

「ホワイトスペース特区」

## エンタテインメントコンテンツを活用したエリアメディア化構想

ご説明資料

2011年2月4日

BOARDWALK

✳ Need Some Fun?

(株)ボードウォーク

## 当社は(株)電通と(株)NTTドコモ等が出資した合併企業です。

■所在地 東京都渋谷区渋谷一丁目4番2号

■株主 電通、電通国際情報サービス、NTTドコモ

■代表取締役 市川晃(電通より出向)

■設立 2010年5月27日

■会社URL <http://boardwalk-inc.jp/index.html>

電子チケットサービスを中心に、

「携帯電話」を活用して、アーティストとファンの距離を短くすること  
して、広くすること

そのためのプラットフォームサービスを提供します。

### 当社提供サービス



チケット販売・発券入場プラットフォーム



デジタルコンテンツ配信プラットフォーム



Eコマースプラットフォーム



情報ポータルプラットフォーム

#### 【取扱実績】

氷室恭介2010-11ツアー、安室奈美恵2011ツアー、宇多田ヒカルコンサート、少女時代、Shinee、SMタウン、東京ガールズコレクション  
アミューズハンサムライブ、BENI等

①携帯電話の  
チケット化



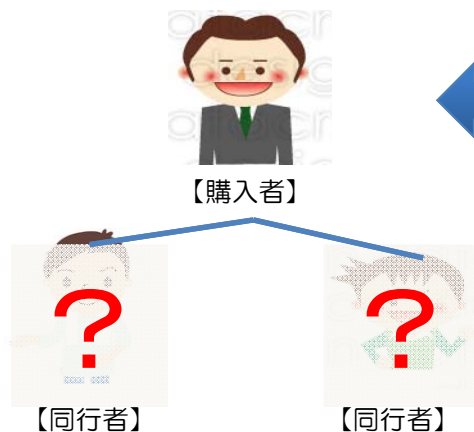
携帯電話でチケット申込み

チケットデータを  
ダウンロードすることで、  
ケータイがチケットそのものに

電車の改札のように、  
イベント会場へ入場  
できるようになります。

②顧客の  
最大化

従来のプレイガイドでは  
申込者の情報しか分からない・・・



ticket board を利用すると  
電子チケットを分配・分配された人は会員登録を  
するので、ライブに参加したすべての顧客情報が  
取得可能



## 概要

各イベント会場で実施されるコンサートを主コンテンツとして、その映像をエリアワンセグ+ネットワークにより広範囲に配信。  
映像視聴を目的とした地域への客の誘引と、エリア全体をメディア化する事で新しいコミュニティを構築。  
そのエリアコミュニティを活用した新しいビジネスを目指す。

## サービスイメージ図



概要

音楽(エンタメ)コンテンツをきっかけとして街に来訪するコミュニティを活用した以下ビジネスを実施

モデル詳細

(1) コンテンツ視聴をトリガーとした物販、アフィリエイトモデル

- 例)・アーティストに関する関連グッズ、CD、DVD等のコマース
- ・各種飲食店への誘引
  - ・渋谷発売れ筋商品ランキングの紹介とその商品コマース等

(2) アクティブな顧客層が集まるエリアコミュニティを有する、エリア広告モデル

- ・コミュニティ+エリアワンセグ配信がついた新しいコンサート協賛(スポンサー)
- ・ライブ会場以外の地域への認知等

(3) 制作した各種配信コンテンツの2次利用

- ・DVD化による販売
- ・アジアへの再販
- ・次世代放送見据えた渋谷発「音楽(エンタテイメント)放送局」の実現

## 大型ファッションイベントの配信によるリアル店舗(物販)連携

### 【対象イベント】

ファッション雑誌主催イベント等

### 【概要】

- ①東京で開催される上記イベントの映像を渋谷、大阪(名古屋)へ配信
- ②イベントでモデルが着用するブランドの衣服を販売出来る店舗(簡易ブース)をコンテンツ配信エリアに設置
- ③イベント当日に渋谷、大阪で「そのイベントの映像が配信されること」「モデル着用の衣服が実際にその場所で購入できる事」を告知
- ④イベント当日、リアルタイムで配信される映像に合わせて物販を開始

### K-POPによる音楽フェス配信によるエリアコミュニティ構築・広告配信

#### 【対象イベント】

K-POP大型イベント

#### 【概要】

- ①東京ドームで開催される上記イベントの映像を渋谷、大阪(名古屋)へ配信
- ②イベント当日特定の映像が、その場所で配信される事を告知
- ③映像視聴による、そのエリアへの集客効果と、集まったコミュニティに対しての携帯及びデジタルサイネージを活用した広告宣伝を実施
- ④新しい協賛モデル、媒体価値として広告枠を販売

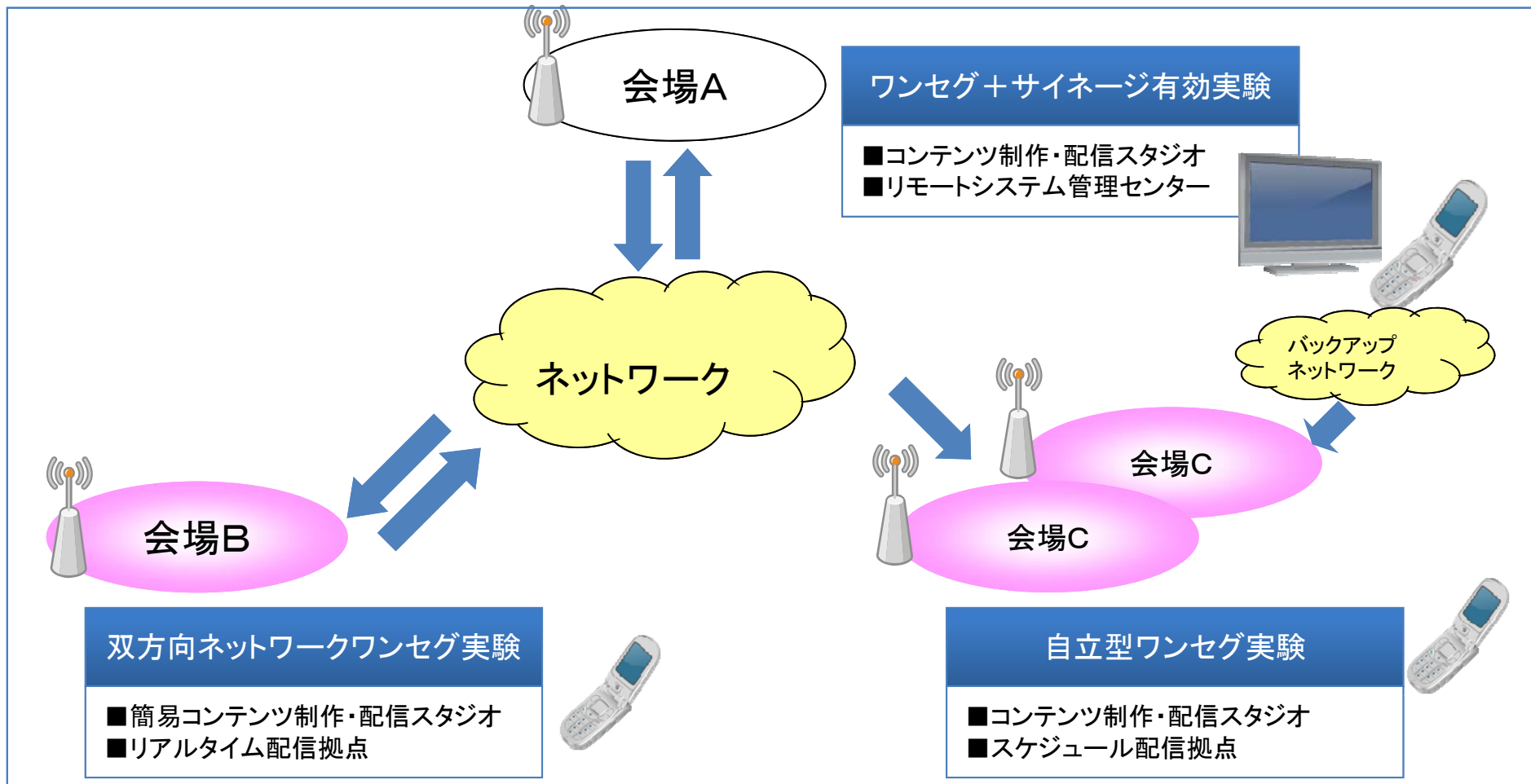
	2011年度 (検証フェーズ)	2012年度 (実用化フェーズ)
事業主体	(株)ボードウォーク	(株)ボードウォーク
実施協力	(株)TowerRecod (株)渋谷テレビ 渋谷商店街	全国各地のイベント会場
システム開発・運用	(株)電通国際情報サービス	(株)電通国際情報サービス
コンテンツ提供	コンサート企画プロモーター 例) (株)オンザライン (株)ゼクシードetc	コンサート企画プロモーター 芸能事務所 イベント企画会社
その他協力	(株)電通 * 販売代理店 (株)NTTドコモ * 技術協力	(株)電通 * 販売代理店 (株)NTTドコモ * 技術協力



概要

3タイプの拠点にて、それぞれ異なる3種類のネットワーク融合型実験を実施

サービスイメージ図



## ワンセグ+サイネージ融合実験

### 実験プラン

会場内、店舗内などで、エリアワンセグを提供、携帯電話に配信するとともに、ハイビジョンテレビに同一の内容を同時に、提示する。ワンセグのメリットである手許での視聴や、録画機能を用いた“情報の持ち帰り”活用促進と、サイネージのメリットである高精細・大画面での告知効果の両立を図り、その技術課題および効果について見極める。

### ワンセグ・ボックス



1セグ+12セグ配信技術および利用に関する課題の検証

### ワンセグ携帯

ホワイトスペース利用  
エリアワンセグ配信



同軸ケーブル配信

### サイネージ (ハイビジョンテレビ)



1台のワンセグ・ボックスから、ワンセグとサイネージに同時配信することによる広告効果検証

## 双方向ネットワークワンセグ実験

### 実験プラン

あらかじめ制作された番組のスケジュール配信に加え、リアルタイムでの映像・音声・データ放送配信を実施する。現地でのローカル配信に加えて、ネットワークで接続された他の拠点との双方向でのリアルタイム中継、コンテンツ編集について実験する。複数の離れた会場でのイベントなどにおける活用モデルについて模索する。

### 会場A側



ネットワーク

### 会場B側



ネットワークを  
介した双方向リ  
アルタイム中継  
の検証

ネットワークを介して遠隔地のエリアワンセグ映像の同時中継を検証

## 自立型ワンセグ実験

### 実験プラン

ネットワークの分断による孤立化を回避するための自動迂回メカニズムや、リモート/ローカルコンテンツの自動切替など、ネットワーク中継における不測の自体への対応に強い自立型のワンセグ送出システムについての検証を実施。将来的には、通常時、防災時の自動切替、コンテンツ配信に応用が可能となるため、防災対策システムとしての用途にも転用が見込める。



障害や災害に強く、安心・安全をも提供するエリア情報配信システムを検証