

下記の 1~5 の課題の中から 1 つを選んで企画書を作成してください。A4 用紙 2~3 枚を目安にして、できるだけ図やイメージを有効に使って企画の意図と内容を簡潔にまとめてください。また、提案内容は必ず自分の興味や関心の対象、実際の経験と結びつけて発想してください。

- 提出期限：3 月 1 日（金）17:00
- 提出方法：成績表のコピーとレポートを同封して封筒に氏名と学籍番号を記載する
- 提出場所：三田キャンパス内研究室棟 1 階受付
- 課題に関する問い合わせ：takeyama(at)econ.keio.ac.jp（(at)は@に変更してください）

1. 賢いサービスに変身する日用品

Nike+（ナイキプラス）は、小型センサーをジョギングシューズに組み込み、ランナーの走行データを取得し、iPod やパソコン経由でインターネットと接続することで、これまでの私的で継続が困難なジョギング体験を、仮想トレーナーのコーチを受けられる目標達成型の持続的な走行体験に、さらに世界中のランナーとのコミュニケーションや共同走行の体験へと変貌させました。このように、人々の身の回りの日用品にセンサーを取り付け、その物品の利用行動に関する様々なデータをインターネットと繋げることで、それらの物品はインテリジェントなサービスと統合されて価値を高めることができるようになります。そこで、Nike+のサービス概要やその利用者の体験価値について理解を深めた上で、自らが日常利用する身の回りのモノや道具をセンサーやインターネットと連携させた新しいサービスのアイデアを考えてください。

<参考資料>

- 1) Nike+のウェブサイト（日本語） http://nikerunning.nike.com/nikeos/p/nikeplus/ja_JP/
- 2) Apple 社の Nike+iPod のサイト（日本語） <http://www.apple.com/jp/ipod/nike/>
- 3) Kuniavsky, M. (2010) Smart Things, Morgan Kaufmann（ユビキタス時代の製品やサービスのデザインについてまとめた本。英語）

2. 顧客と一しょに創る事業

My Starbucks Idea は米国スターバックス社が運営するソーシャルサイトですが、一般の消費者から同社の新しい商品（PRODUCT IDEAS）、サービス（EXPERIENCE IDEAS）、社会貢献活動（INVOLVEMENT IDEAS）についての意見を収集し、実際の事業に採用していく目的で運営されています。このようなサイトの利用によって、消費者が企業と一緒に価値を創造する機会がもたらされ、その結果として企業と消費者の絆が一層深まることが期待されます。このサイトや国内の類似の試みを参考にして、別途、現実に存在する企業の事業を対象とし、その事業の発展や改善のために顧客が参加して企業とともに価値を共創する新たなソーシャル Web サイトのアイデアを考えてください。

<参考資料>

- 1) My Starbucks Idea のウェブサイト (英語) <http://mystarbucksidea.force.com/>
- 2) プラハワード(2004) 「価値共創の未来へ」ランダムハウス (価値共創パラダイムを解説)
- 3) コトラー(2011) 「コトラーのマーケティング3.0」朝日新聞出版 (価値共創時代のマーケティング)
- 4) ラマスワミ (2010) 「生き残る企業のコ・クリエーション戦略」徳間書店. (価値共創のためのプラットフォームについて解説)

3. 単なる売場ではなくなる店舗の姿

銀座 Apple ストアは他の家電量販店や家電売場とはまったく異なる新しい発想で設計され、Apple 製品の売上げに大きく貢献しています。そこで銀座 Apple ストアを実際に訪れ、その立地、建物、インテリア、サインやネーミング、製品ディスプレイ、顧客の体験、店員のパフォーマンスや顧客とのコミュニケーションスタイル、得られるサービスを実際に現場に出向いて観察し、店舗の特徴や、それらがもたらす効果や役割について、従来の量販店の家電製品売場と比較しながらまとめてください。次に、Apple ストアを参考にして、その他の特定の業種や業態 (家電に限らず、何でもよい) の自分が頻繁に訪れる小売店舗を対象として、そこでの店舗体験を改善ないし革新するアイデアを示してください。

<参考資料>

- 1) アップルストア銀座 <http://www.apple.com/jp/retail/ginza/>
- 2) Guest Blog: How Digital is Transforming Physical Experiences (デジタル化が進む時代におけるリアルな店舗の役割についてのブログ記事、英語)
<http://blogs.uk.capgemini.com/ceblog/2010/12/02/guest-blog-how-digital-is-transforming-physical-experiences/>
- 3) ラマスワミ (2010) 「生き残る企業のコ・クリエーション戦略」徳間書店 (価値共創のためのプラットフォームについて解説。一部アップルストアについて価値共創プラットフォームという観点で分析)

4. 物語の世界が現実になるとき

ARG (Alternate Reality Gaming: 代替現実ゲーミング) とは、テレビ番組や映画、小説などに描かれるフィクション世界の出来事を、そこに登場する組織や人格が、Web やソーシャルメディア、各種の広告媒体等も利用してあたかも現実に起こっているかのごとく展開させ、それらのメディアに接する視聴者を共演者として物語世界の中に巻き込んでいく没入度の高いエンターテインメントです。多くの ARG は、映画やテレビ番組、出版物などの公開作品のプロモーションや、新商品やイベントのプロモーション手段として制作されています。いま ARG の概要や特徴について各種のネット上の資料も参考にして理解した上で、この手法を製品、作品、施設、地域、社会活動等のプロモーションに応用する新しいアイデアを具体的な題材を設定して提示してください。

1) 虚構が現実を侵食する「代替現実」ゲームが人気 Wired Vision 2004 年 10 月 21 日

<http://bit.ly/tL0jnz>

2) 「ドラマ性があれば、それはゲームとして成り立つ」—代替現実ゲームってなに？から始まった ARG 研究会をレポート 4Gamer.net 2009 年 11 月 22 日

<http://www.4gamer.net/games/000/G000000/20091126058/>

3) 野沢智「The Dark Night をめぐる考察」CBCNET

http://www.cbc-net.com/dots/tomo_nozawa/nozawa_02/

4) AUDI A3 プロモーション ARG, KEG ARG2009

<http://keg-arg-2009.blogspot.com/2009/12/audi-a3argthe-art-of-heist.html>

5. シェアする時代のビジネス

ポルトマンとロジャースの著書「シェア<共有>からビジネスを生み出す新戦略」は、個々人が物品を購入・所有し、その消費を通じてやがて廃棄していくこれまでの大量消費（と廃棄）モデルから、それらを多くの人々が共有しつつ、効率的に利用していく協調消費モデルへの移行をテーマとしています。実際に欧米では、自動車、自転車、工具、お金や住宅などをシェアするサービスやビジネスが誕生しています。この本を読んで、その内容を理解した上で、我が国や世界でどんな新しいシェアサービスやビジネスの誕生が期待できそうか、自らの経験や興味・関心と結びつけながらそのアイデアを具体的に示してください。

<参考資料>

1) ポットマン・ロジャース「シェア <共有>からビジネスを生み出す新戦略」日本放送出版協会

2) SHARE-biz.jp（書籍のプロモーションサイト）<http://www.share-biz.jp/>

3) What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption.（上記の書籍の原著のプロモーションサイト、各種事例の情報も掲載、英語）<http://www.collaborativeconsumption.com/>