

別 紙

別-1 都市サービスアイディアシート<1-1>

案内・タウンガイド関連

街のガイドブックが手持ちの携帯やPDA、ゲーム機、電子ペーパーなどに配信され、リアルタイムに街の情報や現在地が示される。

サービス	特 徴	目的・メリット		
		利用者	テナント	開発事業者／街
移動中の情報提供	<ul style="list-style-type: none"> 北梅田への移動時間中に手持ちのデバイスに情報提供されるサービス。 自分の趣味・嗜好などを登録すると、関連ジャンルの情報が配信される。 カーナビに北梅田を目的地に設定すると、ETCと連動しカーナビにイベント情報が提供されたり、駐車場の空情報が配信される。 公共交通機関(電車など)で訪れる人には、その移動中に情報提供される。 アフター5情報など生活スタイルに応じた情報が提供される。 (情報の内容例) <ul style="list-style-type: none"> バーゲン、タイムセールス、イベント、アフター5 天候に応じた楽しみ方情報を配信 時間、予算、人数に応じたプランの提供(1000円ディナー、1時間でリフレッシュできるサービスなど) 	<ul style="list-style-type: none"> リアルに街のHOTな情報を手に入れることができる。 待ち時間なく利用できる。 作り立ての商品(パンなど)を買うことができる。 ・シチュエーションに応じた店を提供してもらえる。 	<ul style="list-style-type: none"> 混雑の緩和、ピークの分散 在庫の削減(夕食の特売) 	<ul style="list-style-type: none"> 街に来てもうきっかけ提供。 人の流動をうまくコントロールできる。 混雑を緩和でき、ゆっくりとした時間を過ごしていただける。
属性・状況に応じた情報提供	<ul style="list-style-type: none"> 属性(家族、カップル、修学旅行、観光)に応じたお勧めメニューが手持ちの携帯やPDA、ゲーム機、電子ペーパーなどに配信される。 その人の状況(迷っている、急いでいる)を環境が理解しサービス提供される。 目的地(施設、駐車場)を入力するとナビゲートしてくれる。 タイムサービスなどリアルタイムなイベント情報が自動的に配信される。 怪我や落し物などの緊急時には、街のスタッフと顔を見ながら会話ができる。 建物内に入ると、フロアマップに切り替わり、自分の居るフロアのフロアガイドが表示される。 	<ul style="list-style-type: none"> わざわざ案内板をみなくてもいい。 街中で迷わない。 緊急時に即時対応できる。 	<ul style="list-style-type: none"> リアルタイムな情報発信。 各テナントでのガイドブック作成費が削減できる。 	<ul style="list-style-type: none"> 来訪者が退屈しない。 位置情報から人の流動を把握でき、マーケティングに活用できる。(テナント配置、広告戦略) 人の流動をうまくコントロールできる。(混雑緩和) ガイドブック(紙)の更改費の削減 リアルタイムな情報発信
ポーターサービス	<ul style="list-style-type: none"> ボータークロット等が手荷物を載せて目的地まで同行して運んでくれる。帰りには駐車券をかざすと車まで運んでおいてくれたり、帰りのゲート(荷物集配所)を指定すると自動的に運んでくれる。 街中の買物荷物は、店から指定した場所に運んでもらえる。(バックヤードでボータークロット活用) 同行中は簡単な案内をしてくれる。 	<ul style="list-style-type: none"> 広範囲なエリアを楽に移動できる。 高齢者、身障者のサポートとしても活用できる。 	<ul style="list-style-type: none"> 購買機会が増える 顧客を誘導できる 	<ul style="list-style-type: none"> 人の界隈を促進させることができる。 街のPRに使える
最適・最短ルート案内	<ul style="list-style-type: none"> 目的地を入力すると「最短ルート」を教えてくれる。 自分の趣味・嗜好や滞在時間を入力すると、混雑を避けて「最適」なルート案内や予約をしてくれる。 	<ul style="list-style-type: none"> 短時間でも密度の濃い時間を過ごせる。 	<ul style="list-style-type: none"> 混雑状況を把握することで回転率があがる マーケティングにつながる お店のCMの機会が増える 	<ul style="list-style-type: none"> テナントの満足度向上 結果的に場内のストレス総和が減る 街のイメージの定着 リピータが増える
お勧めルート案内	<ul style="list-style-type: none"> Pratt 街に来ても、自分にあったまちの楽しみ方を提案してくれる エリア内や近隣エリアに目的があり来訪したが、前後に余裕時間ができた場合に、有効な時間の使い方を提案してくれる。 	<ul style="list-style-type: none"> まちを楽しく案内してもらえる 新しい発見がある 街や街のコンテンツに関する知識が増える 	<ul style="list-style-type: none"> 来訪者への効率的な告知により、購買機会増大 入場者実数増加 	<ul style="list-style-type: none"> 街に来てしまう人たちが増え、まちがにぎわう 街を知る(=安心感、好感)ファンが増える→リピーターが増える
街の中のモノの記憶を覗けるサービス	<ul style="list-style-type: none"> まちの中で気になること(モノ)に接触すると、そのモノの記憶やそれから派生してさまざまな事象を学習することができる 街の中での体験や思考(どちらを買おうか迷ったり、とか)を足跡として残すことができ、また、同じような思考を持つ他者がそれを参考に行動、またそれを足跡として残せるというコミュニティ形成 博物館や美術館での体験や関連情報、歴史などの情報を共有できるサービス ナレッジ・キャピタルゾーンで新しいコミュニケーションツールを活用して創造を高める 	<ul style="list-style-type: none"> 学習機会の増大 新たなコミュニティが広がる。 	<ul style="list-style-type: none"> 購買可能性が高い客の来店割合が増える 博物館や美術館への理解が深まる ナレッジ・キャピタルゾーンにてコミュニケーションの活性化を図る 	<ul style="list-style-type: none"> 街の活性化、売上の増大 街への帰属感、愛着が強まる テナント価値が上がる

別-1 都市サービスアイディアシート<1-2>

案内・タウンガイド関連

サービス	どこで <Where>	誰に <who>	何を <what>	どのタイミングで <when>	どのように <how>	課題
移動中の情報提供	・駅 ・車の中や電車の中など移動中 ・北梅田の近辺にいる人(半径2Km圏内)	・携帯を持っている人 ・カーナビを見ている人 ・時間に有効に使いたい人(忙しい人) ・特に目的を持っていない人 ・仕事帰りのビジネスマン ・時間を持て余している学生	(インプット情報) ・年齢、性別、趣味・嗜好など ・行動履歴(北梅田に向かうタイミング) ・要望を音声で伝える ・時刻、天候、交通情報 ・位置情報(車の中、電車の中など) (アウトプット情報) ・携帯メール、自宅PCメール ・カーナビやウエアラブル端末	・梅田駅の改札を出た時 ・イベント開催決定時、イベント開始前 ・カーナビの行き先が北梅田に設定された時 ・北梅田付近のETC(料金所)を通過した時	・広告 ・成果報酬型	・移動中の位置情報の確認とタイミング ・サービスの優先順位 ・サービスする言語 ・グーパスなどの連携
属性・状況に応じた情報提供	・街中全域(施設内や駐車場合む)	・不特定多数 ・はじめての来訪者 ・車での来訪者 ・身障者	(インプット情報) ・自分の居る場所 ・自分の要望(目的地) ・ロコモ情報 ・目線、手の動き、姿勢など (アウトプット) ・地図で現在地と周辺の情報を教えてくれる。 ・音声と映像で会話ができる。 ・行き方をナビゲーションしてくれる。	・街に到着した時 ・暇な時 ・緊急事態が発生した時 (病院、トイレ、落し物センター) ・迷った時(自分の現在地が分からなくなった時) ・案内板の前で5秒以上立ち止まっている時 ・ベンチに座った時 ・煙草を吸っている時	テナント及びビル管理社からの拠出金	・簡単な操作 ・電子ペーパーの低廉化(紙媒体と同等レベル) ・その人の希望に合わない場合におせっかいと思われる。 ・画像認識技術がベースとなると思われるが、どこまで実用に耐えられるのか? ・対象の人の行動を遂次監視するためプライバート行動まで踏み込む必要があり一般的なサービス上問題ないか検討。
ポーターサービス	・街中の道 ・店内 ・駐車場 ・ホテルのロビー	・大きな手荷物を持っている旅行者や仕事で来た人 ・高齢者や身体の不自由な人 ・買い物等で手荷物が増えた人 ・歩き疲れた人／小さな子供連れの人	(インプット情報) ・その人の歩く方向 ・目的地の場所(音声、駐車券などのカード、端末からの入力) ・その人の位置情報 (アウトプット情報) ・付いてくる、運んでくれる ・目的地にカートが到着したら、携帯メールに知らせる。 ・音声での案内、ナビゲート	・街を訪れた時 ・買い物をした時(支払いをした時) ・手荷物が邪魔な時 ・AブロックからCブロックなど遠くへ行きたい時 (登録すれば要求すればいつでも) ・依頼した時	・カートに付いている端末が広告を流す、 広告モデル(Yahooバスのようなイメージ) ・地域通貨(北梅田ナレッジマネー) ・利用者からのワンコイン徴収 ・事業者(TMO)からの出資 ・テナントの利用率に応じた徴収 ・管理は事業者(TMO)?	・荷物を預けたまま放置された場合(とり忘れ) ・混雑時などの安全性(人とロボットの事故など) ・預かった手荷物の安全性(紛失) ・手荷物運搬カートだけでなく、人が乗れる乗用カートの構想も考えられる ・ロボットをどれだけ安価に製造できるか? ・パーソナルエージェントの連携
最適・最短ルート案内	・街への入り口 ・休憩所 ・喫煙所	・短時間で楽しみたい人 ・急いでいる人 ・目的を持った人 ・モバイル端末を持っている人	(インプット情報) ・来訪者の位置 ・来訪者の目的地 ・混雑情報 ・目的地を街頭端末に直接入力 ・今いるところの地図(10m×10m) (アウトプット情報) ・携帯電話をかざす街頭端末から携帯電話へ ・ナビゲーション・ロボットが寄ってくる	・街に来たとき ・街の中で迷ったとき ・案内用端末の前に立ち止まつた時 ・常設してある街頭端末に携帯電話をかざした時(QR、FeliCa等) ・案内用端末の前に立ち止まつた時	【提供側】TMOなどの街管理機関 【受益者】訪れたお客様	・必要とする情報が刻々と変化する中で、どれだけリアルタイム性(即応性)を満足させることができるか ・ビル内地図のメンテナンス ・携帯電話をお持ちでないお客様への案内方法はどうするのか ・タウンガイドサービスとの連携
お勧めルート案内	・特にAの南側広場(地下、地上、デッキ階) ・Bの中央広場	・ふらつときた人 ・周辺エリアをウロウロしている人(引き込む) ・時間に追われていない、待ち時間が明快な人 ・モバイル端末を持っている人	(インプット情報) ・来訪者の属性・個人情報・状態(一人、家族、カップル) ・今日の主目的是?(ある、ない) ・来訪者の気分(静かな、行動的な) (アウトプット情報) ・モバイル画面 ・街頭端末タッチパネル ・まちの中でのイベントの情報	・街に来たとき ・街の中で迷ったとき ・周辺をウロウロしているとき ・自らアクセスしたとき ・家を出る前に予定を組む	・主体は街の管理者(TMO)か、このサービスを業として担当できる代理店 ・加盟店やイベントから提供されたデータを処理し、アクセスした人の属性や残り時間を考慮した、行動プログラムが提供される ・提供側のPR効果があるため、提供側が有料となる。ただし、アクセス情報はモニタリング情報として情報提供側に返される。 ・提供側は、来店者へのアンケート調査により、このシステムが有効だったかを確認できる。	・提供される情報に優劣、粗密があると不公平が生じる(ただし、アクセスする側の属性によって提供される機会に多少ある。) ・個人情報保護
街の中のモノの記憶を覗けるサービス	・A地区でのお店、レストランなど ・ナレッジ・キャピタルゾーン	・より効率的に動きたい来訪者、より貪欲な消費者 ・向学心のあるひと ・街に来たひと、いるひと、来たいひと ・自らの研究におけるシナジーを高めたいひと	(インプット情報) ・人が何に興味をもったのか ・ものに関する情報 ・商品情報、素材情報、関連情報、売上ランキング、ユーザー評価情報、別の選択肢など (アウトプット情報) ・プログ的な仮想コミュニティ(できればアンオフィシャル)を形成する何らかの情報端末 ・コミックダイアリー、photochat	・街にいるとき、街に来るとき ・どこに行くか、何を買うか迷つたとき ・何かについてより知りたいとき	・街、テナントが来訪者向けにサービスとして提供 ・街中に情報端末(コミックダイアリー、photochat)	・情報が偏りすぎないか → それを許容できるか? ・「街中ブログ」、「タウンガイドサービス」、「いつでも学習」との連携

別-1 都市サービスアイディアシート<2-1>

まちなかSNS

街に訪れる人を中心に専化したコミュニティサイト。人のつながりを中心としたコミュニティの活性化を図るサービス。北梅田タウンポータルな位置づけ。

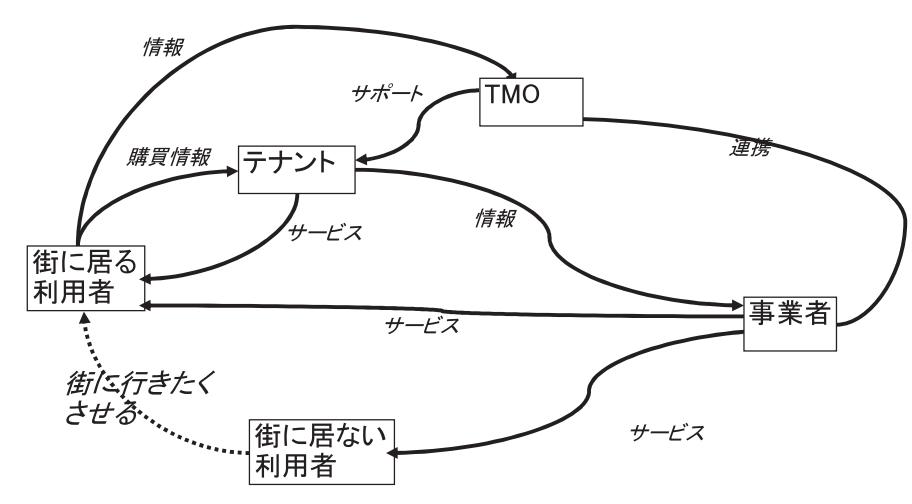
サービス	特徴	目的・メリット		
		利用者	テナント	開発事業者／街
エージェント	<ul style="list-style-type: none"> ・絶えず自分の身近なデバイス(自宅PC、携帯、カーナビなど)に常に駐し、さまざまなサポートをしてくれるCGキャラクター。 ・北梅田に来るとキャラクターが通路の壁に現れたり、実際のロボットとして登場しお供してくれる。(ペットを通して歩くイメージ) ・音声でキャラクターに要望を伝えると、お店のナビゲーションをしてくれる。 ・主人の嗜好や行動パターンを分析し情報フィルタリングを行い、キャラクターが自ら学習し成長する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・心地よく密度の高い時間を過ごすことができる。 ・プライバシーとセキュリティ面で安心して情報交換ができる。 ・継続的に利用することでCGキャラクターの成長が楽しめる。(ペット感覚) ・信用できる口コミ情報をゲットできる(店側のお勧め情報だけでなく) ・自宅に居てもSNSやブログ等により情報発信/受信が出来る(※また行きたい気持ちにさせる事ができる) ・コミュニティの構成化と活性化 ・北梅田にくるとネットコミュニティの友達と会える ・取り逃がした情報などをゲットできる。 ・まちを更に深く知ることができる。 ・社会貢献ができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・キャラクターを通じ、顧客の要望や希望にあつたサービスを提供できる。 ・顧客の行動パターンに合わせたサービスを提供できる。 ・時間帯や顧客層に応じたタイムサービスを提供できる。 ・流行を創出し、顧客を誘導できる。 ・他店を含む購買履歴を把握することで、お勧め商品を絞ることができる。 ・顧客ニーズにあったサービス、商品開発ができる ・ロングテール ・コミュニティマーケティングにより、個人に対するきめ細かなサービスを提供できる(層別、嗜好、トレンドetc) ・SNSやブログ等によるプロモーション、販売促進が期待できる。 ・個人の軌跡や購買情報から嗜好にあったッシュサービスができる。 ・次回からはイベント、セール等の案内を送ることもできる。 ・利用者からの口コミ効果も期待できる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・リビーター(顧客)を増やすことができる。 ・訪問者の行動パターンを把握することで、効果的な警戒・警備体制を構築できる ・訪問者にとって危険な場所を特定できる ・効果的なイベント企画ができる。 ・先駆けた取り組みをアピールできる ・まちへの愛着の増大 ・ラディカル・トラスト(街への信赖) ・集客に繋がる ・街の活性化 ・ブランディング ・リビーターを醸成することができる。 ・まちへの帰属感がうまれる。
出会いを演出	<ul style="list-style-type: none"> ・自分のエージェントが北梅田の大型スクリーンに現れて友人やお勧めを紹介する推薦サービス ・ネット上の知人が北梅田にいるとロボットやエージェントが教えてくれる紹介サービス ・誰かと会話をしていると、会話内容に関連する情報を収集し音声、テキストで提供してくれる。(音声を認識する「Gmail」のような機能) 			
街を訪れた人向けのあなただけのサービス	<ul style="list-style-type: none"> ・エージェントが自分と嗜好が似た人の体験談や購入履歴などからお勧めする情報を提供してくれる。(「Amazon」のお勧めのような機能) 			
新しく、元気な街でありつづけるサービス	<ul style="list-style-type: none"> ・ブログ、チャット、掲示板の情報から、関心のあるテーマ、トレンドキーワードをピックアップし、新たなコミュニティ形成を促進する ・自分の興味に近い友人、コミュニティ、ブログの紹介/検索サービス(コミュニティ推薦) ・「オフ会」も開催される 			
つながりの醸成 思い出振り返り	<ul style="list-style-type: none"> ・帰宅後、自分の行動履歴を見ることができる。 ・自分の通ったルートで見落としたものや、行動履歴から関心のあるお勧め情報などの追加情報が表示され、次回訪れる時の提案をしてくれる。 ・街に対する自分の意見や体験談をキャラクターを通じて発信することができる。(ブログ、口コミ機能) ・エージェント同士が会話を交換することができる。 			
地域マネー	<ul style="list-style-type: none"> ・地域貢献活動を行うとそれが地域マネーとして支払われ、それで買い物などができる。 ・地域マネーはSNS上のコミュニティでも交換ができる。 (活動イメージ) ・物品購入時にマイバッグ、マイカップを持っているとポイント(マネー)付与 ・奉仕活動をするとポイント(マネー)付与 ・その他一般消費活動での利用 			

別-1 都市サービスアイディアシート<2-2>

まちなかSNS

サービス	どこで <Where>	誰に <who>	何を <what>	どのタイミングで <when>	どのように <how>	課題
エージェント	<ul style="list-style-type: none"> ・自宅 ・北梅田への移動中(電車、バス、車の中) ・街中を歩いている時 ・建物や店に入った時 ・エスカレータを降りた時 ・街中の情報端末(公衆電話に替わるもの)の前 ・店内の情報端末の前 ・通路の壁 ・広場のスクリーン前 	<ul style="list-style-type: none"> ・自宅にPCを持っている人 ・モバイル端末(携帯、PDA)を持っている人 ・ウエアラブル端末を持っている人 ・貸出し端末をもっている人 ・SNS登録者 	<p>(インプット情報)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・個人情報(年齢、性別、嗜好など) ・行動履歴、購買履歴 ・要望を音声で伝える ・利用者の行動、体験記録 ・各ショップからのお勧め情報 ・掲示板、個人日記、交流記録(アウトプット情報) ・携帯、自宅のPC／TV、カーナビ ・ロボット ・文字(メール)、音声、CGキャラクタ(エージェント) ・ユビキタス端末 ・街の大型スクリーン ・携帯HTMLやメールで送信 ・ロボット ・足跡のハイライトシーンビデオもしくはマンガ日記など ・それは携帯のメールで友人にも送れるものとする。 ・生体認証 ・専用I 	<ul style="list-style-type: none"> ・出かける前 ・移動中(電車、バス、車の中) ・呼び出した時、話かけた時、情報端末に触れた時 ・店内、買い物中 ・店舗の前を通りかかった時 ・通りに差し掛かった時 ・駅、バス停で待っているとき ・徒歩、散歩時 ・急病、緊急時 ・迷った時 ・暇な時 ・街を訪れた時にいつでも ・家に帰ってインターネット接続時 ・携帯からいつでもどこでも ・まちを出る時(再入場も可能) 	<ul style="list-style-type: none"> ・定額制(サービスの内容によって、料金プランが異なる) ・貸出端末 ・利用ポイント特典 ・イベント協賛 	
出会いを演出						
街を訪れた人向けのあなただけのサービス						
新しく、元気な街でありつづけるサービス						
つながりの醸成思い出振り返り						
地域マナー						

運営スキーム案



親子それがついたりはなれたりしながら街を安心して楽しむことができるサービス

サービス	特　徴	<why>目的・メリット		
		利用者	テナント	開発事業者／街
はぐれない	<ul style="list-style-type: none"> ・親が子供と離れていても、あたかも目の届く範囲にいる感覚で別々に楽しむことができる。 (例えば、離れていても”この服どうかな”など聞けたりできる。) ・行動が不安定な老人や認知系の障害者と一緒にでも安心できる 	<ul style="list-style-type: none"> ・親も子ども自由に楽しめる。堪能できる。 ・よりまちに長くいられる 	<ul style="list-style-type: none"> ・親の購買機会増大 ・混雑緩和(必ずしも親が一緒でなくてよい) ・子ども同士のコミュニケーション増加による新規需要の掘り起し(例:カードゲーム関連グッズ) 	<ul style="list-style-type: none"> ・安心して過ごせる街としてPR ・会員組織などによる来街者の囲い込み
街中RPG	<ul style="list-style-type: none"> ・子ども(小学生以上)が遊び感覚で街を楽しく仕掛けとして、ゲームの世界観をリアルな都市で体験・体感しながら、学習もできる。 ・ゲームのバーチャルシティとリアルなシティが融合し、時にはリアルな街に3Dのキャラクターと出会える。 ・親は一緒にゲームに参加することもできるし、離れたところから見守ることもできる。 (・さらには、韓国などの海外と連携した「オンラインゲームオリンピック」が開催される。) <p>⇒子守サービスの発展型として考えることも可能</p>	<p><親> 子どものことを気にせずに街を楽しむことができる。 <子ども> ネットとリアルの融合による新感覚のゲームを楽しむことができる。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・親の購買時間増大 ・ゲームの重要なポイントを店内などに設定することによってゲーム参加者の来店機会を増大(誘導) ・ゲーム内において広告をうつことも可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・キャラクターとのコラボレーションによる新たな街のブランド構築

別-1 都市サービスアイディアシート<3-2>

安心・見守り

サービス	どこで <Where>	誰に <who>	何を <what>	どのタイミングで <when>	どのように <how>	課題
はぐれない	<ul style="list-style-type: none"> 原則としてAB全域 主要場所にはお助けスポットを設置(声かけロボットや簡単な操作で子どもが保護者に連絡できる端末) 各所にカメラ、位置センサー設置 街の出入り口付近には対象者の出入りを検知するセンサー設置 	<ul style="list-style-type: none"> 親子連れ(主として小学生を想定) 高齢者連れ 障害者連れ(認知系) 	<ul style="list-style-type: none"> (インプット情報) <ul style="list-style-type: none"> 子ども等対象者の位置情報 子ども感情情報(脈拍や声のセンサーで検知あるいはお助けスポットで入力) 子どものやっていること(カメラ等で検知)(アウトプット情報) 上記情報を保護者の携帯等に送信(音声、映像) 単独での退出や異常な動き、急病の疑いがある場合は街の警備センターにも通知 	<ul style="list-style-type: none"> 子ども等対象者が困った時 保護者が知りたいとき 周りの人気が異常に気づいたとき(子どもが1人で泣いている等) 急病等緊急時 	<ul style="list-style-type: none"> 街の総合サービスとして管理会社が提供 子どものプレイスポット運営者や玩具メーカー等が協賛 ウェアラブル端末や通信型IDカードなどを来街時に貸し出し、帰るときに返却してもらう。リピーターには会員登録してもらい常時持つてもらう。 	<ul style="list-style-type: none"> センシング技術がどこまで進歩するか Pitapa等類似サービスとの連携 街中RPGゲーム等エンターテイメント性サービス要素との連動(端末共用、子供同士のコミュニケーション促進のしきけ) 地域通貨との連動(困っている人を助けるとポイント付与) 事故が発生した場合の責任
街中RPG	<ul style="list-style-type: none"> 一般の人が入ることができるスペース全体(例) お店の中 広場のあるスポット 人気がなくて困っているところ 誘導したい所(おもちゃ屋など) 	<ul style="list-style-type: none"> 「マジックアイテム」を持っている人(子どもや親) 	<ul style="list-style-type: none"> (インプット情報) <ul style="list-style-type: none"> アイテムを持っている情報 プレイヤーが向いている方向 プレイヤーのゲーム内の属性 プレイヤーの位置 プレイヤーの音声認識 現実空間内の家具やキャラクターの位置情報(アウトプット情報) マジックアイテム 3D映像 効果音 効果照明 	<ul style="list-style-type: none"> 色々なイベント発生時 ①アイテム接触または非接触(かざす)で「そこに来た」という証跡を残す =オリエンテリング的。記憶されてバーチャルに反映(インチキではなくちゃんとそこに行った) ②アイテムを用いて指向することで、「あれ?を指すことができる =Wiiリモコンのようなもの。対象の反応や、対象の情報が収集できたりする ③何らかの情報をアイテムから発することで、対象を反応させる =呪文データを持つアイテムのみに反応してキャラが現れるなど ④人間の発言内容(呪文・掛け声)に反応する =キャラと対話 	<ul style="list-style-type: none"> 基本的に子ども向けのアトラクション 大人と同じスペースを共用しながら、ウェアラブル端末を通して、バーチャルでリアルなゲームに参加できる プレイヤーは参加費を払って端末をレンタル(費用は、ゲーム内の広告費收入により、軽減する) 	<ul style="list-style-type: none"> 基本的に、アウトプットは、なんらかのゲーム端末になるが、たまに、実際の世界でのイベントも運動させる。 ゲームの中には、教育という観点も重視されるべきである。(謎解きゲームなど) あと、ゲームをやっている小学生とその周囲の人間との関係性スピードを必要とするゲームや戦闘系のゲームは難しいか。(宝探しゲームなど)

コンテクストアウエアなサービスを実空間で実現する。

※コンテクストアウエア:実空間の状況や環境をコンピュータに認識させる技術

サービス	特 徴	目的・メリット		
		利用者	テナント	開発事業者／街
コンテクストアウエア	<ul style="list-style-type: none"> ・自分たちの会話の中の話題に関連する詳細情報や関連情報が、壁やテーブルなどの周辺環境からさりげなく伝えられる。 ・会話(音声)の内容や文脈を認識し、それに関するweb情報等が提供されたり、雰囲気を醸成するための環境映像や音響、ライティングコントロールされる。 ・何らかのインターフェースにより取得した情報(属性や嗜好)や、特定の場所でセンシングされた会話などのキーワード情報をもとに情報発信するサービス 	<ul style="list-style-type: none"> ・楽しい ・インスピレーションが掻き立てられる ・話が盛り上がる。 ・効率的 	<ul style="list-style-type: none"> ・差別化を図れる ・ユーザーの状態にあった情報が発信できる ・より購入の可能性が高い客が来る→品揃え商品開発などマーケティング情報に 	<ul style="list-style-type: none"> ・テナントの満足度アップ ・まちのブランド向上 ・都市効率アップ ・テナントの売上増に寄与できる
リコメンド	<ul style="list-style-type: none"> ・訪れようとしている人が、事前に取得したキーワードやアクセスログなどの情報をもとに、より欲するだろう情報をリコメンドする。 			

別-1 都市サービスアイディアシート<4-2>

コンテクストアウェア

サービス	どこで <Where>	誰に <who>	何を <what>	どのタイミングで <when>	どのように <how>	課題
コンテクストアウェア ・リコメンド	・喫茶店(ITカフェ)、バー ・休憩コーナー ・広場 ・自宅	・より効率的に動きたい来訪者 ・出会いを期待している人 ・向学心のあるひと ・来訪予定者	(インプット情報) ・音声、話している内容、話題 ・属性情報 ・会話などのセンシング情報 (アウトプット情報) ・ITカフェの壁やテーブルに表示 ・専用ゾーンの壁やテーブルに表示 ・音響、ライティング ・おすすめランキング ・情報端末	・サービスを提供する場所、お店に入った時	・街、テナントが来訪者向けにサービスとして提供	・プライバシーの侵害 ・情報を取得する際のルール ・情報発信の方法 ・会話の趣旨に応じて、クローズドゾーンとオープンゾーンを設置

北梅田にオフィスがある人、もしくは仕事で北梅田を訪れる人に対するトータルビジネスサポートサービス

サービス	特徴	目的・メリット		
		利用者	テナント	開発事業者／街
バーチャル秘書	<ul style="list-style-type: none"> ・自分のスケジュール管理や庶務作業(例：目的地までの最適ルート案内、出張時のチケット手配)を行なったり、資料作成時に関連情報をWEB検索するなど業務のサポートもする ・ネット上や携帯端末の中に「自分だけの秘書(キャラクター)」がいる ・特に社外との打合せ、会合の日程調整などメンバーのスケジュールと調整して自動的に行う 	<ul style="list-style-type: none"> ・庶務的な作業の軽減化—業務の効率化 ・より個人の能力を生かした仕事、生産性の高い仕事に時間・労力を費やすこと—充実感、やりがいと働きがいの醸成 	<ul style="list-style-type: none"> ・庶務的な業務のためだけに派遣社員、アルバイト社員を雇わずに済む—人件費削減 ・社員の業務効率化、生産性アップと各自のやる気アップにつながる 	<ul style="list-style-type: none"> ・ビル全体もしくは区域一体にサービス提供する(付加価値)→入居率、賃料アップ ・オフィス、ワークタイムのサービス以外(例：いつでも学習、健康コンサルなど)と共通利用できるシステムにすれば、オフタイムも北梅田で過ごす提案(習い事、講演会、レストラン、ジム等)をして、区域全体の利用率アップにつなげることができる ・街の魅力アップ
共同会議室	<ul style="list-style-type: none"> ・限りなくリアルに近い超臨場感バーチャル環境で会議が行える。 ・例えば、東京の「秋葉原UDX」にも同環境を構築し、関西と東京間の遠隔会議拠点を形成する。 ・また、これまでリアルには無かった高度な同時通訳やユニバーサルデザイン、自動議事録作成、コンテクストウエア情報提供などの付加価値サービスを提供。 	<ul style="list-style-type: none"> ・東京出張費の削減が可能となる。 ・常に最新の設備が利用できる。 ・各種付加サービスにより庶務的な作業が軽減される—効率的な会議運営 ・時間外の利用も可能なので、社内外での打合せ、プレストにも自由に利用できる—業務の効率アップ 	<ul style="list-style-type: none"> ・周辺企業からの集客が増加する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・関西を代表する遠隔会議拠点としてのブランド向上 ・オフィス賃貸の付加価値として、入居率、賃料アップ ・24時間眠らない街、自由な働き方ができる街として魅力アップ
新たな出会い紹介システム	<ul style="list-style-type: none"> ・バーチャルな秘書に自分の専門知識や特技を登録しておくと、社内外を問わず、ナレッジやビジネス創造につながる人をマッチングしてくれる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・交流促進。特に、他社、異業種の人たちと知り合うことで事業のアイデアを得ることができる ・会社にも自分の知見を認めてもらうチャンスになる 	<ul style="list-style-type: none"> ・会社として社員に人脈創出、異業種交流の機会を提供することで、ビジネスの引合や商談につながり、会社の収益になる ・会社や個人の特技、専門知識をPRすることで知名度がアップし、会社の評価につながる 	<ul style="list-style-type: none"> ・オフィス賃貸の付加価値として、入居率、賃料アップ ・地域内でナレッジが交流促進されることで街の魅力アップにつながる ・新たな出会いによるビジネス機会の増加により、来訪者が増える
ロケーション管理	<ul style="list-style-type: none"> ・24時間いつでも簡単に入退室できるよう管理会社側で人のロケーション管理を行う 	<ul style="list-style-type: none"> ・業務に必要な相手(仕事上の報告/連絡/相談 関係者)の動態が分かり、関係者を探す手間や待ち時間といった些細な時間コストを省力化できる ・時間にとらわれずフレキシブルな勤務が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・社員の効率化、生産性アップにつながる ・社員のロケーションを管理することでセキュリティ強化につながる ・従業員(幹部)のロケーション管理ができるため、危機管理体制対応が容易になる ・使っていない会議室、フロアがあれば電源を消すなど省エネによる共益費の低減 	<ul style="list-style-type: none"> ・オフィス賃貸の付加価値として、入居率、賃料アップ ・ビル全体のセキュリティ強化(常勤者、訪問者、一般客の区別が出来る) ・入居者の責任者、管理者の居場所がわかるため、緊急時対応のスピードアップにつながる ・ビルの来訪者の動線を確認することができる ・省エネによる共益費低減をテナントにアピールできる
健康コンサル	<ul style="list-style-type: none"> ・机に座るとその人の健康状態が把握され、状況に応じた運動メニューや食事メニューなど健康コンサルを行ってくれる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・毎日仕事をしながら、自分の健康も無理なく気遣うことができる ・毎日忙しくても、近くのジムのおすすめプログラムや予約、日々の食事のアドバイスを受けることができ、自然と意識が高まる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・社員の健康サポートができる ・レストランやスポーツジム、リラクゼーション施設などは本サービスとタイアップしてビジネスマンの顧客を囲い込みできる 	<ul style="list-style-type: none"> ・オフィス賃貸の付加価値として、入居率、賃料アップ ・街全体のなかでオンラインの仕事からオフのリラクゼーション、食事等まで提供できる
どこでもオフィス感覚	<ul style="list-style-type: none"> ・北梅田にオフィスが無くても簡単な登録だけで、自社内のオフィス環境にいる感覚で仕事をすることができるスペース。(ITカフェやスポーツカフェの大型モニタを活用した会議スペースの提供) ・また、ベンチなどの公共空間でも通信環境、電源が供給され仕事ができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・発想アップ、気分転換 ・発想をすぐに電子化 ・移動時間、空き時間の有効活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな顧客層(ビジネスマン)の獲得。 ・ビジネスマン向けビジネスへの参入 ・平日、閑散期の有効活用(スポーツカフェなどイベントのない時間帯の有効活用) ・知名度アップ、活性化 ・広告、サービス告知 	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスマンの「ハブ拠点」として街をPRできる。 ・平日、閑散期の活性化
忙しい人のための学習サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・勉強や習い事をしたいけど時間がとれない人のための、好きな時に学習できるサービス ・学習メニューを登録すると、モバイル端末などに配信される。 ・TV電話機能を利用したリアルな学習もできる。(モバイルNOVA) 	<ul style="list-style-type: none"> ・時間に縛られず、時間を有効に活用して学習できる。 ・通学やお茶の間タイプよりも選択肢が広がる。 ・環境を変えての効果的な学習ができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・eラーニングサービス提供者にとって機会が増える ・集客 	<ul style="list-style-type: none"> ・テナント(企業)の集客 ・街での時間の過ごし方の選択肢が増え、多目的の家族を集客可能。
通訳	<ul style="list-style-type: none"> ・簡易な同時通訳システムにより、気軽に外国人と交流を深めることができます。 ・さらにコミュニケーションを深めることができる情報の提供。(相手国の名物や有名スポット、気の利いたギャグ、文化) 	<ul style="list-style-type: none"> ・言語の壁を越えて創造活動ができる ・他国についての情報収集が簡単になる 	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人への接客がうまくできる。 	グローバルな知的交流の実現

別-1 都市サービスアイディアシート<5-2>

ビジネスサポート

サービス	どこで <Where>	誰に <who>	何を <what>	どのタイミングで <when>	どのように <how>	課題
バーチャル秘書	・外出中(ソーシャルでも)は携帯電話の中に常に持ち歩いている ・着席中は自分のPCの中にいる ・ソーシャルのITツールでも利用可能 ・会議を欠席する時は代理出席する	・北梅田にオフィスがあるビジネスマン全員(ビル全体で導入、各会社のインフラネットを利用) ・特にいつも忙しくしているビジネスマン、外回りの多い営業マン	<INPUT> ・個人情報(会社が持つ社員の情報はすべて) ・スケジュール ・音声やPCで入力 <OUTPUT> ・音声での指示には音声で回答 ・指示に対する回答は即。(解決に時間をする場合は、その旨を即回答) ・スケジュールで次の予定があれば、先回りしてお知らせ。「そろそろ会議の時間ですよ」など。	・重要な打合せに遅刻しうなとき、かわりに出席(会議の発言、配布物から要旨を讀む事録にまとめてくれる) ・當時(依頼、指示→すぐに回答一さらに指示と双方向性があること)(日も含めて) ・何か行動を起こすとするととき(前)、出かけるとき、打合せ時、電話をかけるとき、かってきただき ・会議など予定期刻が近づいたとき ・業務幅狭、期限が迫っているとき	・開発事業者あるいはTMOなど街の共同管理者がサービス提供(例:ビルに入居すればもうなくついてくる) ・サービス自体は、本サービスの運営会社が実施	・社員の個人情報保護(ビル全体にサービス提供しても各社の社員情報は社外に出ないようにする) ・誰もが使いやすいスケジュール管理システムにどうやってするか
共同会議室	・貸会議室	・オフィススペース入居企業やテナント ・一時的に活用したいビジネスマン、学生など ・海外からの訪問客が多いor身体障害者など特別な機器対応が必要な会議が多い部門、企業	<input> ・外出先からでもいつでも予約ができる(例:バーチャル秘書を通じて) <output> ・会議のシチュエーションを伝えると、それに合った雰囲気の会議室を用意	・東京で会議がある時 ・大きな講演会開催時	・開発事業者がテナントにサービス提供する ・社内のインフラネットと連動したシステムで、参加メンバーを指定すれば日程調整もする ・身体障害者のためのツールの整備	・設備更改費用をどのように負担するか ・会議室スペースをどこが負担するか ・個々の企業とインフラネットとして結ぶ場合のセキュリティ対策(認証等)
新たな出会い紹介システム	・ITカフェや共同会議室スペースで新たな出会いを提供する ・新規プロジェクトの職場 ・モニターを必要とする職場	・北梅田にオフィスがあるビジネスマン ・来訪者(ビジネスマン) ・新たな発想を要する人 ・消費者等、利用者の意見やアドバイスを要する人	<input> ・社員が自ら携わっているプロジェクトや過去のプロジェクトでの知見・人脈 ・特技や専門知識 ・必要とする情報 <output> ・システムの情報で照合した結果を表示	・當時(仕事中、休憩中いつでも) ・やや漠然とした検索状態の時でも、仕事上の課題を達成する上で、必要な情報・専門知識・能力/コスト/品質…をもった法人・個人を抽出したいとき(とにかく的な機会を提供する)	・キーワードを入力すると、それに関わっている社内、社外の人が出てくる ・社外の人を選択すると、その人宛に質問や相談のメールを発信できる(相手のアドレスは秘匿) ・行政のビジネスマッチングの仕組みで運用	・個人情報保護 ・バーチャル型ネットワークロボットの開発 ・実際の対面、ネット上でのバーチャルな出会いなど、さまざまな形態にどう対応するか(トラブル対応を含む) ・システムだけでなく、コーディネータがいたほうが活発に交流するが、コストがかかる(誰が支出するか)
ロケーション管理	・WEB上でのマッピング(裏に属性などのデータベースがある) ・案内掲示板 ・出会い系専用ブース	・北梅田にオフィスがあるビジネスマン ・決済を緊急にとりたい人 ・顧客に対し迅速に対応したい人 <オプション> ・来訪者へ入館証や会員証としてタグを携帯させることで、来訪者の館内動線把握が可能	<input> ・個の位置情報 ・従業員のRFIDタグ等 ・タグは、入退室カードや携帯端末(電話も可能)と連携(内蔵し、常時携帯必須となる仕組みとする。 <output> ・テナント関係者がPC等にて、従業員の位置把握、および呼び出し可能。 ・決済を取る際に事前にWEBで操作すると各ラインの決済者に決済用のアホ申し入れメールが自動的に発信される。 ・ビル警備関係	・常時(24時間) ・緊急、非常事態発生時、セキュリティ確保したい時 ・仕事上の報告/連絡/相談 関係者の状況を知りたい時 ・省エネを促進したいとき(人がいないフロア、部屋の省エネ推進)	・開発事業者がテナントにサービス提供する ・RFID、監視カメラ(ロボット)、動線チェックなどの管理システム ・省エネを実現するビルオートメーションシステム ・高度な緊急通報システム	・プライバシー保護(どの部分までロケーション管理するのが妥当なのか線引きが難しい) ・管理した情報をどんな時にどこまで開示するか、ビル全体で導入する(一企業の監視カメラではないため、判断者を誰にするのか難しい) ・リアルタイムロケーション管理システム(アンコンシャス型ネットワークロボット)
健康コンサル	・WEB、Eメール上でのコンサルサービス ・コンサル専用ブース	・北梅田でオフィスがあるビジネスマン ・カロリーを気にする人 ・女性や高齢者、管理職、残業の多い人、太り気味の人 ・運動をしたいけど、どんなエクササイズがよいか迷っている人	<input> ・健康情報 <output> ・メニュー選択プレートが表示 ・血糖値や血压の表示により、カロリーオーバーやカロリー計算が出来る ・おすすめメニュー(料理のレシピ)の表示 ・食事指導、運動指導	・朝、出勤したとき、自分の机のイスに座った時(服のうえからセンシング) ・昼食時、社員食堂のイスに座った時 ・就業後 ・休日前(休日の間のメニューや料理のレシピを出す)	・腕をオフィスの中にある機器に入れると、すぐに血圧、血糖値、皮下脂肪が分かる ・カロリーを適正に握りながら運動ができるよう、個人の状況に応じたメニューがパソコンに表示される ・自分のデスクに座ると服の上から体の状況をセンシングする	・個人情報保護
どこでもオフィス感覚	・ITカフェやレストラン、ホテルやホールなどのロビー ・広場のベンチ ・ビルの屋上 ・休憩所、待合室 ・空き会議室	・仕事を訪れたビジネスマン(海外のビジネスマン含む) ・北梅田に関係する学生や研究者 ・事務所を持たないベンチャー起業家 ・近隣のビジネスマン	(In) ・簡易なID、PW ・必要なアイテム(電源、通信環境、AP、プリンタ) ・利用時間 (Out) ・電源供給、スペース確保 ・通信環境の提供(無線) ・照明・音響	・仕事をしたい時(即時/予約) ・出張で訪れた時 ・定期的会合、会議開催時	(カフェ/レストラン) ・代金込みか別途徴収 (開発事業者) ・地域マナーで回収 ・会費制	・無線LAN環境 ・環境整備、管理要員、保安要員の確保 ・共通基盤の構築 ・情報漏えい等セキュリティへの配慮 ・共同会議室との連携
忙しい人のための学習サービス	・専用スペース ・店内 ・屋外(公園、広場等) ・ビル内公共スペース	・北梅田で働くビジネスマン、研究者 ・学生 ・主婦 ・フリーター	(In) ・年齢、性別 ・関心のある学習ジャンル ・学習期間／金額 ・個人か組織か (Out) ・学習メニューの一覧 ・動画での内容紹介 ・自宅のTV、PC ・携帯・カーナビ	・要求すればいつでも ・自宅で学習したい時 ・暇なとき(電車の中)	・学習コンテンツを流通(販売)するモデル ・大学、塾などの入学会、授業料	・料金の徴収方法
通訳	・ITカフェ ・インフォメーションセンター ・店の中(店員向け)	・海外から来た観光客、ビジネスマン ・翻訳辞書を持っている人 ・サービスを提供する人、店	(In) ・文字、音声 (Out) ・文字、音声 ・外延情報	・外国人との会話中 ・外国人が訪れてきた時	・地域振興策として国や府、市の予算を利用 ・利用料金制	・個人認証と情報保護 ・ATRなどの音声認識技術、翻訳技術の活用