

2009年11月24日

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科

株式会社アイ・エム・ジェイ

博報堂DYメディアパートナーズ、慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科、アイ・エム・ジェイ、 AR技術を活用したクロスマedia型広告「テノヒラアド」を開発

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ(本社:東京都港区、社長:佐藤孝、以下博報堂DYメディアパートナーズ)、慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科デジタルライフプロジェクト(稻見昌彦教授)、株式会社アイ・エム・ジェイ(本社:東京都品川区、社長:廣田 武仁、以下IMJ)は共同で拡張現実感技術(AR=Augmented Reality ※1)を利用した広告商品「テノヒラアド」を開発しました。

「テノヒラアド」は、新聞、雑誌、折込などの広告に記載された特定のマーク(マーカー)をパソコンにつながれたWebカメラで撮影することによって、見る人の掌上で動く立体的な映像がAR技術によって生成される仕組み。動画や長時間にわたる情報など、グラフィック表現だけでは伝えきれない情報を生活者に体験型コミュニケーションとして提供することができる、クロスマedia型の広告商品です。

メーカーなどが新商品発売日に併せ、新聞広告と連動させて「あたかも手に取っているように」新商品の実物大を体感させたり、商品のブランド観と連動したエンターテインメントコンテンツを提供するなどの活用を想定しています。

博報堂DYメディアパートナーズ、慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科、IMJでは、今後もARを含めた、テクノロジーを活用したコミュニケーションの可能性を追求してまいります。

(※1)「AR(拡張現実感とは)」とは

Augmented Reality(拡張現実感)の略で、実世界上のリアルな人や物体に対して、コンピュータを用いて生成されたバーチャルな情報を付加提示する技術の総称。

【「テノヒラアド」ロゴ】

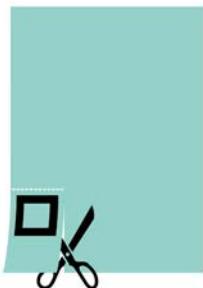


テノヒラアド

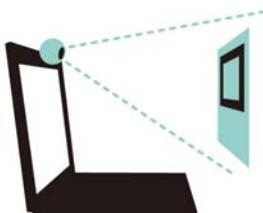
■ 「テノヒラアド」展開イメージ (住友商事株式会社様・「情熱 EARTH」企画) URL:www.sc-ar.jp の例)

- ### 1) マーカー(画像認証により、AR機能に接続するためのマーク)

※新聞、雑誌、折込みなどのグラフィック広告（の一部）として展開



- 2) マーカーをPCに接続されたWebカメラで撮影



- 3) 掌の上に、地球の立体画像が現われる



- 4) 体験型での双方向コミュニケーションが可能



■この件に関するお問い合わせ先

博報堂DYメディアパートナーズ 広報グループ 加藤・舟橋 03-6441-9347

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 デジタルライフプロジェクト 稲見 045-564-2493

株式会社アイ・エム・ジエイ 広報グループ 坂場 03-5759-0840 ／ irpr@imjp.co.jp