

第5回 国際VRシンポジウム  
特別講演 6 14:40-15:00

# 3Dマーケティングの活用

アンビエントメディア代表  
コンテンツサービスプロデューサー  
町田 聡  
msat\_machida@yahoo.co.jp

2011/11/16

AmbientMedia

# 本日のアジェンダ

---

1. 3Dマーケットの全体像
2. 3Dマーケティングの活用事例

# 本日の参考資料



## 「3Dマーケティングがビジネスを変える」

3D映像/3Dデータ/メタバース/AR/位置情報

2011年05月11日

翔泳社

価格: ¥1,890

渡辺昌宏(著), 町田聡(著), 箱田雅彦(著)

### ■対象読者

- ・3D製品の企画開発、販売のマーケティング担当者
- ・製品のアピールに3Dを使いたいマーケティング担当者
- ・3D映像を自ら制作するクリエイティブ担当者



# 3Dマーケットの全体像

---

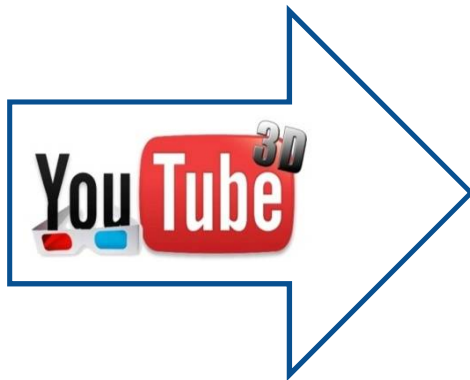
# 3Dマーケットの広がり

## 1. 3Dの中では一番歴史が古い

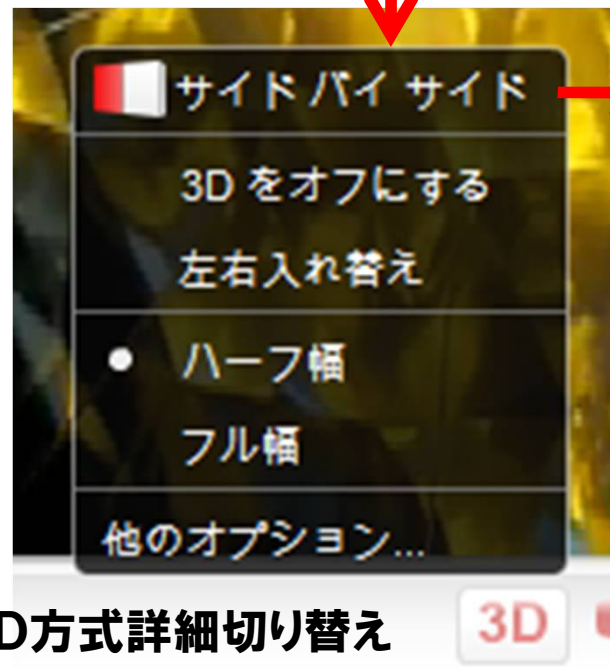
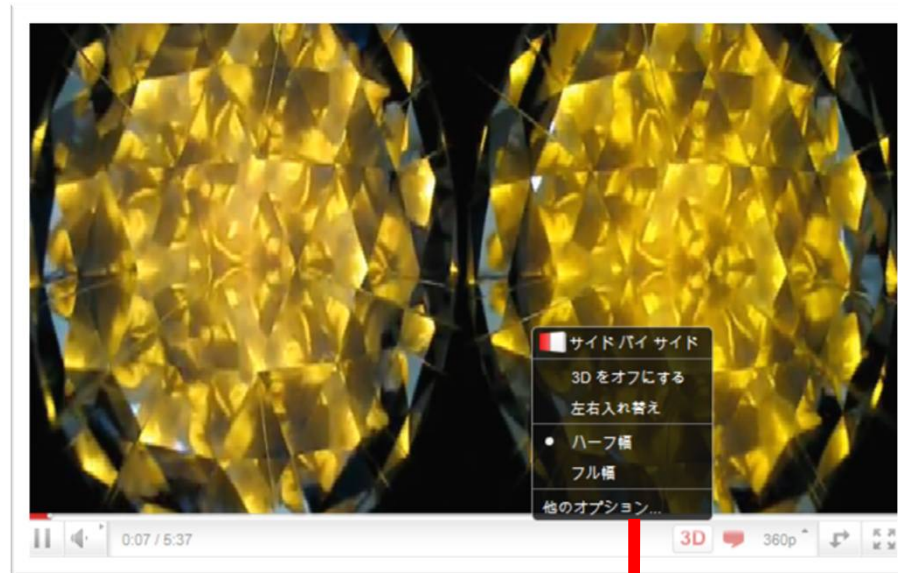


**3D映像**

# 3D CGM(利用者メディア)の台頭



- Youtubeのプレーヤーは3D対応
- 「3D ボタン」がついている
- yt3D というタグを付けてアップロードするとつく機能



3D方式詳細切り替え

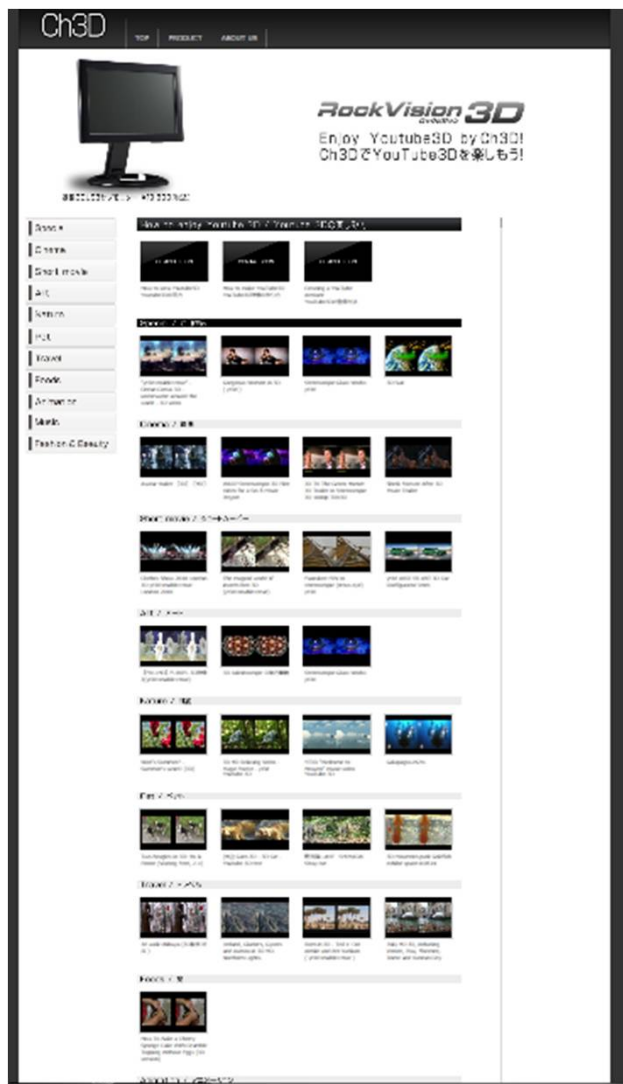
Copyright



3D方式選択

# 3D CGM(利用者メディア)の台頭

## ■ Youtubeの3D作品のセレクトサイト Ch3d.jp

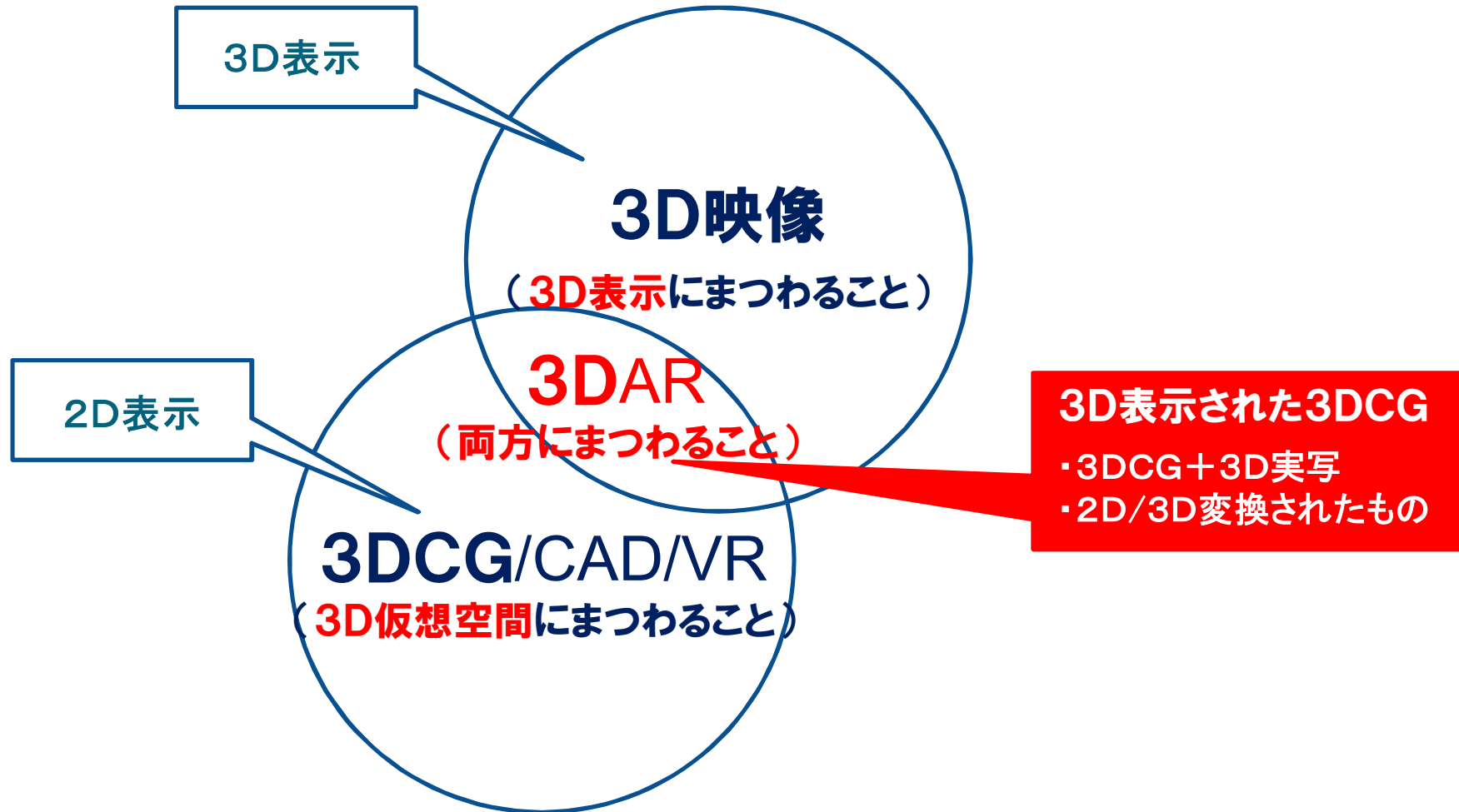


Youtubeで3D作品を検索しても、アナグリフや、インターレースなどの固定表示のものが混在しており、[3D]切り替えに対応していない場合も多い。

Ch3Dサイトでは、[3D]切り替えができて、しかも厳選されたセレクト作品を手軽にみることができるので便利。

# 3Dマーケットの広がり

## 2. そこに3DCGが加わると…3DARのマーケットが生まれる

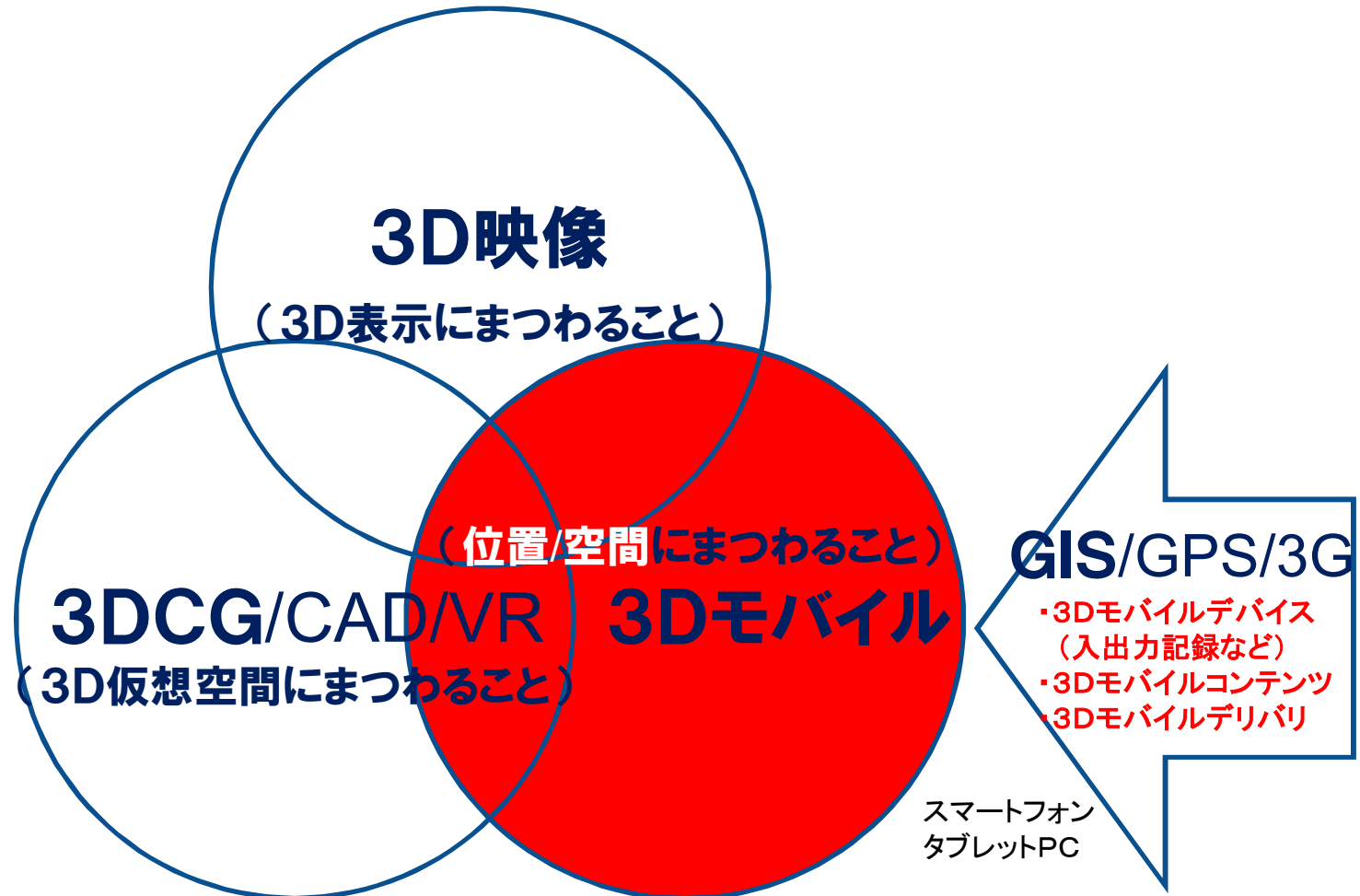




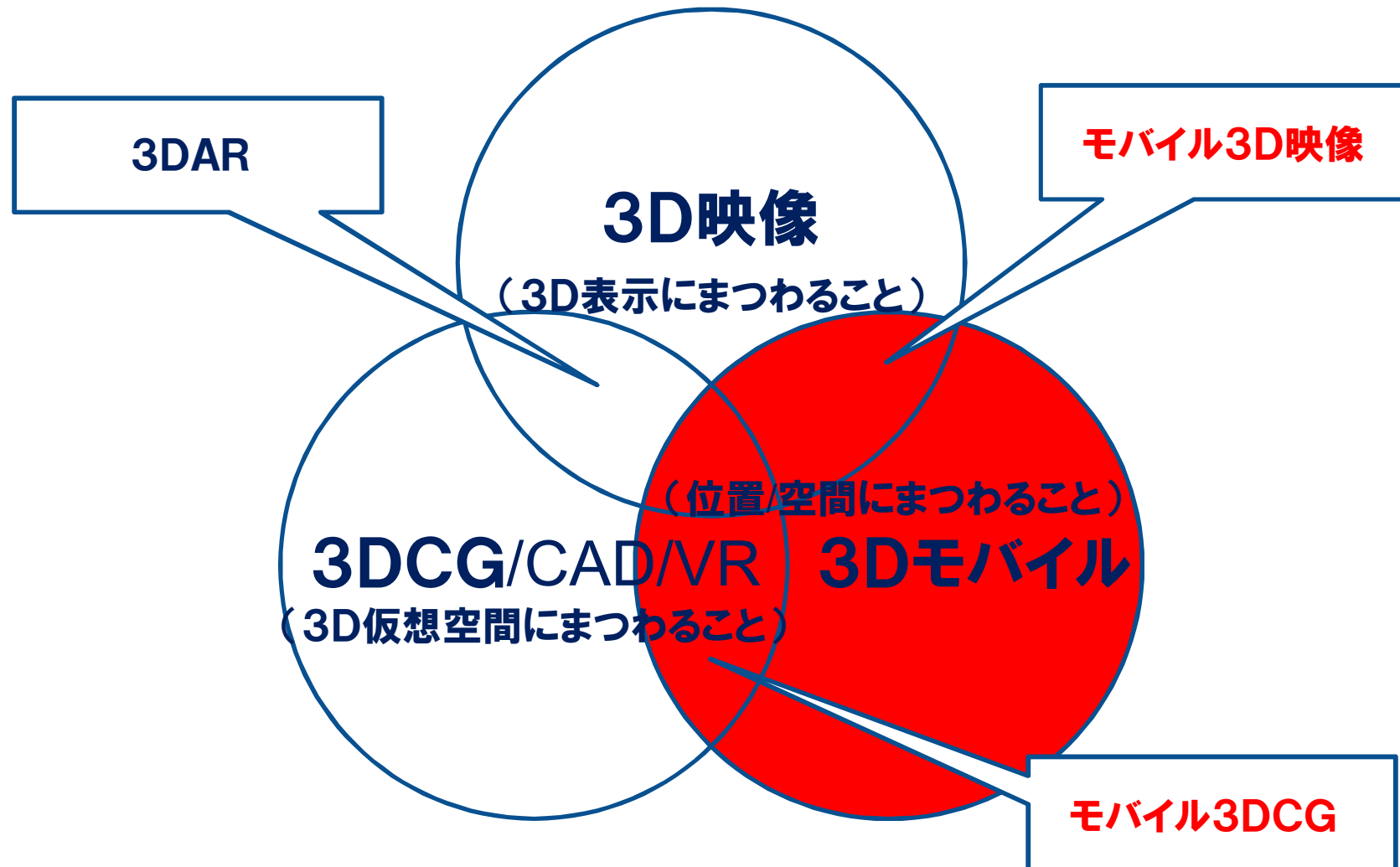
# 3Dマーケットの広がり

## 3. そこに新たな3Dの本命が登場！

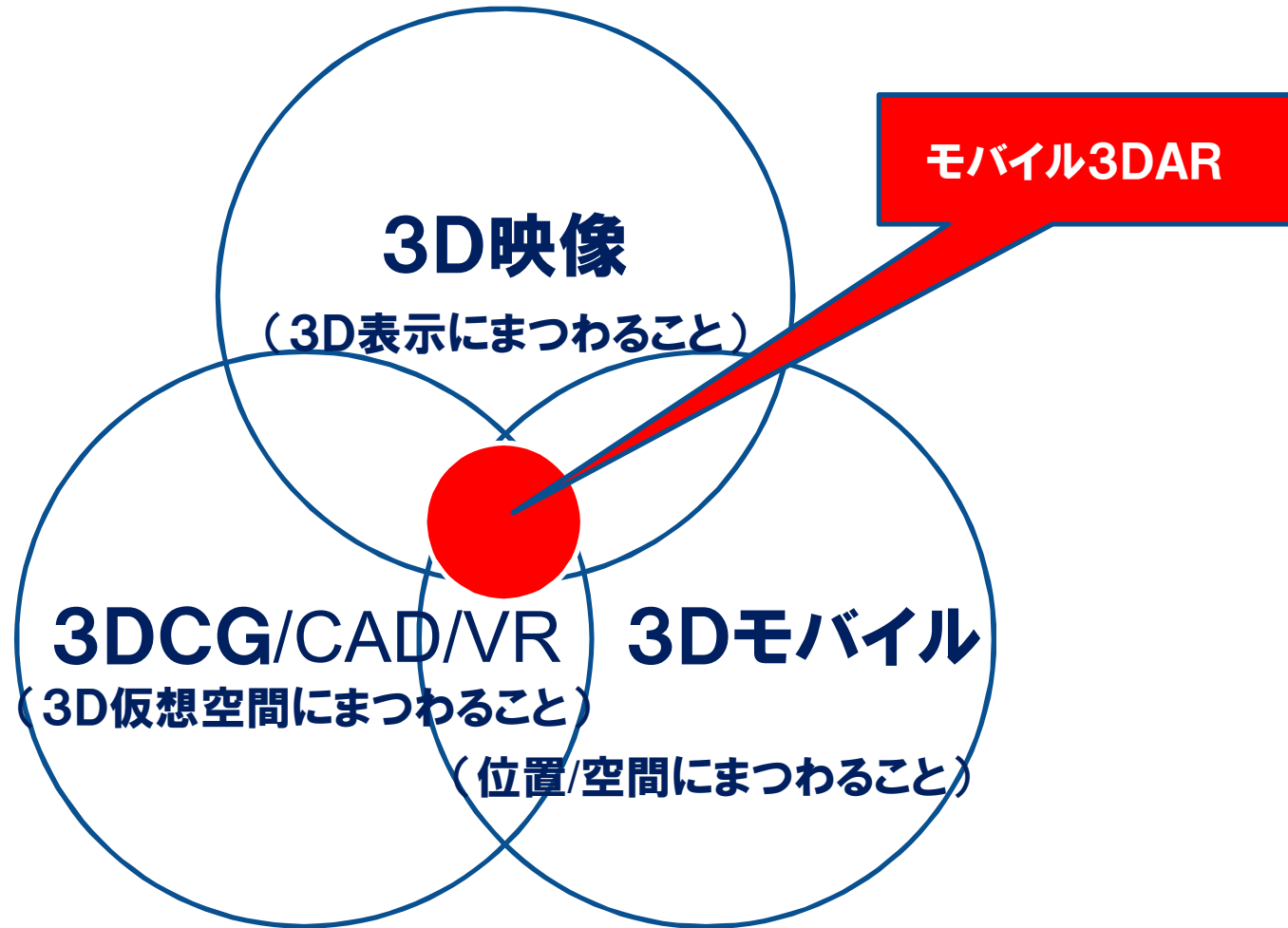
GISとGPSが一体となることで、生活に溶け込み、お金のにおいがしてきた。



# 3Dマーケットの広がり



# 3Dマーケットの広がり



# 将来の3Dマーケットの全貌

相乗効果含めて、**全部が3D!**



# 3Dマーケティングの活用事例

---

～ デジタルサイネージへのフォーカス ～

## デジタルサイネージは総称です

- 電子看板
  - 大型テレビ(ビジョン)
  - 電子POP
  - 案内・情報提供システム
  - 集客システム
- ・・・ など個々の役割は異なる

**求められる機能を  
「しくみ」化する必要あり。**

# デジタルサイネージの目的分類

## デジタルサイネージの利用目的分類

- |                |                          |
|----------------|--------------------------|
| 1. ブランディング     | : 特定の印象を持たせることで差別化をはかる目的 |
| 2. セールスプロモーション | : 販売を促進する目的              |
| 3. アドタイジング     | : 広告主の宣伝を流す目的            |
| 4. インフォメーション   | : 情報を提供する目的(災害情報含む)      |
| 5. アンビエント      | : 映像を環境の一部として使用する目的      |

※これらの利用目的は得たい成果により単独あるいは複合的に利用することで、その効果を最大限に発揮することができる。

# 3DARの活用事例

## ■ 知育玩具の店頭プロモーション事例（リブロック）

- ブロック玩具の箱をカメラにかざすと3Dで組み立ての様相が分かる
- 関西の喜久屋書店5店舗の店頭で実施
- 週末に親子で楽しむケースが多く、来場促進になっている



(C)ブックローン

「3Dマーケティングがビジネスを変える」より引用



# 3Dプロジェクションマッピングの活用事例

- 商業施設での集客事例（川崎チネチッタ）
  - ハロウィンの集客施策として実施
  - 敷地内に大型プロジェクターで投影



2011(c) antymark

# 3Dプロジェクションマッピングの活用事例

## ■ 3Dレーザースキャナの活用



## ■ 3D模型による投影シミュレーション





# 3Dプロジェクションマッピングの活用事例

## 1. イベント集客

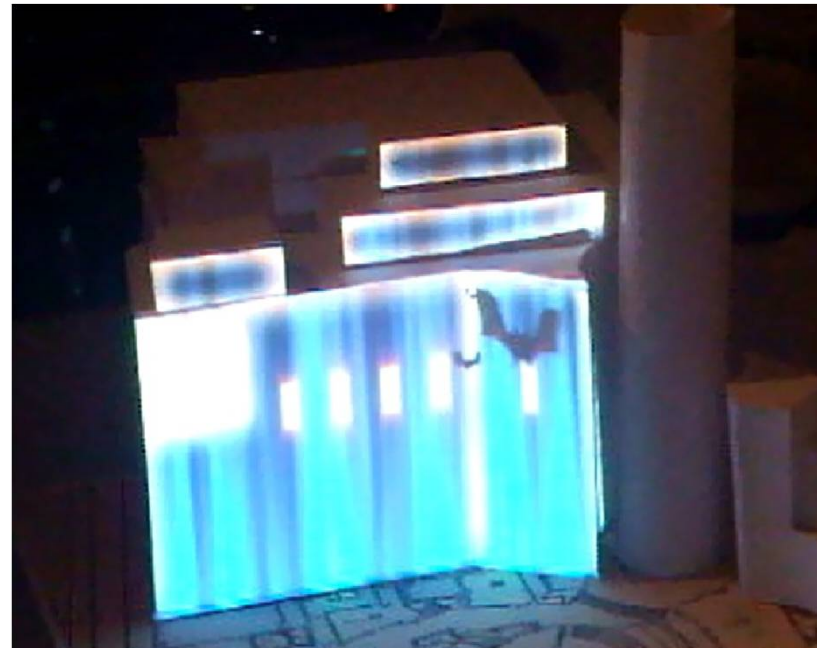
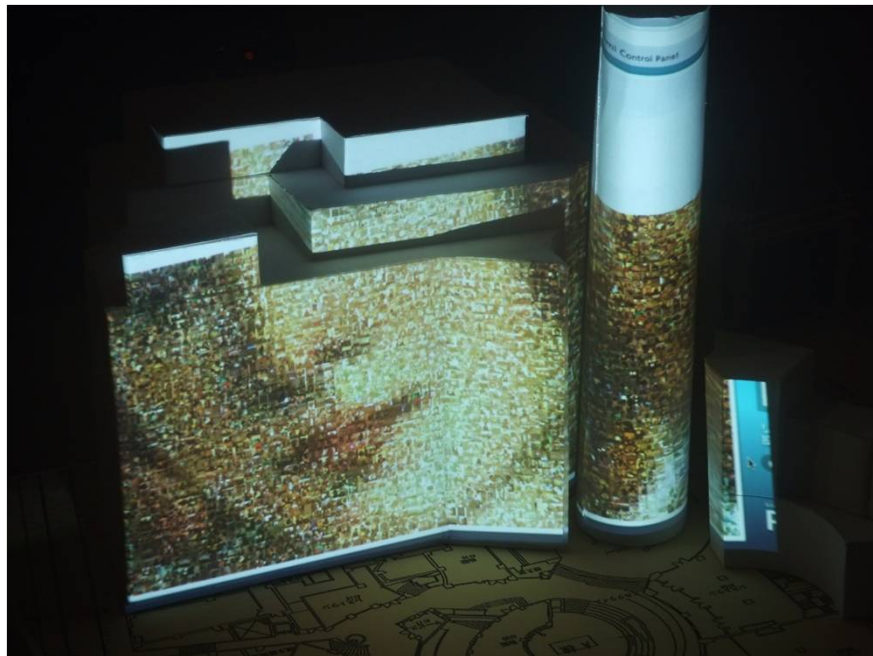
地域や施設への集客、広告・宣伝

## 2. 観光資源

地域の活性化

## 3. 建築と映像の融合

ファサードを変更することができる → メディアファサード



## まとめ

- **3D体験は人間の欲求として存在している、したがって感性マーケティングを活用して、キャズムは超えられる！**
- **3D映像、3DCG、3Dモバイルを組み合わせることで、さらなる、3Dマーケットの拡張が可能**
- **個々の3Dメディアの特質を理解した上で活用することが重要。メディア特性の理解なくして成功なし！**

We Integrate New Ambient World

**AmbientMedia**

## **CONTACT**

**3D/AR/ MOBILE MEDIA / DIGITAL SIGNAGE / PROJECTION MAPPING**

**Produce & Consulting**

**[msat\\_machida@yahoo.co.jp](mailto:msat_machida@yahoo.co.jp)**