

I M G S R C

2017.8.22

I M G S R C

東京と上海を拠点とする株式会社イメージソースは、1998年の設立以来、ウェブ制作を中心にデザイン、システム開発、企画コンサルティング、新規ビジネスモデルの開発を手がけ、業界をリードしてきました。

モバイルアプリやインタラクティブインスタレーション、デジタルサイネージの分野でも実績を挙げており、それらのメディアを駆使した企画とデザインを得意とします。これまでの経験や知見、技術を用いて、今までにない新たなクリエイティブ・カンパニーであることを常に目標としています。

www.imgsrc.co.jp

IMG SRCが知る3つのデザイン

1: コミュニケーションデザインを知る。

オンライン、オフラインのコミュニケーションを設計しメディアにあった情報をデザインします。
いま、エンドユーザーがどのように情報を受け取るのか？
そのデバイスは何か？を把握し、
その時代にあったメディアとデバイスを選定し情報のプロットを考えます。

2: テクノロジーデザインを知る。

常に新しいテクノロジーのリサーチをしています。
その中から少し先の時代に求められるテクノロジーを選びデベロップすることで新たな仕事へのフィジビリティ、レスポンスを高めます。

3: 体験デザインを知る。

テクノロジーとコミュニケーションで新しい体験をデザインします。
その体験がひとからひとへ伝わるストーリー設計により価値ある感動体験へと高めます。

NON-GRID

2000年設立。ファッション、エンターテイメントを中心に様々な分野でのデザイン制作を得意とするノングリッドは、既存の枠組みを飛び越え、常に自由な冒険、自由な遊び、自由な研究に取り組んでいます。2013年からは、クリエイターマネジメントをスタート。今までにない新たなビジュアルコミュニケーションを創造していきます。

<http://non-grid.com>

S2 Factory

S2ファクトリーは、株式会社イメージソースのシステム部門として、また、2007年からはグループ会社として、ネットワークやインフラの構築、Webアプリケーションの開発、システム開発などを行ってきました。その経験は15年以上に渡っており、小規模なものから大規模なものまで様々なタイプを扱っています。その間に蓄積した経験・知識・技術を生かし、お客様ごとに最適なプランを抜群の信頼性ととも提供します。

<https://www.s2factory.co.jp>

Glico 自享其乐 Real Time Mosaic Selfie



2015年6月、上海市の中心部にあるショッピングモール「来福士」にて開催されたグリコのイベント「自享其乐」の体験型インスタレーションの企画と製作を担当。お菓子で人々を笑顔にすることをグリコらしく表現するために、実寸のポッキー箱型模型1344個にモーターを取り付け、その動く角度でユーザーの顔の映像をリアルタイムに表示する巨大ディスプレイを開発しました。

撮影ブースも設置し、自分自身が代言人(イメージキャラクター)となり箱に印刷された特製ポッキーがもらえる仕組みも作成。イベントは当初の予想を超える集客となり、多くの人々が笑顔になるイベントとなりました。

また、11月5～11日にはポッキーの日(11/11)に合わせ、北京市の中心部にある東方新天地においても同様のキャンペーンを展開し、こちらも大きな盛り上がりを見せました。

Subject

- ・疑似商品が出回る中国において、オリジナルポッキーのブランド力を向上させる
- ・誰も見たこともないようなデジタルインスタレーションを実現させる

Planning

Installation

- ・これまでに中国では誰も見たこともないであろう「巨大なキネティックアート」によるインスタレーションでインパクトを与える。
- ・1344個のポッキーの箱を使って、リアルタイムに自分の顔のモザイク画を表示できる巨大な装置を開発。
- ・自分の顔が印刷されたポッキー箱を作成できる、インタラクティブサイネージのコンテンツを開発。

Online

- ・セルフィーを撮影したあと、微信(Wechat)にそれを投稿してもらい、その投稿した画面を受付で見せると、ポッキーが一箱もらえるという体験フローを設計。
- ・イベント開始の翌日には、イベントの記録映像(Youku上で公開)が掲載された記事が、10社以上の中国の主要なWEBメディアで紹介。また、Youkuの「注目動画」にピックアップしてもらうことで、さらに多くの再生数を獲得。

Production

- ・1344個のポッキー箱の傾きを制御するハード/ソフト開発
多くのサーバを制御していた為、反応に個体差がありましたがプログラム上で検証を行い反応速度を向上させた。
- ・インタラクティブサイネージによる撮影→ポッキー箱への印刷システム開発
グリーンバック背景で撮影～合成を行いました。自動にマスク処理を行う為に照明を固定しトライ&エラーを繰り返した事で当日円滑に進行。

Result

- ・Youkuにアップした記録映像の再生数が205万再生を超えた
- ・イベントの記事が、Weiboの「人気のトピック」TOP5にランクイン
- ・中国での主要な広告アワードを受賞
中国国際広告祭 / 長城賞 OOH 部門 銅賞
中国 4A 広告賞 / Creative technology 部門 銀賞
OOH 部門 銅賞

Death Note



2015年7月に放映されたドラマ版デスノートのインタラクティブサイン。渋谷駅玉川改札のサインージジャックに伴い、その中の2面をインタラクティブ化。サインージの前に立つと、ユーザーの顔を検出して自動的にコンテンツがスタート。L(山崎賢人)はユーザーをプロフィールし、夜神月(窪田正孝)はユーザーの似顔絵を描く。顔認識はNECのエンジンを使用し、年齢・性別を推定。横顔での検出が可能のため、サインージを直視したままコンテンツを開始することが可能。ドラマのニュースが炎上する中、絶えず行列ができるほどの盛況で、実施7日間で延べ1万人以上が体験。SNSを通じ、130万人以上にリーチした。



Death Note Digital Singnage

29th Jun - 5th July, 2015

Subject

- ・原作の設定を変えるなど、ネガティブな情報が飛び交う中、ドラマの魅力を正面から伝えたい
- ・通常のOOHではなく、ユーザー参加のサイネージを導入し、ネット上で好印象な話題を拡散させたい

Planning

Installation

登場人物「キラ(夜神月)」と「L」の特性を活かし、遊び心を加えたインスタレーションを提案。
キラはユーザーを見るとノートに何かを書き始め、Lは分析を開始…。最後にクスッと笑えるオチのあるコンテンツとし、SNSでの拡散を狙い、体験しながらスマホで撮影することを意識したコンテンツ作りを意識した。

Face Analyze

ユーザーの「顔」を認識させプロフィールや似顔絵生成などを行うことで、俳優と実際に絡んだような参加感や自分ごと感を向上するのではないかと仮定し、技術的な裏取りなどを行いながら提案を行った。

顔認識を用いることで、タッチパネルなどの物理的なUIを介さず「サイネージを見たらコンテンツ開始」するようなハンズフリーの設計が可能になり、インタラクティブなOOHとしてのUXが向上。

Production

- ・タレントコンテンツとして、ファンがより楽しめるような内容を精査。
- ・いくつかある顔認証エンジンの中から当コンテンツに最適なものを採用。
- ・似顔絵を合成する箇所では、ARマーカーを使った撮影を実施。

Result

ドラマのネガティブな評判とは逆に、連日行列が止まないほどの集客があり、1週間の実施で述べ体験者は1万人以上、Twitterでのリーチは130万人を計測。
初回視聴率は同時期の民放ドラマの中で最高値を記録した。

PANTENE Face Vending Machine



高精度で顔写真から個人を認証できる「顔認証」技術を取り入れた、世界初のサイネージ付き自動販売機。「髪がキレイになれば、前を向ける。」というパンテーンの新ブランドメッセージ訴求のため、「髪がキレイになったら実現したいこと」という“前向き宣言”を募集。参加・登録した人がこの自動販売機の前に立つと、自分の名前とアバター、前向き宣言がプリントされたオリジナルパンテーンボトルがプレゼントされ、参加者のSNSにも前向き宣言が投稿されるという企画。2014年2月、新宿ステーションスクエアで行われたイベントでは、自分のアバターと前向き宣言が巨大なALTAビジョンに登場するというサブライズ体験も提供。2014年4月に協賛出展したガールズアワード2014では、鏡の前で新発売のヘアオイル体験をしていると、その中に自分のアバターが現れ、ヘアオイルのアドバイスをくれるという演出で展開された。

PANTENE PRO-V 

WORKS

Subject

- ・「MAEMUKI宣言」をより自分ごと化できるようなイベント向けサイネージ
- ・WebAPI型顔認証技術「face_in」の実証実験

Planning

Installation

- ・自分の名前や髪の状態をわかってくれるサイネージから、自分だけのプレゼントをゲットできる
- ・「MAEMUKI宣言」の入力と顔写真の登録など、事前登録作業を自然に行うオペレーションフロー
- ・「サプライズ」がSNSシェアに直結するという仮定に基づき、様々なサプライズを仕掛ける

Face Certification

- ・顔認証WebAPI「face_in」の実証実験も兼ねた、世界初の「顔認証サイネージ」の実現
- ・「ALTAビジョン」との連動や「ミラーサイネージ」の採用など、新しいメディアを取り入れたサプライズ演出

Production

- ・新宿ALTAの巨大サイネージに自分のアバターが登場するサプライズ体験
- ・鏡を見ながら製品を試用していると、鏡の中から自分のアバターが登場する「ミラーサイネージ」を採用

Result

- ・数々のサプライズを仕掛け、体験した女性たちには高評価を得た。
- ・顔認証WebAPI「face_in」の実証実験としての成果も上々。