

表題：第 30 回 DSC 勉強会	
日時： 2010/2/10(水) 16:30～18:00	場所： 慶応義塾大学三田キャンパス西校舎ホール
<p><b>1. 事務局連絡 石戸</b> 開会挨拶（配布資料の案内）</p> <p><b>2. 各部部会からの報告</b></p> <p><b>2-1. システム部会</b></p> <p>1. 1月21日に第21回部会を実施。未来のサイネージの絵コンテンツについて議論 2. 3つのシーンを例にあげて未来のサイネージを説明。 ：パーソナライズされたサイネージ 安心安全関連のサイネージ エンターテインメントサイネージ</p> <p><b>2-2. 指標部会</b></p> <p>1. 2月5日に部会を開催 2. 渋谷エリアの飲食店を対象にして実証実験の計画 場所：Space Shower the Dinner、渋谷109 方法：外側・内部にサイネージを設置して実証実験 日程（外側）：3/14～20（1期）、3/21～28（2期）</p> <p><b>2-3. ロケーション部会</b></p> <p>1. 秋葉原WG：昨年の実証実験結果の分析 六本木WG：デジタルサイネージの使用法の一般公募 ロケーションDB WG：ロケーションDBの開発 2. 秋葉原実証実験の結果 ロケーション認識度 ：既存媒体のJR駅の改札の外にある柱のディスプレイが30%前後でトップ 効果：女性や若層に効果的・土曜日のほうに特に効果的</p> <p><b>2-4. プロダクション部会</b></p> <p>1. 1月28日の14回部会を開催 2. 第3回の著作権WS：映画の著作物とその権利（3月10日実施）</p>	

### 3. ゲストプレゼンテーション

#### 3-1. 川井拓也 様 (デジタルハリウッド大学院 アンビエントメディアラブ専任教授)

“ホームサイネージ アンビエントメディアの時代”

##### ・アンビエントメディアは何か？

：今までのメディアはキーボードなどを通じてユーザーが入力する方式で、アンビエントメディアはその次のメディア。

「操作しないのに動作している」

「しかもインテリジェントに」

##### ・アンビエントメディアの兆候

ーアンビエントメディアの代表的な例：ソフトバンクの「Photo Vision」。SONY や SANYO のデジタルフォトフレーム・「chumby」・「dash」

ー特注な例：SONY の「Rollly」「ナバズタグ」。将来にはロボット的に変わると予想されている。

ー「ANOBAR」：LED の装置を利用してテレビなどのメディアについてテキストで情報を転送

「iPad」：21 世紀の大学のノートになる可能性。高齢者向けのパソコンで活用可能（アプリケーションの追加や削除が便利・シングルタスク）。家に置くときにはデジタルフォトフレームとして活用可能（パソコンではなくデジタルフォトフレーム市場を代替）。

##### ・アンビエントメディアの提案

「LifeSlice」：首にかけるカメラが 5 分ごとに日常を撮影。インターバル撮影で写真 1 枚ではなく全体が価値を持つ。

「Howdy?」：フォトフレーム型のカメラ。写真を撮っている人と撮られる対象と一緒に撮影される。

「Generation Photo Frame」：独立した 4 つの小さなディスプレイで構成され、自分・親・祖父母の写真を入れる。Flickr・Picasa などのウェブ写真ストレージと繋がる。写真のデジタル情報を活用してフレームの中の全員が若くなったり、時間帯を変更することも可能。

「WiFi 内蔵テレビリモコン」：「祭りボタン」を押すと、2ch・Twitter など一番盛り上がっているテーマを見ることができる。

「ニュース鳩」：鳩時計がニュース・Twitter・カレンダーなどを話してくれる。

##### ・アンビエントメディアの居場所

：リビングルーム・ベッソルーム・冷蔵庫などの家電・玄関・トイレなど

#### 3-2. 江口靖二 様 (デジタルサイネージコンソーシアム常務理事)

“CES2010 トレンドと通信・放送・デジタルサイネージへの影響”

・SONY のプレスカンファレンスを USTREAM で中継。

・SONY の「bloggie」：Full HD CAM が 169 ドル

・「Boxee」 (<http://www.boxee.tv>)：オンライン上にある全てのコンテンツをテレビ的に視聴で

きるアプリケーション。Hulu, You Tube, Flickr, Facebook など。デバイスの Boxee Box を販売。

- ・「Light Touch」：壁をインタフェースとして活用できる
- ・カシオのデジタルアートフレーム
  
- ・デジタルフォトフレームが売れる理由：ケータイやデジカメの普及・高画質化などで写真をプリントしなくてデジタルで保存する場合が増加
- ・スタンドアロン型のデジタルフォトフレームの限界：自分の撮った写真しか見られない
- ・二つの方向性：家庭内の新しい情報端末・業務用の簡易なデジタルサイネージ
  
- ・「Framechannel」（家庭用）：デジタルフォトフレーム用コンテンツ配信プラットフォーム。コンテンツだけではなく編成まで。
- ・「Signchannel」（サイネージ用）：サイネージ用コンテンツ配信プラットフォーム。

#### 4. 事務局連絡 石戸

諸連絡

以上