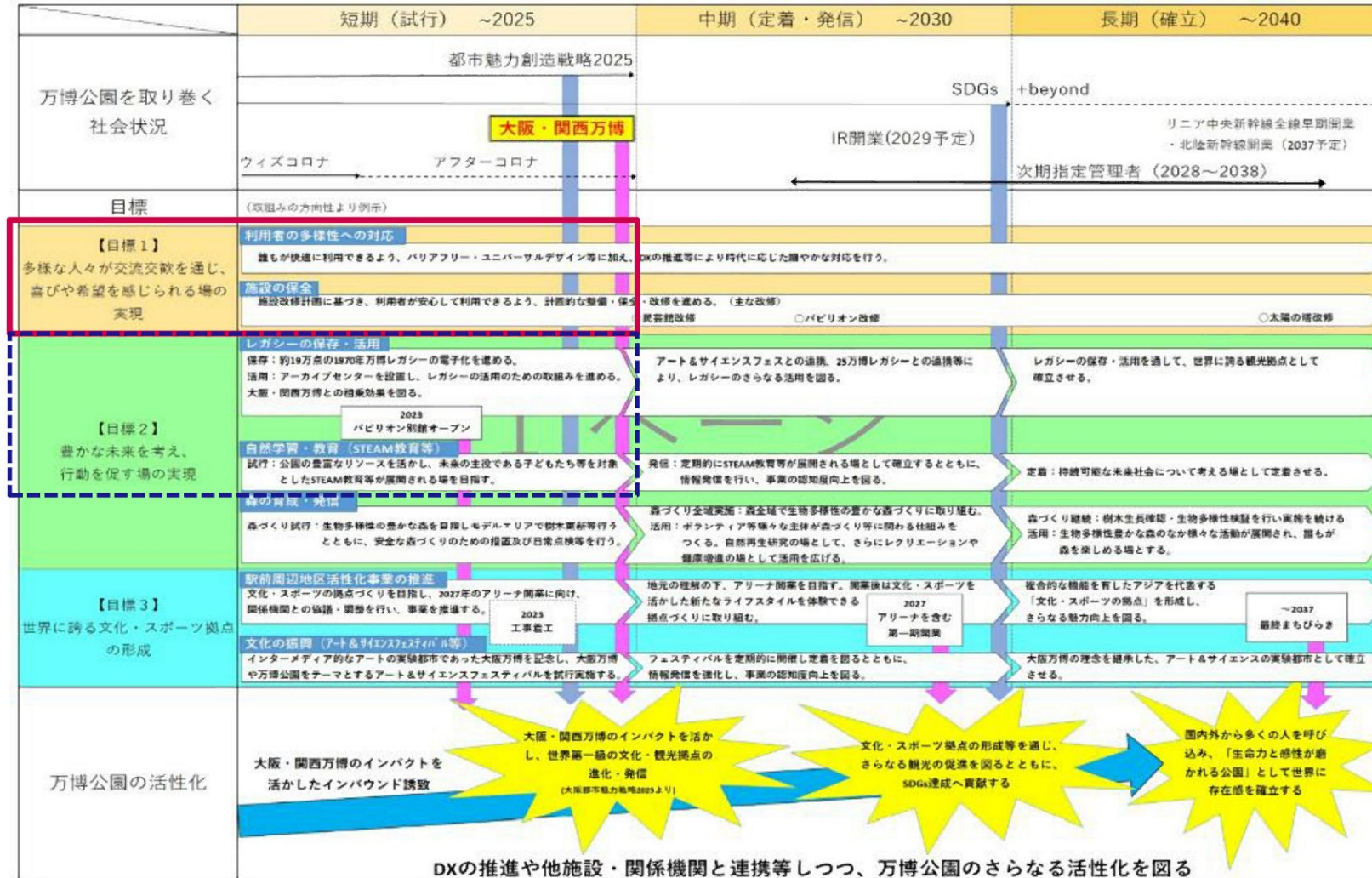


# BMP投資案件：SARF +

---

2024年1月26日

# 大方針：「SARF」は新将来ビジョンに沿ったアクションプランの一つ



# 誰もが公園での体験価値を向上させることができる仕組み 「位置情報と連動させた音声コンテンツ」を活用してつくる



万博記念公園の  
体験価値向上



位置情報と連動した  
音声コンテンツの活用



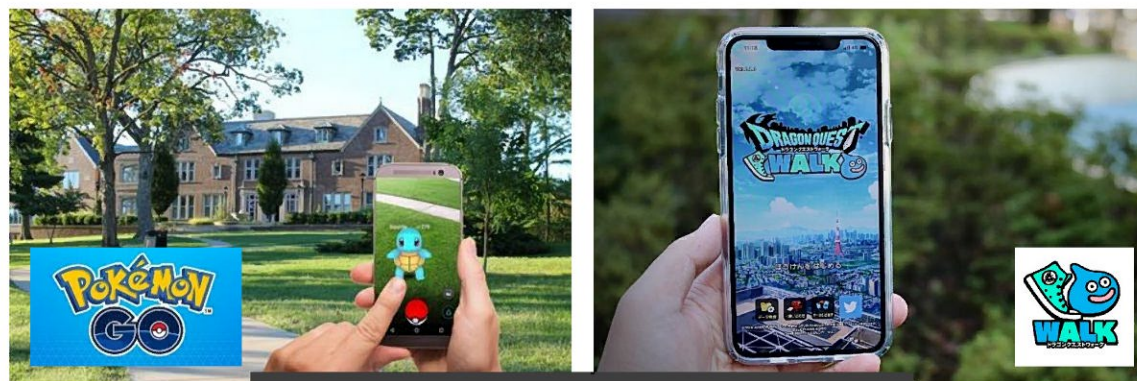
avexが開発した音声×位置情報を使った次世代の音声ARサービス「SARF」を法人に最適化したサービス「SARF+」として機能拡張し、共同事業化



avex  × **・HAKUHODO・**

**SARF+** 法人向けに機能・UX、運用を最適化 (2024年2月リリース予定)

一般化している「ビジュアルのARサービス」の「音声」版。  
実装・運用が、比較的「安価で簡単」で、歩きスマホの危険性がない。

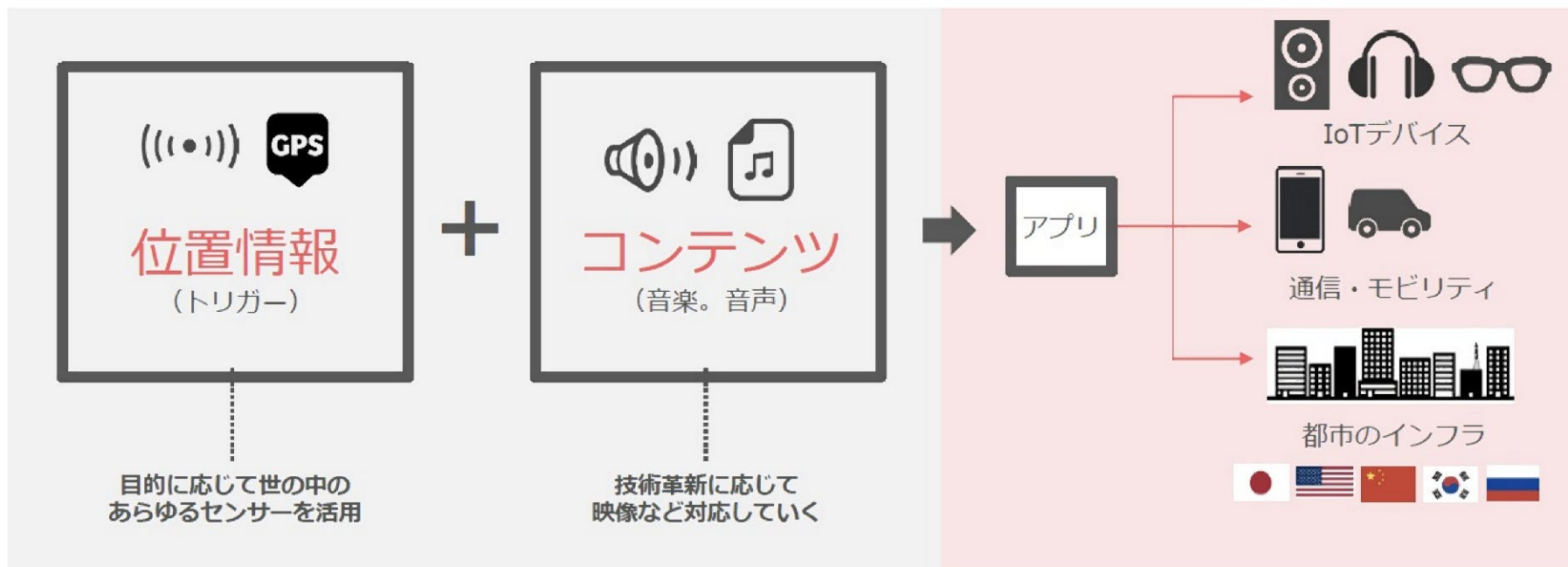


音声版

ビジュアルARと比較した音声ARの強み

- 1 : **今すぐ実用化可能** (Air Pods Proなどデバイスが既に普及している)
- 2 : **歩きスマホにならない** (高い安全性)
- 3 : **運用がラク** (看板を差し替える手間、多言語の案内員を立てるコストが無い)
- 4 : **景観が悪くならない** (透明な看板)

# 「位置情報」をトリガーに「音声コンテンツ」を「アプリ」から配信



アプリを起動して、GPSやビーコンなどで設定した音声スポットに入ると  
そこでしか聴くことの出来ない音声コンテンツが流れてきます

アプリを起動

音声スポットに入る

音声が再生

1



2



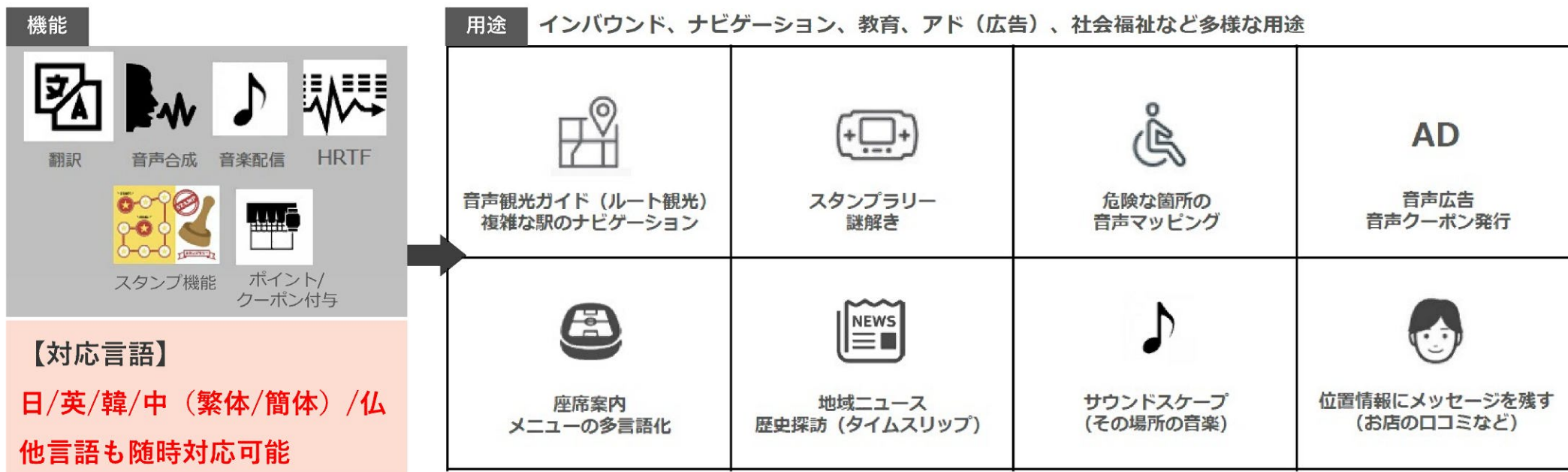
音声スポットはGPSで設置

3



その場所の説明や  
ゆかりのある音楽が再生

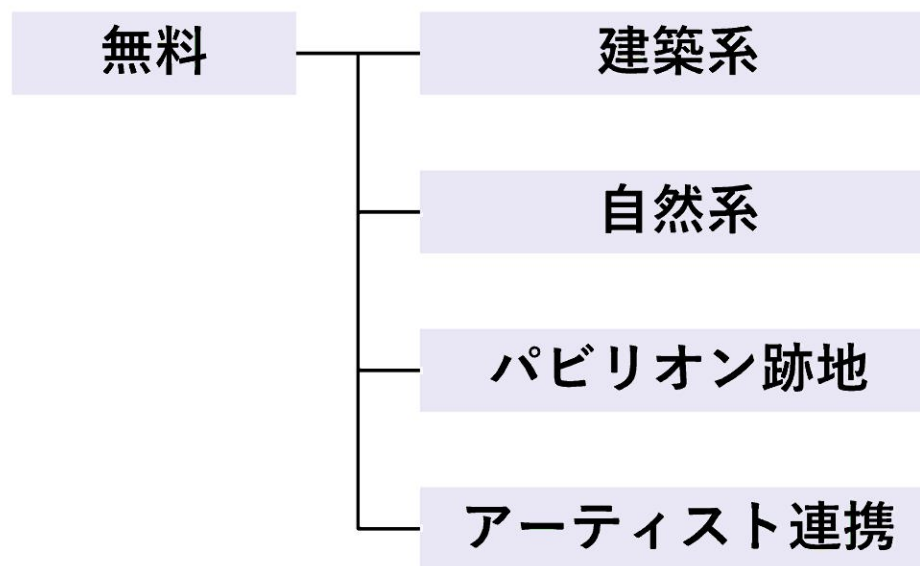
位置情報と組み合わせて提供可能な様々な機能を標準装備し、  
様々な利用用途に活用可能。





「万博記念公園」音声ARスポット案について

SARF+上でのスポットとして、「無料」で、  
以下をコンテンツとしてチャンネル作成。



日/英/韓/中（繁体/簡体）対応。

「建築チャンネル」として、以下のスポットをコンテンツ化。  
 (必要に応じて、随時追加可能。)

季節	No.	場所
通年	1	太陽の塔
通年	2	Expo70パビリオン
通年	3	お祭り広場
通年	4	夢の池噴水塔
通年	5	自然観察学習館
通年	6	千里庵
通年	7	凡庵
通年	8	万里庵
通年	9	イサムノグチ
通年	10	平和の鐘
通年	11	万博BEAST



黄金の顔・太陽の顔・黒い太陽



黄金の顔  
太陽の顔  
黒い太陽

塔の頂部には金色に輝き未来を象徴する「黄金の顔」、現在を象徴する正面の「太陽の顔」、過去を象徴する背面の「黒い太陽」という3つの顔を持っています。  
 構造は、鉄骨コンクリート造りで一部軽量化のため吹き付けのコンクリートが使われています。また、内部は空洞になっており、博覧会当時は地下展示と空中展示をつなぐ動線の役割を果たし、また、生命の進化の過程を示す展示空間でしたが、博覧会閉館後約50年近く、公開してきませんでした。

「太陽の塔」は過去・現在・未来を貫いて生成する万物のエネルギーの象徴であると同時に、生命の中心、祭りを中心としたもので、博覧会開催期間中、博覧会来場者（約6,400万人）に多くの感動を与えました。

「自然チャンネル」

「自然チャンネル」として、以下のスポットをコンテンツ化。  
 (季節ごとにコンテンツ変更想定。必要に応じて、随時追加可能。)

季節	No.	場所
春	1	花の丘(ポピー)
春	2	花の丘(ネモフィラ)
春	3	花の丘(ヤグルマソウ)
春	4	チューリップの花園
春	5	平和のバラ園
春	6	平和のバラ園 (フジ)
春	7	東大路 (ソメイヨシノ)
春	8	桜の流れ (ソメイヨシノ他)
春	9	茶摘みの里
夏	10	花の丘
夏	11	あじさいの森
夏	12	もみじ川芝生広場
夏	13	チューリップの花園
夏	14	西大路
夏	15	日本庭園 はす池
夏	16	日本庭園 花しょうぶ田
夏	17	桜の流れ
秋	18	花の丘 (紅葉)
秋	19	花の丘 (コスモス)
秋	20	花の丘 (ミューレンベルギア)
秋	21	平和のバラ園

秋	21	平和のバラ園
秋	22	西大路
秋	23	紅葉溪・もみじの滝
秋	24	日本庭園 心字池
秋	25	日本庭園 木漏れ日の滝
秋	26	日本庭園 汎庵
冬	27	梅林
冬	28	日本庭園 梅林
冬	29	世界の森
冬	30	つばきの森
冬	31	日本庭園 竹林の小路



「パビリオン跡地チャンネル」として、以下のスポットをコンテンツ化。  
 (園路に近い半日コースの跡地を想定。必要に応じて、随時追加可能。)

季節	No.	場所
通年	1	フランス館
通年	2	ドイツ館
通年	3	オーストラリア館
通年	4	アメリカ館
通年	5	ロサンゼルス市館
通年	6	アラスカ州館
通年	7	英国館
通年	8	トルコバキスタンイラン館
通年	9	アフガニスタン館
通年	10	カンボジア館
通年	11	ギリシア館
通年	12	ソ連館
通年	13	ブルガリア館
通年	14	香港館
通年	15	大韓民国館
通年	16	中華民国館
通年	17	ニュージーランド館
通年	18	インドネシア館
通年	19	タイ館
通年	20	エチオピア館

通年	21	アラブ首長国連邦館
通年	22	クウェート館
通年	23	EC館
通年	24	ポルトガル館
通年	25	ブリティッシュコロンビア館
通年	26	スカンジナビア館
通年	27	アルゼンチン館
通年	28	オランダ館
通年	29	ワシントン州館
通年	30	電気通信館



各チャンネルトップで、各場所への期待感を煽る画像や音声などで、自由度高く構成し、スポットへの期待感を煽ることが可能です。



より「SARF+」を楽しむための仕掛けづくり



## アイナ・ジ・エンド (28)

万博記念公園の近くで生まれ育つ。

履正社高校卒業後、大阪から上京。  
2015年3月11日よりBiSHのメンバーとして活動を始める。

その後、BiSHとしての活動のかたわら、MONDO GROSSO、DISH//、  
ジェニーハイなどソロアーティストとして楽曲に参加。  
2020年12月3日、シンガーソングライターとして本格的に活動開始することを発表。  
2021年1月22日、YouTubeチャンネル「THE FIRST TAKE」に出演し、同年2月3日に1stソロ  
アルバム「THE END」をリリース。

2021年10月15日、椎名林檎がメンバーを厳選した一夜限りの女性バンド・Elopersにボーカル  
として参加。ミュージックステーションで「群青日和」を披露。

2022年1月26日、映画『SING/シング: ネクストステージ』の日本語吹替版にて、資産家ジ  
ミー・クリスタルの娘「ポーシャ」の声優を務める。

2022年5月26日、日本初上演となるブロードウェイミュージカル『ジャニス』にて、  
自身初のミュージカル作品出演、初主演となった。

2023年10月13日公開の『キリエのうた』で映画初主演を務め  
11月28日に第48回報知映画賞 新人賞を受賞。



万博記念公園に馴染みがあり、幅広い層に支持されるアーティストを起用





## 万博記念公園を舞台にした 楽曲・MV（ミュージックビデオ）を制作

※ アーティスト出演・楽曲提供については交渉中となります。

このMVを切り出して公園のオリジナル動画を制作予定  
先行配信として「SARF+」で視聴予定

「楽曲提供 / 万博公園MV」 予定のアーティストと連携したコンテンツで、万博記念公園でのSARF+立ち上げ時にリリース・話題化を狙う。

SARF+公園ガイドのイントロとして、出身者視点での案内コメント



大阪出身のアイナ・ジ・エンドが万博記念公園の見どころを紹介します！

~~~~

(全体のみどころを紹介)  
特におすすめスポットガイドも行くと聴けるのぜひ訪れてみて！

スタンプラリー的な公園内の特定スポット(2~3)紹介ガイド



SARF + 開始時（2月～3月を想定）に、万博記念公園での記者発表を想定。  
アーティスト本人出演/動画コメントにより、万博記念公園の楽曲制作も発表。



※ 楽曲の完成が想定される7月～8月には、FM802などと連携した公開収録兼ミニライブ実施も検討。

より「SARF+」を活用するための仕組みづくり

# 入場ゲート他にAIビーコンを設置し、「SARF+」のプッシュ通知などに活用

AIビーコン紹介動画：<https://www.youtube.com/watch?v=h9Omq0iTXtM>

- ① BluetoothとWiFiの検知が可能
- ② アプリ不要でデータ収集可能
- ③ LINEクーポンも配信可能



国内及び米国、中国、韓国にて特許を取得  
特許第5713249号「マーケティングシステム及びマーケティング方法」



## Wi-Fi Sensor

スマートフォンのセンシング  
人流計測・混雑度計測・滞在時間計測



## LINE

国内最大のメッセージプラットフォーム  
LINEへプッシュ・クーポン等配信



## Bluetooth

スマートフォンへの情報配信 LINE / SDKアプリ地域情報の配信



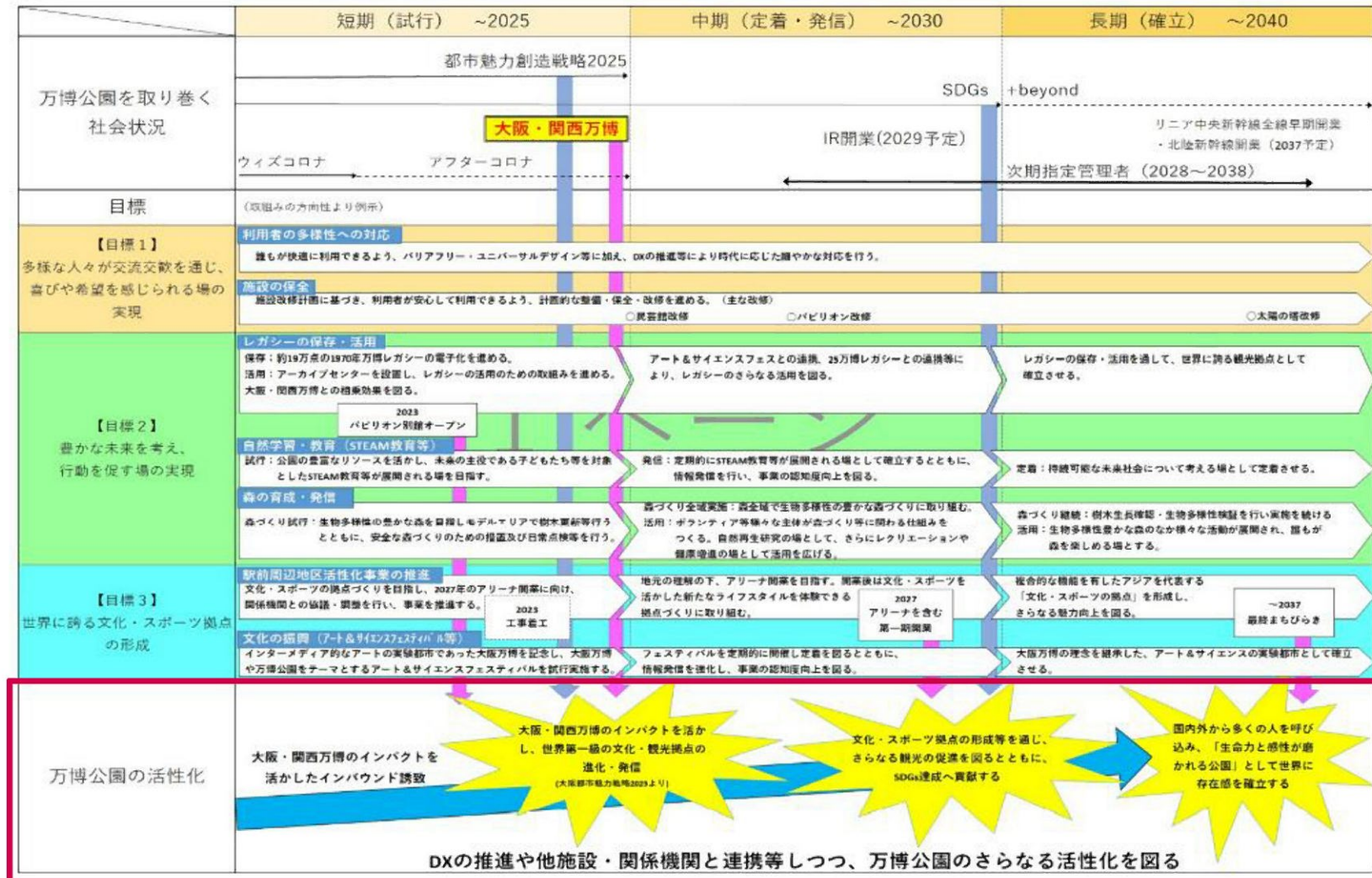
各所にビーコンを設置することで、その場所に近づいたユーザースマホに対して、プッシュ通知でメッセージを提供可能。



SARFアプリは、SARFの万博チャンネルを開くユーザーに音声案内可能だが、ビーコン連動することで、SARFユーザーへテキスト情報の通知が可能に。

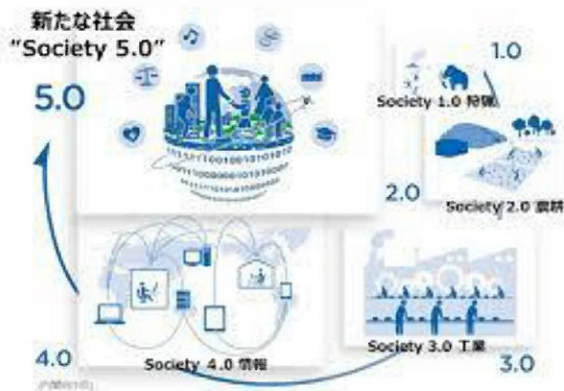
# APPENDIX

# 大方針1：「AIビーコン」は新将来ビジョン、に沿ったアクションプランの一つ





### 大阪スマートシティ戦略ver.1.0の概要 (3)



#### 取り組むべき戦略テーマ

- ▶ 戦略の対象は行政のあらゆる分野にわたるが、効率的・効果的に進めるため取り組むべきテーマを設定。行政自らのDX。さらに地域のDXを推進し、企業のDXと相まって、都市全体のDXへとつなげていく。
- ▶ また、「人間」が中心、「住民」が主役のスマートシティを実現する取組みとして、先端技術を活用して「住民の行動変容」をいかに支援するかという視点（住民モード）を踏まえた取組みも進める。

#### ○住民の生活の質 (QoL) 向上の具体化に向けた取組み

| テーマ例            | 当面の取組み (まずは何をどうするか)                                                                                                                                                                            |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AIオンデマンド交通      | ■ 条件の整った市町村にて先行事例をつくり、それを府域全体に横展開<br>※ 自動運転化についても、法整備の状況等を踏まえつつ、早期実現をめざす                                                                                                                       |
| 非公道での自動運転等の実証支援 | ■ 大阪府市等が持つ公有地等を開放し、企業等に非公道の実証実験フィールドを提供する                                                                                                                                                      |
| データヘルス          | ■ データを活用した住民主体の健康づくりを促進するため、健康アプリ「アスマイル」の普及促進とともに、ライフステージを通じたデータの集約・健康施策への活用に取り組む                                                                                                              |
| 楽しいまちづくり        | ■ テクノロジーをコンテンツ化し、フィールドを活用するプレーヤーを大阪に呼び込むため、事業者の提案を汲み取り、マッチングや規制緩和等により事業展開を後押しする                                                                                                                |
| キャッシュレス         | ■ 国やキャッシュレス事業者等とも連携しながら、啓発活動の実施などによりキャッシュレス化を推進する                                                                                                                                              |
| 防災              | ■ 住民一人一人がおかれた状況を認識し、適切な行動がとれるよう、テクノロジーの活用によって、個人の行動変容を支援する                                                                                                                                     |
| 教育              | ■ 学習者の視点から教育の質を向上させるべく、個別最適学習を重点的に検討する                                                                                                                                                         |
| 行政DX            | ■ 3つのレスの推進：はんこレス、ペーパーレスは全庁的な業務フローの棚卸しや検証(BPR)を行い、並行して、できるところから導入していく。キャッシュレスは、インバウンドに効果的な大規模集客施設からキャッシュレスの導入を検討するとともに手数料等について、府の本庁の納付窓口で先行して実施する<br>■ テレワーク：庁内での本格導入に向けた環境整備とともに、府域全体での普及促進を行う |

#### ○スマートシティを支えるデータとインフラの整備 (戦略推進の土台づくり)

|               |                                |
|---------------|--------------------------------|
| オープンデータ       | ■ 行政データ・統計データ利用の利便性の向上をめざす     |
| データ活用プラットフォーム | ■ 市町村のデータ活用支援のためのプラットフォームを構築する |
| 5G            | ■ 基地局拡充のための自治体保有施設の開放を検討する     |

うめきた2期だけがスーパーシティではない。  
公園のスマート化が都市のスマート化につながる

2025万博会場や、大阪Metro/関西空港などの交通機関とも連動し、プッシュ通知/来訪分析などを通し、相互送客で府市観光盛り上げに寄与する。





今回は、来場客分析に活用する分析項目をご提出。

### 【来場客分析/活用】

来場客のビーコン検知データ  
【wifi/bluetooth】/スマホID  
/GPSデータをもとに

① 来場客の性年代/居住エリア等の属性情報を可視化分析できる

② 滞在時間/施設内行動/競合レジャー施設来場状況等を可視化分析できる

①②はダッシュボードで提供が可能

### 【プロモーション効果の最大化運用】

③ デジタル広告接触者の来場計測ができる

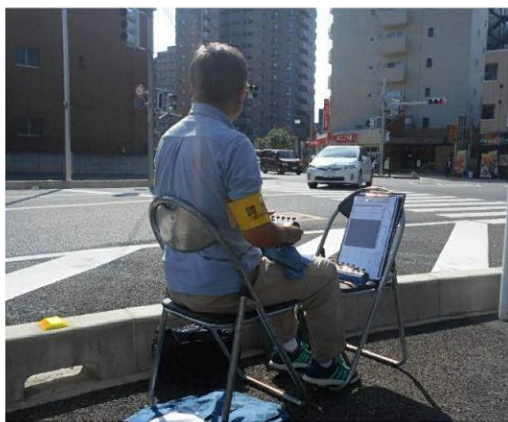
④ メディア/ターゲット/クリエイティブ別での来場率/貢献度を比較可視化できる

⑤ 競合レジャー施設来場層を狙い撃ちできる

③④⑤により広告の来場貢献最大化ができる

⑥ 来場客のスマホIDを取得蓄積できるので再来場アプローチ/CRM運用ができる

現在、人を介して行っている「来場者カウント」を、aiビーコンを介して自動化。  
(Wifi / Bluetoothでの人数捕捉率は、過去実績を踏まえ「6割～7割」を推定。)



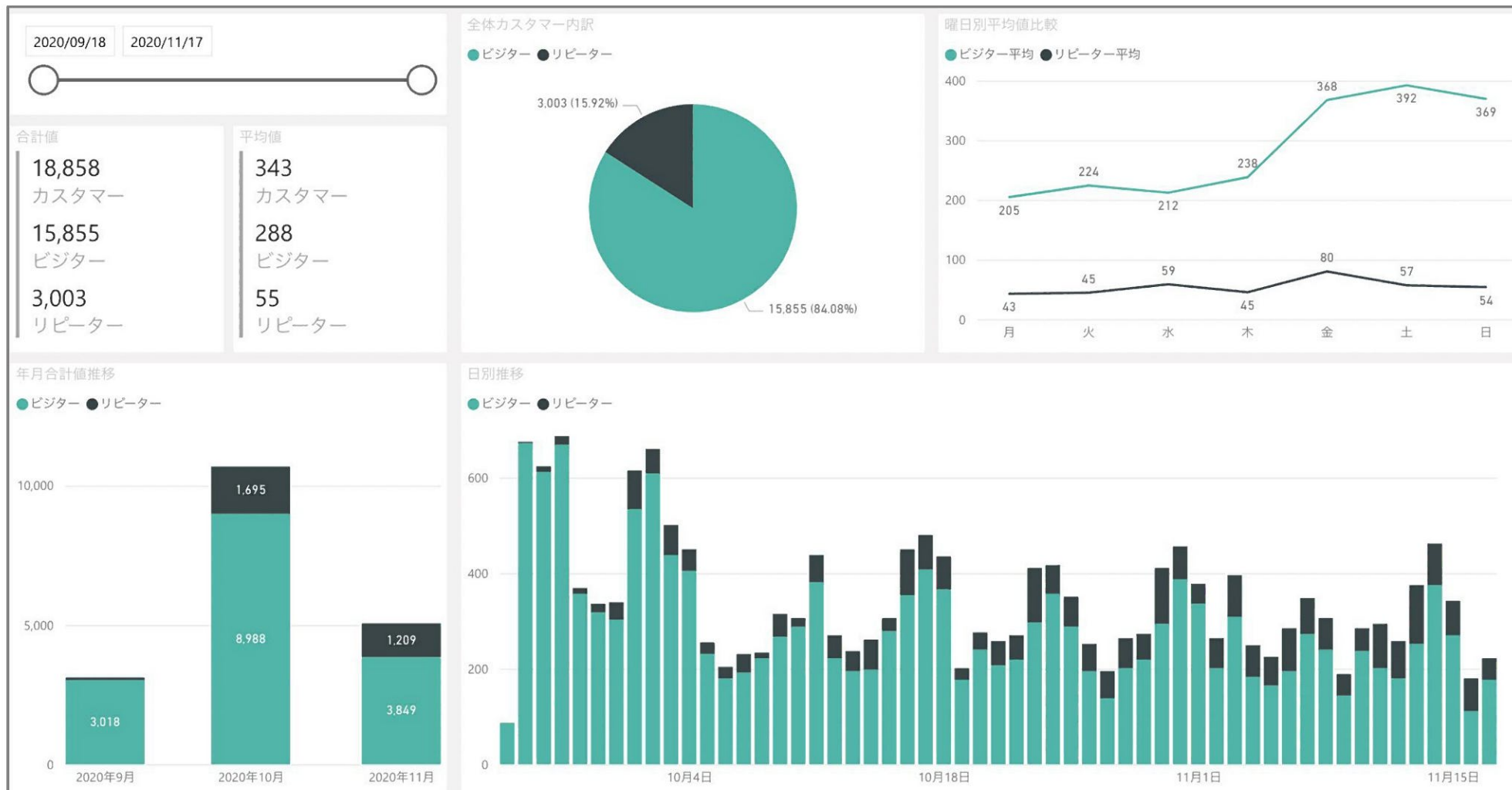
- ① BluetoothとWiFiの検知が可能
- ② アプリ不要でデータ収集可能
- ③ LINEクーポンも配信可能



国内及び米国、中国、韓国にて特許を取得  
特許第5713249号「マーケティングシステム及びマーケティング方法」

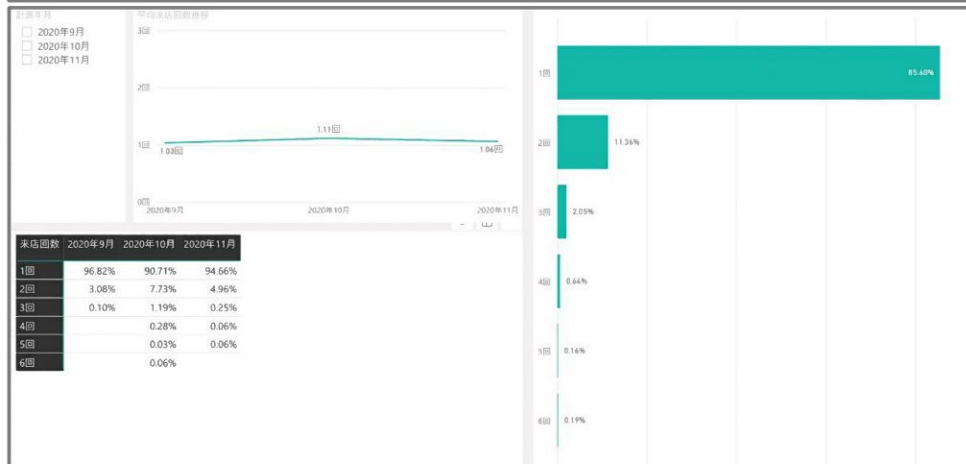
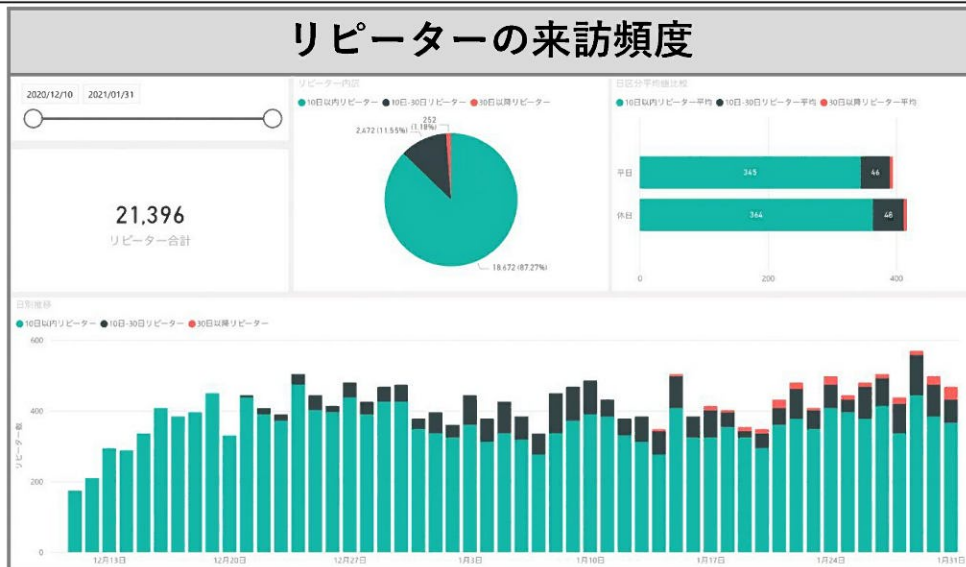
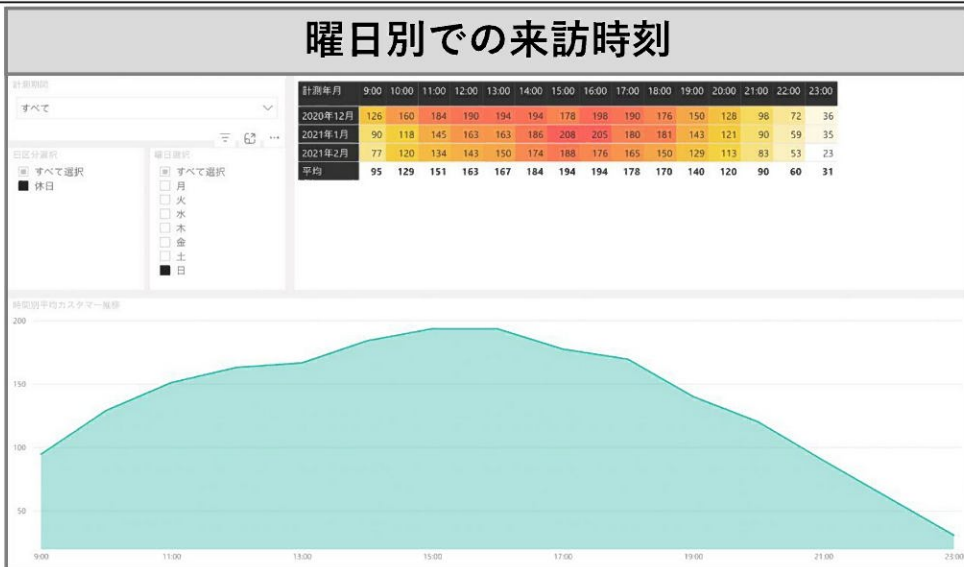
捕捉率は、6割～7割推定。  
一時期アナログ計測/ビーコン計測両方走らせ、  
実際の歩留まりを把握することを推奨。

### ③ ビーコンを活用したマーケティング計測 「カスタマー計測」



### ③ ビーコンを活用したマーケティング計測

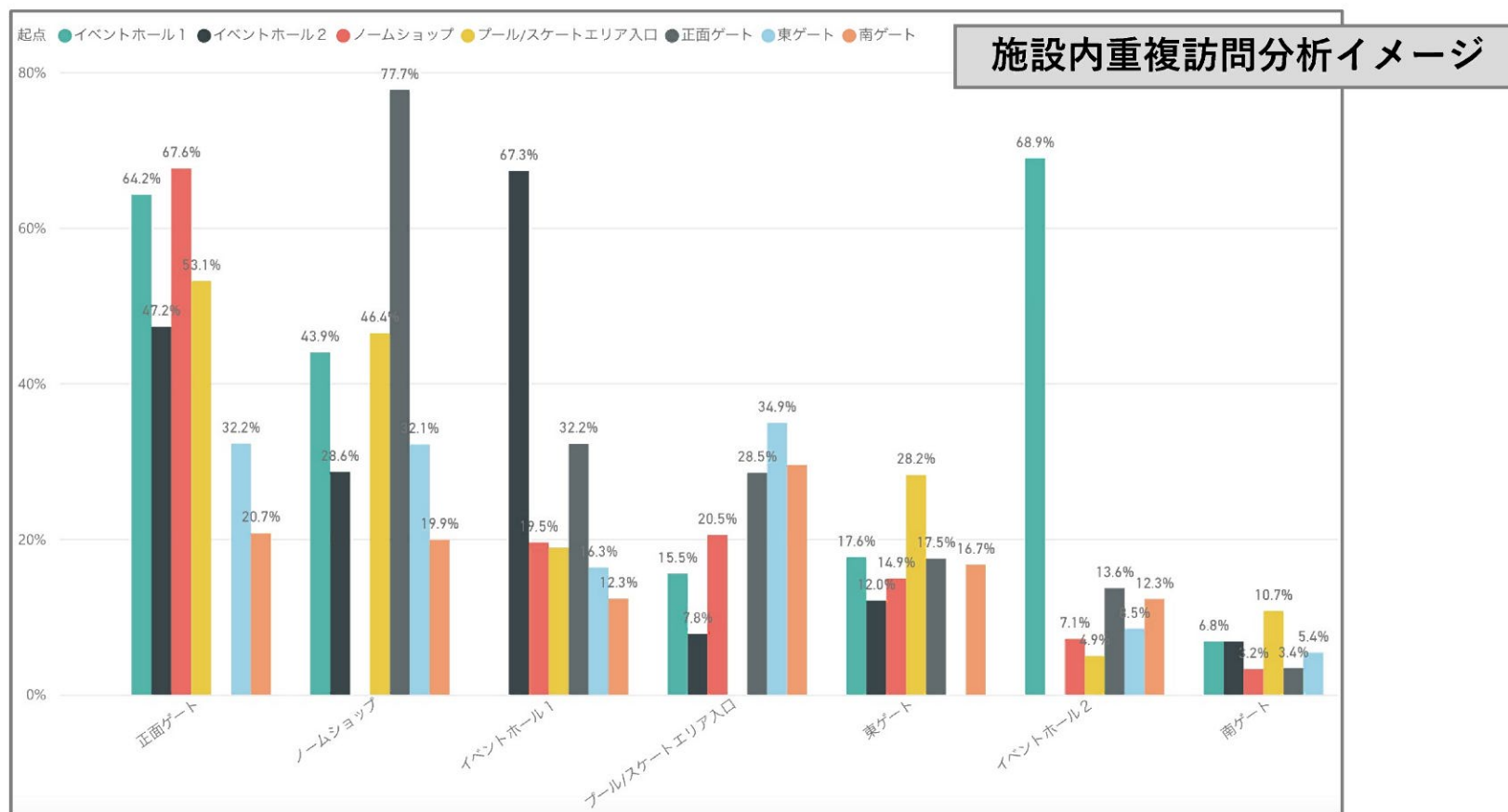
### 「頻度/滞在時間/来訪時刻 / 来訪回数」



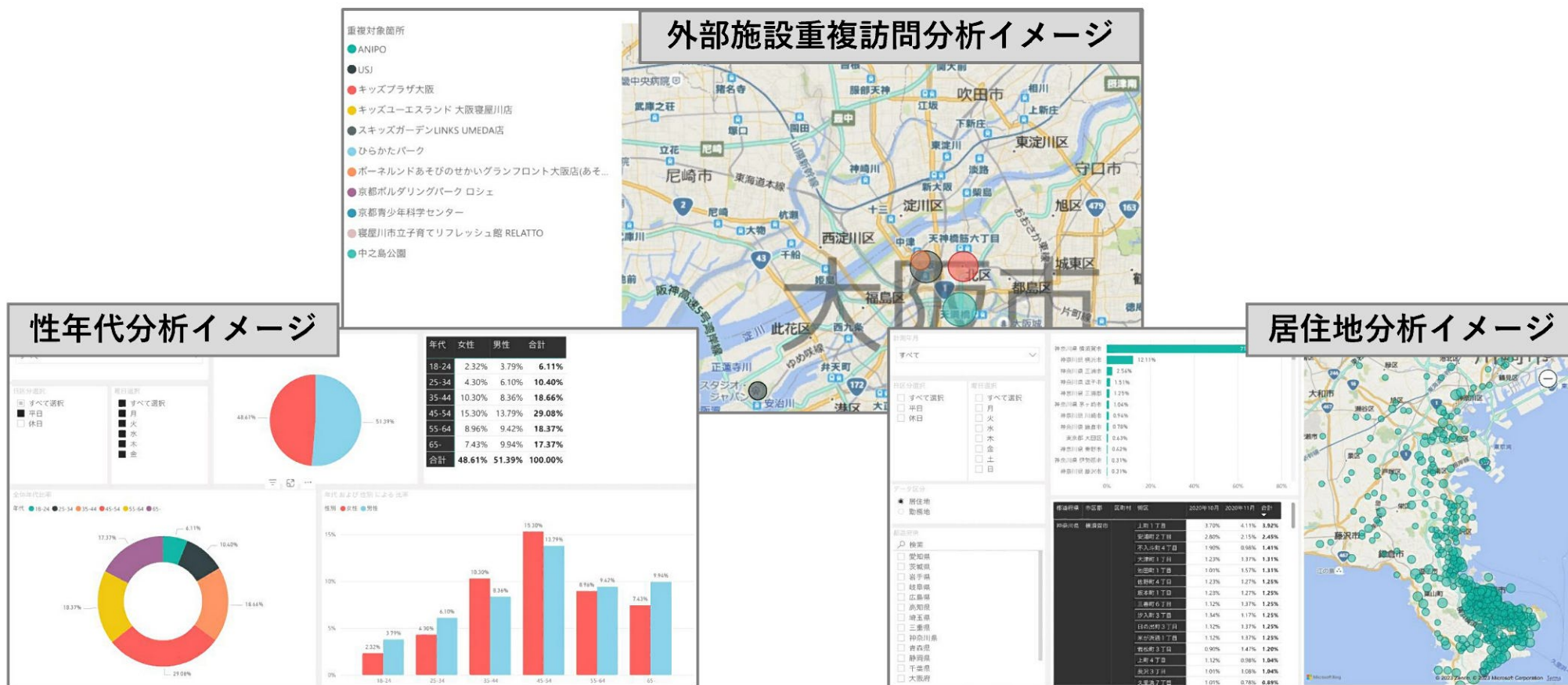
滞在時間

来訪回数

来場者の公園内での回遊状況を分析することで、ショッピングで併用される店舗などの行動を把握可能に。



来園者の公園外での行動を把握することで「性年齢 / 他訪問エリア（性年代/居住地/ららぽーと店舗や他施設重複訪問）」などの推定が可能となる。





ポイント

実際に商圈まで足を運んでいる人にターゲットを絞り広告配信ができる  
⇒**再来場が見込める**

位置情報広告におけるリタゲの仕組み

来場履歴のある人に配信することで、高確度で「万博記念公園」まで誘導する。

来場経験あり



広告配信



配信後

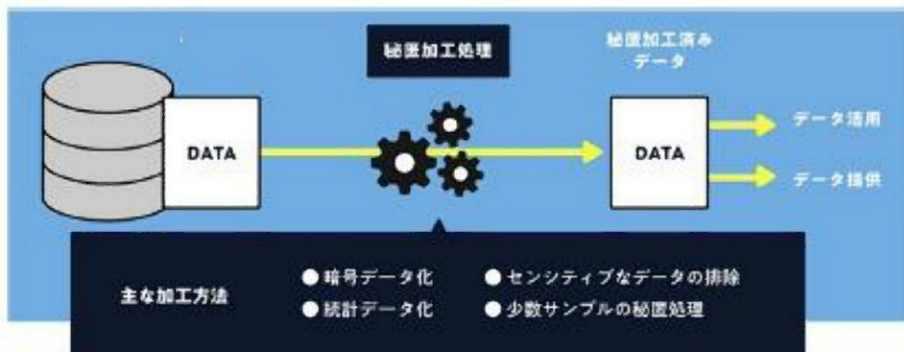


提携アプリで利用規約に同意したユーザーの人流データのみ取得（オプトイン）で、個人を特定しない「個人関連情報」として、特許技術で加工済みデータである。

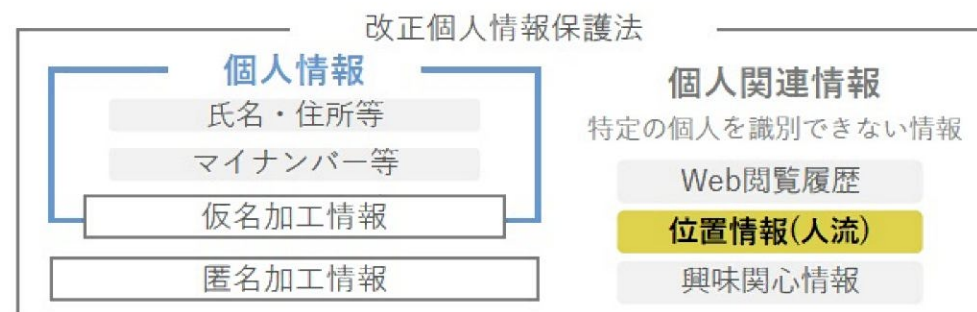
### 人流データの取得方法（オプトイン・オプトアウト）



### プライバシーの考え方



### 個人を特定しないデータ（個人関連情報）



プライバシーデータの秘匿加工技術について  
国内及び米国、中国、韓国にて特許を取得済み

特許第5713249号  
「マーケティングシステム及びマーケティング方法」