

情報通信ベンチャー支援センター

[トップ](#) |
 [NICTの支援](#) |
 [NICTのイベント](#) |
 [経営・技術](#) |
 [イベント・助成](#) |
 [連載・コラム](#)

[トップ](#) >
 [連載・コラム](#) >
 [注目のベンチャー紹介](#) >
 [TM委員会 森 康祐 氏 ...](#)

[← prev](#) |
 [next →](#) |
 [up ↕](#)

TM委員会 森 康祐 氏 <平成25年度 起業家万博 発表企業>

次世代広告アプリ — ネオポスター開発秘話

1. 初めに
2. 【最新ITアプリ“ネオポスター”が生まれるまで】
3. 【色々な才能が集まって開発された“ネオポスター”】
4. 【“ネオポスター”の特徴】
5. 【防災にも使えるアプリ】
6. 【誰にでも使い勝手の良いアプリとは？】
7. 【行政との実証試験で社会貢献】
8. 【人との出会いから、すべてが始まる】
9. 取材後記 / 【参考資料】



1. 初めに

今回ご紹介する 森 康祐 氏は、これまでNPO 法人湘南市民メディアネットワークを立上げ、地域映像の制作配信、青少年・市民向けの映像ワークショップ開催、地域映画上映会などを通して、地域貢献や青少年の健全育成に取り組まれています。

そんな中、青少年の雇用就労支援を強化する為の雇用の受け皿作りと、更なる地域活性化に貢献する為に、起業の必要性を感じて、東北大学未来科学技術共同研究センター(仙台市)と、株式会社デジコンキューブ(山形市)と共にNPO法人湘南市民メディアネットワーク(藤沢市)の共同開発による画像認識技術を活用した広報支援アプリ“ネオポスター”を開発し、TM委員会(Touched Marking Project TM)を設立。現在、社団法人化を進めています。

“ネオポスター”は、当アプリを起動させ、ユーザが気になるチラシ・雑誌・はがきetc.を“写メ画像”として「撮影する」だけで、写メ画像に紐づけられたWEBコンテンツがスマホ画面に表示され、動画や企業HP、SNSなど、画像の製作者や広告主が訴求したいコンテンツにユーザが誘引される仕組みです。

財団法人湘南産業振興財団の主催する第14回湘南ビジネスコンテスト*に出場して、最優秀賞と来場者賞をダブル受賞。この受賞をきっかけに、個人事業主として関東地区(神奈川県藤沢市)代表で、起業家万博に出場され、「最新ITアプリ“ネオポスター”の地域ビジネス展開」をプレゼン発表し、期待を集めています。

平成25年度NICT主催「起業家万博」でNICT賞を受賞された、森 康祐さんにお話しをお聞きました。

[↑ top](#)

2. 【最新ITアプリ“ネオポスター”が生まれるまで】

(聞き手) 地域に密着した活動を続けられています。第14回湘南ビジネスコンテストでの受賞で、起業家万博に個人事業主として、参加されていますが、起業前の参加は、とても珍しいと思います。

(森氏) はい。第14回湘南ビジネスコンテストも、藤沢市にあるインキュベーションルームの知り合いから、「面白いビジネスプランなので、ぜひ、出てみたら」とおっしゃっていただいたことがきっかけで、参加させていただきました。地域の人のつながりによって、今ここにいるという感じです。ですので、実は「自分から、どうしてもこれを目標に挑戦する！」ということではなかったのです(笑)。

(聞き手) 周りから期待を集めているアプリ“ネオポスター”について、お聞きしたいと思います。どのようなきっかけで開発されたのですか？

(森氏) 今から2年半くらい前の2011年に、ブラジルのファッション誌の誌面にスマホをかざすと、動画が始まるというイメージ映像を、インターネット上の広告媒体のサイトで見つけた知り合いが、このアイデアを持って来てくれたことから、プロジェクトが始まりました。

その映像は、モデルの顔が掲載された誌面にスマホをかざすと、モデルが化粧を始めるというものでした。その時は、実際には、まだその技術は、できておらず、概念だけのイメージ映像でしたが、「こんなことができるようになる」と、感じさせられる映像で、とてもインパクトがあり、自分達の手で実現できれば、面白いと感じたのです。

そこで、画像認識技術を研究している、東北大学未来科学技術共同研究センター、准教授、青木輝勝先生に、このシステムの開発について、相談することになりました。すると、青木先生は、この開発に賛同してくださり、「できるのでやりましょう」と、即答してくれたのです。

イメージ映像を見た途端、その場で青木先生から、「実現できる」と聞いて、とても驚きましたが、ここから最新ITアプリ“ネオポスター”の開発は始まりました。



[↑ top](#)

3. 【色々な才能が集まって開発された“ネオポスター”】

(聞き手) 広告媒体の価値を高めるアプリとして、作られたのですか？

(森氏) はい。街中や駅構内にはポスターや流行のサイネージがたくさん存在しますが、情報は表示されていることのみです。「もっと内容を知りたい」「もっとたくさんの情報を告知したい」そんな要望を叶えるために、“ネオポスター”は、新たなプロモーション表現を実現した、次世代の広告アプリケーションとして開発しました。

(聞き手) “ネオポスター”は、いつ頃、出来上がったのですか？

(森氏) 2013年の春には、最初のプロトタイプが出来上がりました。最初に見たファッション誌にかざすアプリは、接触をイメージしたものでしたが、まずは非接触から開発を始めました。

画像認識は青木先生の開発ですが、アプリのサーバおよびシステムの開発は、山形に本社を持つ、株式会社デジコン

キューブが行っています。青木先生とデジコンキューブの代表取締役 岩瀬義和氏、そして私の3人のつながりで実現した産学協同組織、TM委員会(Touched Marking Project)のプロジェクトとして、この活動は進めています。

また開発のスピードが今回の事業展開にもつながっています。いろいろな出会いがあっはじめて、このシステムを作ることができています。

(聞き手) 関わるみなさんの技術力、アイデアを持ち寄って生まれたものなのですね。

[↑ top](#)

4. 【“ネオポスター”の特徴】

(聞き手) “ネオポスター”の特徴について教えていただけますか？

(森氏) スマホ、タブレットなどの情報端末を活用し、Web、Movieなどあらゆる情報を取得することができる無料アプリです。基本となる原理はスマホと紙メディアなどコンテンツとの連携技術で、単純ですが、画像認識技術が要となります。

“ネオポスター”の使い方をご紹介します。

1. ネオポスターを立ち上げて静止画の画像を撮影します。
2. 対象となる画像の特徴を認識します。撮影した静止画像をクラウド上のサーバにあらかじめ登録された画像と照合します。
3. 照合して紐付いた関連動画の配信や、クーポン券など画像の配信、また任意のホームページへ誘引することができます。
4. 履歴の管理がされているので、一度取得した動画を繰り返し見ることができます。
5. オプションですが、アクセスされた件数、マッチングの回数などを解析するマッチングレポートの作成が可能なので、導入効果の把握が簡単にできます。

最大の特徴は、既存のAR(拡張現実)やバーコード、QRコードなどとは大きな違いがある点です。

(聞き手) どのような違いがあるのですか？

(森氏) まず、場所や画像の様式定型化された既存のAR技術と違って、静止している必要がありません。暗闇でも画像認識が可能なのが大きな特徴です。スマホ、またはタブレットの撮影ボタンを押すだけで情報が取得できます。

また、従来のQRコードなどに比べて、撮影の角度や接写に制限が無いので、画像の撮影が簡単です。これは対象となるポスターやチラシ、名刺など被写体の一部が、切れてしまっても、斜めに撮影されても認識できるということです。さらに、撮影する認識コード(対象物)は、風景や立体物でも展開が可能です。

そのため、画像が認識可能でさえあれば、広告主やユーザが新たに好きな画像を撮影して、クラウド上でネットコンテンツと紐づけることができます。

スマホにも履歴として残せるため、何回もコンテンツにアクセスでき、FacebookやTwitterなどのSNSを利用して、情報の共有や拡散も簡単にできます。



[↑ top](#)

5. 【防災にも使えるアプリ】

(聞き手) このアプリの強みについても教えていただけますか？

(森氏) 東北大学の青木先生の研究・開発する画像認識技術は世界的レベルという点が強みです。例えば、画像登録したチラシを逆さに撮影しても問題なく認識しますし、2m離れたポスターでも認識可能です。

(聞き手) 今後の技術開発の展開についてもお聞かせいただけますか？

(森氏) 今年度は、立体物(3D)や雑誌画像などをスマホで接写するだけで認識する世界初をめざす画像認識技術を開発予定です。

(聞き手) とても楽しみです！

(聞き手) ところで、“ネオポスター”アプリを、広く一般に普及するためには、どのような取り組みをなさっているのですか？

(森氏) 広告としての活用だけでなく、実は災害時においても情報収集できる仕組みへとつなげる取り組みを行っています。

具体的には、誰にでも使い勝手の良いICTアプリのひとつとして、昨年(2013)年度には総務省関東総合通信局さま、関東ICT推進NPO連絡協議会*さまと、東京都調布市で、防災調査研究の一環として、フィールド試験による実証試験を行いました*。

(聞き手) “ネオポスター”を防災に活用されたのですか？

(森氏) はい。“ネオポスター”が、できた時、総務省関東総合通信局さまにTM委員会の3名で、このアプリの紹介に伺いました。そうすると、ご担当者から、「ぜひ防災に使ってみたい」と、ご提案いただいたのです。実は、それまで私自信は、防災に使うことは考えていなかったのが驚きでしたが、開発者の青木先生がすぐに、「やります」と、即答されたのです(笑)。

(聞き手) 防災にも使えるものにしたいと思われたのは、どのような意図があったのでしょうか？

(森氏) 青木先生は、開発したアプリが、ビジネスの目的だけでなく、できるだけ多くの人に役立つものとして使えるものにしたいという思いが強かったです。そして、それによってこのアプリが、広く普及すると考えていたのです。その思いに合致していたからこそ、すぐに開発を受けたのだと思います。

(聞き手) この取り組み自体で直接ビジネスにするというのではなく、社会貢献としての取り組みだったのですか？

(森氏) はい。私も青木先生はじめ、関東総合通信局の皆さんや、実験に参加された自治体関係のみなさんに引っ張られる形で、取り組みました。デジコンキューブの岩瀬社長も、今回のためにボランティアでシステムを構築したので、近い将来、ビジネスにしてお返ししなければならないと考えています。

[↑ top](#)

6. 【誰にでも使い勝手の良いアプリとは？】

(聞き手) 防災への利用ですが、具体的にはどのようなアイデアだったのですか？

(森氏) 「発災初動期に被災地では、的確な局所の情報が流通しにくい」という問題意識のもとで、関東ICT推進NPO連

絡協議会は、災害時における防災・減災を目的として、この課題の解決の一助とするために、首都直下型地震を想定した、対災害ICT地域防災情報システムの提言に向けての調査研究に取り組まれました。

背景には、平成23年3月11日に発生した、東日本大震災の影響が強くあり、社会的ニーズとしての「防災・減災」というテーマが民産学官の中で、喫緊の課題として浮上していたことがあります。

そこで、関東総合通信局さまでは、平成25年度の防災調査研究として、「首都直下地震等の発災初動期の現地の災害情報のあり方」をテーマの柱に、「災害時においても情報収集できる仕組みづくり」と、「誰にでも使い勝手の良いICTのデバイス及びアプリの採用」の実用化に向けた試験をする際、ICTによる情報伝達手段に“ネオポスター”が、使えると考えられたのです。

(聞き手) 実証試験は、どのように行われたのですか？

(森氏) フィールド試験は、本部会場(調布市役所総合防災安全課会議室)、市民(ボランティアで参加)の集合場所(布田駅南ふれあいの家)および避難会場(調布市立第一小学校)の3地点に分かれて、約40人が参加して行われました。

まず、市民は、2グループに分かれ、出発地点のふれあいの家から最寄りの避難所(本来の避難所とされる調布市立第二小学校)へ行こうとしますが、そのルート上で住宅倒壊による道路閉塞の一報が入ったため、安全な別の避難所へ向けてスタート。

市民は、避難の途中で「まちかど情報ステーション」に立ち寄り、時々刻々と変化する最新の被害情報を入手し、より安全なルートを確認しながら終着点(避難会場)である第一小学校まで移動しました。

コンビニエンスストアなど住民が日常的に利用する施設を、最新の災害情報が入手できる、「まちかど情報ステーション」として想定し、そこに災害情報を取得するためのポスターを事前に用意しました。

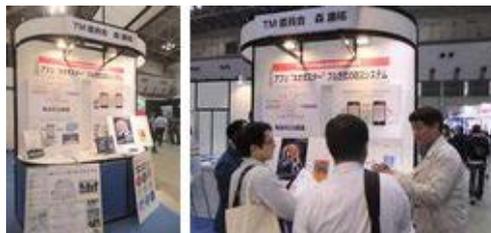
(聞き手) ここに“ネオポスター”の強みが、生かされているんですね。

(森氏) はい。暗闇でも画像認識するなど操作性が高く、とても簡単で、適用範囲が広いこと、そして“ネオポスター”に紐づけられるコンテンツは、自由に選定できることなどのメリットが生かされると考えています。特に、災害地においては、停電などの状況も想定されますので、できるだけ多くの環境に対応できるものでなければなりません。

また、“ネオポスター”による情報伝達は、従来の一斉同報通信に近い災害警報とは異なる、「プル(引っ張る)型」の情報伝達手段が可能となります。これは、「必要な時に、必要な人が、必要な場所で、必要な情報をタイムリーに自ら自発的に入手する」ということとなります。

たとえば、通勤・外出者という地元情報に精通していない方々に対しても、工夫次第で、有益な情報の提供が可能です。

また、避難する市民が“ネオポスター”を使って引っ張る情報についても、地元の住民にとっては、「文字情報」だけでも、現地でのおおよその被災状況の推測の判断材料になることも分かりました。



[↑ top](#)

7. 【行政との実証試験で社会貢献】

(聞き手) 実験では“ネオポスター”を使って、どのような情報を入手されたのですか？

(森氏) 「住宅倒壊」、「車両火災」、「駅前人で混乱」、「火災発生」、「電線切断危険」など、迫り来る身近な災害情報を、“ネオポスター”を使ってスマホで入手することを想定しました。

一方、このようなローカル情報は、災害発生時にエリア毎に担当する情報団(例えば、市役所から事前に委嘱される市民の方々)によって収集され、避難所単位に配置されている情報団長(スイッチャー)に逐次報告されます。

スイッチャーは、集まった情報をチェックし、確度の高い情報のみをネオポスターのコンテンツサーバーに入力していきます。怪しいデマ情報や裏の取れない不確かな情報は、スイッチャーの判断により入力しません。

(聞き手) 情報の正確性、出すタイミングを判断するのは「人」ということですね。アプリを使って、防災情報を提供する人、受ける人の運用面についても検証されたということでしょうか？

(森氏) はい。減災につなげるには、信頼できる人的ネットワークが重要です。スイッチャーと各情報団は、SNS(今回はスマートフォンの無料アプリケーションの「ライン」を使用)でグループ化され、相互に連絡することが可能で常に情報共有することを想定しました。

(聞き手) 情報を取得するための、アクセスポイントでもある被写体の「ネオポスター用のポスター」そのものを、ロゴマークなどを使って、いかに市民に気づいていただけるようにするかが、解決すべき課題かもしれませんね。

あわせて、いつも使っているスマホやタブレットに、“ネオポスター”をダウンロードしておく必要があります。

また、タブレット端末を無線環境の中でも活かし続けられるネットワーク環境の構築も必要ですね。ところで、現在のダウンロード数はどのくらいですか？

(森氏) 開発してから約1年3か月ですが、2014年6月現在で、約5000です。これまで、広告連動型アプリとして、メディア関係ではキャンペーン企画の一環として、山形放送さま・山形新聞さま・福島放送さまなどにご利用いただいております。地域のお祭りのポスターに採用していただいたケースでは、やまがた広域観光協議会さま・南陽市さまなど、観光促進の取り組みの中でも採用いただきました。

[↑ top](#)

8. 【人との出会いから、すべてが始まる】

(聞き手) ところで、青木先生や行政と付き合いきっかけについても伺いしたいと思います。

(森氏) NPO 法人湘南市民メディアネットワークを起ち上げたことがきっかけとなって、みなさんと出会いました。

(聞き手) そもそもNPOを起ち上げたのはどうしてだったのですか？

(森氏) もともと、システムエンジニアとして、財務システムや販売管理システムの構築や販売を行っていたのですが、今から10年以上前のことになりましたが、交通事故に遭って約1年間、入院するという事態になりました。その時に、たまたま病室にいた人と意気投合して、「映像祭をやろう！」という話になったのです。

実は入院する前にも、当時の慶応大学の学生が取り組む湘南市民テレビ局(学生が作った任意の団体)の活動を一緒にやっていたので、どこかで映像を活用した市民ディレクター*を育成したいという気持ちがあったのかもしれませんが。

入院したことが転機となって、2005年に「湘南映像祭」の企画を起ち上げ、その後、2007年にNPO化します。「湘南映像祭」は、素人(主に学生)の映像作品を集めて1年に1回、コンテスト形式で行う映像祭でした。初年度は、74作品をほぼひとりで集めました。最終的には、年間で100本ほど作品集めて、コンテスト当日に審査発表していました。

当時は、メディアリテラシー*が注目されていた頃で、コンテストに応募してもらった作品集のために、藤沢市内の中学・高校・大学を回っていたところ、公立高校と私立高校のメディアに対しての教育の格差が大きいことを知って、これはなんとかしなければと感じたのです。

ちょうどこの頃、映像ソフトを開発されて、教育現場で展開されていた青木先生と出会いました。青木先生と岩瀬社長が、もともと知り合いだったこともあって、TM委員会につながっています。

(聞き手) 湘南映像祭の活動が、現在のNPO法人湘南市民メディアネットワークの原型だったのですね。

(森氏) 湘南映像祭は2005年から2008年まで実施し、いったん辞めましたが、2009年から、神奈川県下のNPO、74団体が集まったNPO映像祭に形を変えて、実施しています。私たちNPOも神奈川県下にあるので、この団体に入り、現在では世話人を担当しています。

(聞き手) 映像でつながった人脈だからこそ、“ネオポスター”が生まれたということなのですね！ 今後の展開についても教えていただけますか？

(森氏) “ネオポスター”は、みんなが使える標準装備に持ち込みたいです。そのために、今回の防災の実証試験にも取り組みました。

また、海外から来られる観光客にも使っていただけるようにしたいと思います。たとえば自動販売機に”ネオポスター”のポスターを貼って情報発信拠点にすることで、地域の地図情報や観光情報を提供できるよう検討をしています。他にはコンビニなどの連携も考えています。広告モデルはもちろんですが、防災にも有益な情報発信のツールとして、街のあらゆる場所に広げたいと考えています。



[↑ top](#)

9. 取材後記

インタビュー中、終始一貫して、人との出会いの大切さを言葉の端々で感じる時間となりました。ご本人は、流れに身を任せてここまで来たとおっしゃっていましたが、森さんの考えや人柄が、周りの人達を自然と動かしてきたといえるのかもしれない。

“ネオポスター”は、「新しい画像認識技術」という意味と、次の時代のポスターという意味をかけあわせて付けられたそうです。あらゆる静止画や文字情報が、単にその情報だけにとどまらず、そこを窓口に、詳しい情報へと広がる発想は、確かに「neo」近未来的です。

公共の仕組みの中で、採用される努力が続けられていることも、本来、誰の為の技術なのかという原点を忘れないプロジェクトであることの証なのかもしれません。ビジネスではもちろん、セーフティネットのひとつとして“ネオポスター”が、役立つためにも、使う私たちの意識も変える必要があります。

[↑ top](#)

【参考資料】

- * 第14回湘南ビジネスコンテスト・・・ <http://www2.venture.nict.go.jp/grant/content1236.html>
- * AR・・・ Augmented Realityの略称。ありのままに知覚される情報に、デジタル合成などによって作られた情報を付加し、人間の現実認識を強化する技術のこと。拡張現実。
- * QR・・・ ”Quick Response”(クイックレスポンス)の略称。POS システムを用いて、販売情報を迅速に生産に反映させる方式
- * 関東ICT推進NPO連絡協議会・・・ NPO相互間の連携と官民協働により地域情報化を推進するため平成16年6月に設立された団体であり、関東総合通信局は、本協議会の事務局機能を支援(会員:約140団体・個人(NPO法人、学識者、地方公共団体等)が参加) 2014年6月現在
- * 市民ディレクター・・・ 地域に生活する人だからこそ持てる視点や、人とのつながりを活かして、伝えたい思い、情報や問題を映像番組として発信し、地域での「新たな発見」「つながり」を主体的に創り発信する人達
- * メディアリテラシー・・・ 情報が流通する媒体(メディア)を使いこなす能力
- * 実証試験を行いました・・・ 総務省関東総合通信局【ICT地域防災情報支援システム】の確立に向けて 一情報団やまちかど情報ステーションの活用で災害情報を地域内で共有ー(10ページ等) 参照
- ◆ 平成25年度情報通信ベンチャービジネスプラン発表会のリンク先
<http://www.venture.nict.go.jp/unpaku2013/report>
- ◆ 起業家万博 プレゼン映像 <http://www.nict.go.jp/video/banpaku-2013-05.html>
↑ top

| 企業プロフィール | TM委員会 |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 概要 | <p>TM委員会 (Touched Marking ProjectTM) とは、 東北大学未来科学技術研究センター青木研究室(宮城県仙台市)、 特定非営利活動法人湘南市民メディアネットワーク(神奈川県藤沢市)、 株式会社デジコンキューブ(山形県山形市)による協働プロジェクトであり、 お互いの高い技術や発想、更にアイデアを活かし、商品を創造開発するプロジェクト。</p> <p>森康祐氏は、1980年代よりシステムエンジニアとして、 財務システムや販売管理システムの構築や販売を経験し、 NPO法人湘南市民メディアネットワークの代表理事として、 動画サイトの構築や動画制作により、デジタルコンテンツやSNSの利活用展開を実施。</p> <p>発表した商品・サービスの概要 東北大学と株式会社デジコンキューブとの共同開発による 画像認識技術を活用した広報支援アプリのビジネス展開。 アプリ製品名：“ネオポスター(NeoPoster)” 使い方：当アプリを起動し、気になるチラシ・雑誌・はがきetcを「撮影する」だけで、この“写メ画像”に紐づけられたWEBコンテンツがスマホ画面に表示される。 この仕組みにより、動画や企業HP、SNSなど、画像の製作者や広告主は、 訴求したいコンテンツにユーザを誘導することができる。 今後の期待：このシステムが、新たな企業広告の手法として活用されたり、 ポスター等の画像制作者が伝えたいメッセージや個人のFacebookなど、 リアルとバーチャルを融合する様々なコミュニケーションツールとして活用されること。</p> |

| | |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 窓口・情報 | URL: http://www.neoposter.net/pages/tmpro.html |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|

[← prev](#) [next →](#) [up ↶](#)

[↑ top](#)

[・ 支援センターについて](#) [・ ヘルプ](#) [・ サイトマップ](#)

Copyright (C) 2006–2015 National Institute of Information and Communications Technology. All rights reserved.