で、タグ(荷札)と呼ばれる小さなチップを用いて、様々なものを識別・管理するシステム。自動改札システム「Suica」や自動決済システム「FeliCa」などに採用され、広く一般に普及している。
- ※4 ペルソナ: 「架空の顧客像」を意味するマーケティングの方法論。詳細に設定した顧客のプロフィールを担当者間で共有し、人物像への理解を深めることでマーケティング方針を統一する。

#### 関連プレスリリース

- ・ うめきた先行開発区域プロジェクト「グランフロント大阪」一般社団法人グランフロント大阪 TMO、ならびに一般社団法人ナレッジキャピタル設立について(2012年7月31日/一般社団法人グランフロント大阪 TMO および一般社団法人ナレッジキャピタルによる発表)  
<http://www.grandfront-osaka.jp/press/pdf/release120731.pdf>
- ・ ISiD とクウジツ、位置・空間連動型サービス分野で業務・資本提携 ～位置情報と消費者の行動解析を融合したユビキタスプラットフォームの共同開発へ～ (2011年8月4日)  
<http://www.isid.co.jp/news/release/2011/pdf/0804.pdf>

#### うめきた先行開発区域プロジェクト「グランフロント大阪」について

大阪府大阪市北区の JR 大阪駅北側に位置する「うめきた」(24ha)において、先行開発区域(約7ha)として開発事業者12社により建設工事が進められているプロジェクト(2013年3月竣工予定)。先端技術の発信や研究開発拠点となる、まちの中核施設ナレッジキャピタルをはじめ、オフィス、ホテル・サービスレジデンス、分譲住宅にて構成。

#### 【街の IT プラットフォームサービスに関するお問い合わせ先】

株式会社電通国際情報サービス コミュニケーション IT 事業部 CIT 営業部 正木、東崎、木下、矢吹  
TEL: 03-6217-8584

#### 【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社電通国際情報サービス 経営企画室 広報担当 李、清水  
TEL: 03-6713-6100 E-Mail: g-pr@isid.co.jp

#### <電通国際情報サービス(ISID) 会社概要>

社名 : 株式会社電通国際情報サービス(略称: ISID)  
代表者 : 代表取締役社長 釜井 節生  
本社 : 東京都港区港南 2-17-1  
U R L : <http://www.isid.co.jp/>  
設立 : 1975 年  
資本金 : 81 億 8,050 万円  
連結従業員 : 2,228 人(2012 年 3 月 31 日現在)  
連結売上額 : 638 億 6,900 万円(2012 年 3 月期)  
事業内容 : 1975 年の設立当初から顧客企業のビジネスパートナーとして、コンサルティングからシステムの企画・設計・開発・運用・メンテナンスまで一貫したトータルソリューションを提供してきました。IT Solution Innovator をビジョンとし、金融機関向けソリューション、製品開発ソリューションをはじめ、グループ経営/連結会計、HRM(人事・給与・就業)、ERP、マーケティング、クラウドサービスなど、幅広い分野で積極的な事業展開を図っております。

\* 本リリースに記載された会社名・商品名は、それぞれ各社の商標または登録商標です。