

し GPS 情報を送信することにより位置情報を緯度・経度の形式で取得する。

その位置が広告主の商圏であれば、広告がマッチングしたと判断してリアルタイムに配信されるのだ。ユーザーがどこに行っても、位置情報によって、まさにピンポイントで広告を仕掛けることが可能になったのである。

Ⅲ. エリア限定キャンペーン ASP システム

「Gcam (ジーキャン)」

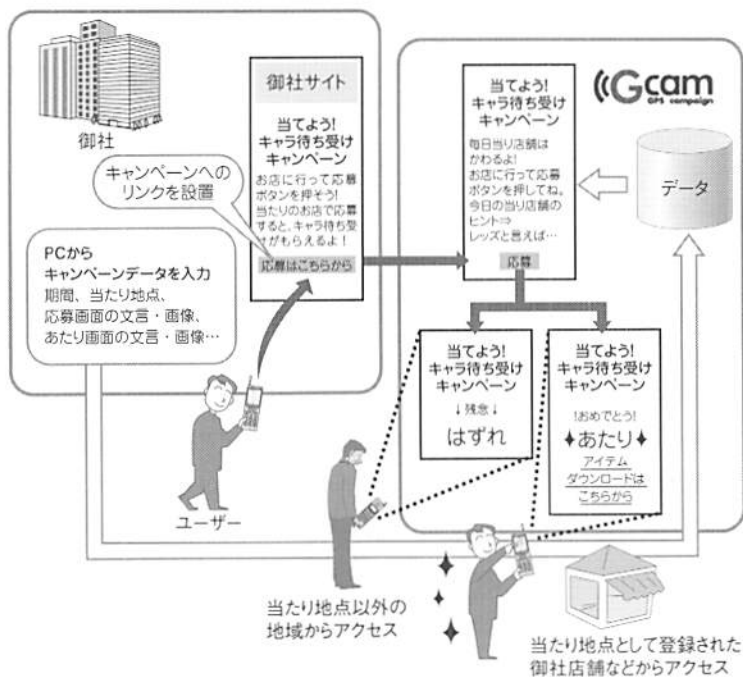
「宝探し」感覚が、地域キャンペーンを盛り上げる

「ローカルクリック」が、地域の情報(お店、イベント)を地域の人々に知ってもらおうという告知部分にフォーカスしたものであるとすると、さらに情報を知った人々にその場所へと実際に足を運んでもらうための仕組みが、この「Gcam」である。

「Gcam」は、「ある特定の場所(「当たり地点」)だけで、デジタルデータをダウンロードできる」といった集客のための ASP システムである。「当たり地点」には、店舗やイベント会場など、集客したい場所を登録しておく。リアル店舗運営者やイベント企画担当者は、集客のための宝探しキャンペーンを簡単に運営できるのである。

実施キャンペーンやイベント内容を告知し、ユーザーがキャンペーンに応募した時 GPS 情報を取得して、ユーザーの現在位置によって「当たり」「はずれ」を判定する。当たり画面にデジタルコンテンツダウンロード画面へのリンクを置くことで、その場所だけでゲットできるアイテムを賞品とすることができる。必ず「当たり」地点へ行かないとアイテムを入手することができないため、

■Gcam概要図



店舗やイベント会場への誘導を促すことが可能となるのである。

キャンペーンというと、一時的な企画のために多額の実施費用をつぎ込むといったイメージがあるものだ。しかし、「Gcam」は自社 Web サイトにキャンペーンコンテンツを比較的安価に導入できるため、実施店舗や企業にとっては集客に効果的なキャンペーンをリーズナブルに実施できることが魅力である。

また、実施中のキャンペーンについて、応募状況はいつでも管理画面にて確認することができる。応募者がどこからアクセスし

たのかわかるため、今後の戦略に活かすことも可能なのだ。

IV. 蓄積データをマイニングし、 より効果的なマーケティングへ

GPS という切り口を用いてユーザーの行動をマイニングする

GPS という切り口を用いることにより、モバイルワンテクノロジーの仕組みを活用したモバイルサイトにアクセスしてきたユーザーの行動を分析することができる。

ユーザーの「いる場所」「検索した内容」「興味を持った広告」などの情報をデータとして蓄積しマイニングすることにより、これまで把握することが困難だったユーザーの行動分析が可能になる。

将来的にはユーザーの行動や嗜好の分析結果を活用して、モバイルサイトへアクセスしてきたユーザーがどんな特徴を持っているかを把握して、そのユーザーにもっとも響くと考えられる情報や広告を配信していくことが可能になっていく。

ユーザーにとっても、自分が欲しい情報が手軽に手に入る、また情報提供者や広告主にとっても対個人に対して効果的なマーケティング活動を仕掛けることができる、そんな未来もそう遠くはない。

V. モバイルというこれからの分野に

重点をおいたきめ細やかなサービス

モバイル公式サイト診断、申請・企画書作成代行、

開発までワンストップで

モバイルワンテクノロジーでは、その他、受託開発におけるさ

さまざまなサービスを展開している。特に公式サイトに関しては、その診断から申請・企画書作成代行、実際の開発までをワンストップで提供している。

公式サイトのカリヤ申請書類は100ページほどにものぼるため、作成にはコストがかかるが、ユーザーにとってはそれらを簡便にコストも抑えめに進めてくれる。公式サイトの子金対応にはM-CPという課金パッケージを利用し、開発コストとサイトオープンまでの開発期間を短縮した公式サイトの子築を実現する。

開発ではさまざまな環境・言語にも対応可能で、テストフェーズでは対象機種に対して実機でテストを行い、サイトの品質を向上させていくのだ。携帯サイト開発だけではなく、携帯サイトコンサルティングも得意領域としている。

常におもしろく、常に新しいものを生み出すことにチャレンジ

ITを活用して、これまでになかったおもしろいものを世の中に提供していきたくて思ったことが起業の動機のひとつだそう。 「自己責任の下の子由」を大事にしたいという考えから、普段は文化系体質で、上下関係の大変さなどもあまりない社風だとか。ただし、仕事やお客様に対しては体育会系。何があっても逃げることは許さず、最後まで踏ん張る、そんな仲間が集まっているそう。

モバイルというこれからの分野に重点をおき、常に新しいものを生み出そうとチャレンジしているモバイルワンテクノロジー。今後も、地域の発展のために活動している地場の企業とおもしろい仕掛けをしていきたいという代表取締役藤井氏。

取引会社は多岐にわたり、やりたい仕事を見つけ出すチャンス

には常に恵まれているという。アジア（中国・韓国）企業との強いコネクションがあるので、将来的には海外戦略を進めていける土台もある。今後の発展に目が離せない。

● Company Profile

会社名	株式会社モバイルワンテクノロジー
代表者	代表取締役 藤井信一郎
所在地	埼玉県さいたま市浦和区高砂 1-2-1 エイベックスタワー 210号
URL	http://www.mob1tec.com
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> • モバイル GPS ソリューション事業 • IT ソリューション事業 • モバイルコンテンツ事業

アイデア具現化で飛躍する企業

Company
2

チームラボ株式会社

デザイン発想で、新しいサービス開発に チャレンジ

I. デザイン力で、IT を変える

クリエイティブデザインを超えた“アート活動”

IT 企業のほとんどは、先進性と新奇性を競っているといっても過言ではない。「これまでになかったテクノロジー」「先進的なテクノロジーを使った新しいサービスや製品」等々。

しかし、チームラボ株式会社はちょっと違う。もちろん、チームラボも IT 企業であり、独自のテクノロジー開発に余念がないし、先進的なテクノロジーを駆使した新サービスを数多く提供している。そしてもちろん、そうしたテクノロジー・オリエンテッドなサービスの特性もアピールしているのだが、それ以上に“デザイン”の秀逸性が前面に出ている IT 企業なのである。

チームラボの会社案内には、当然のことながら、「先端のインターネットテクノロジーの開発・販売」や「Web2.0 トータルソリューション」「インターネットサービス」、そして「マーケティングテクノロジー ソリューション・サービス」などの項目が列記されている。しかし、それらと並列で、あるいは紙面スペース的にはそれらより大きく、「アート・デザイン・クリエイティブ」という項目が取り上げられている。

Web サイトの制作業務を扱う企業の場合、サイトに関するデザイン力の優位性をアピールするケースは少なくないが、チームラボの作品はちょっと異質だ。会社案内に掲載されている作品例は、サイトデザインなどのデザイン性をアピールするものではなく、「花紅(ハナクレナイ)」や「若冲幻想」という、どちらかというアート作品である。

「花紅(ハナクレナイ)」は、2006年に「スヌーピーライフデザイン展」で出品された作品である。「墨絵という非常に日本的な美術表現を、現代のテクノロジーで、再構築」することをコンセプトとして創り上げたものなのである。もはや商業ベースのクリエイティブデザインの領域ではなく、まさにアートの領域である。

デザインとテクノロジーの融合

チームラボのアートフルなデザイン性は、B to Bの各種製品群においても発揮されている。たとえば、「チームラボマッピングサーチ」という検索エンジンなどは、その代表格である。

基本は、ユーザーの購買履歴やアクセスログなどに基づいて、商品や情報をレコメンドする、いわゆるレコメンデーション・エンジンである。しかし、ユーザーの要求に対して表示される結果が、極めて視覚的にまとめられており、従来のレコメンデーションとくらべて、表示される結果のビジュアル性において秀逸なのである(次項で詳説)。

チームラボの企業理念は、

- ①「高いテクノロジーと豊かな文化を創造し、日本再生を担う活動」
- ②「常に新しいことにチャレンジし続けるおもしろいラボの建設」

③「世界で活躍できるチームを目指し、次の世代への実際的な啓蒙」というものである。

とりわけ、“テクノロジーと文化の創造”という部分に、チームラボのオリジナリティが見える。

こうした視点、つまり“文化の創造”を前面に出して事業展開している企業は、現在の日本におけるIT企業として稀有な存在といっても過言ではあるまい。

II. 視覚にこだわったレコメンデーションを実現

レコメンドの内容をビジュアル表示

チームラボが提供する「チームラボマッピングサーチ」の訴求フレーズは、「直感的に検索できる新感覚検索エンジンチームラボマッピングサーチ ストレス知らずの情報検索！」である。

「チームラボマッピングサーチ」の優れている点は、ユーザーの検索要求に対して、その結果を視覚的に表示することと、検索要求に対して厳密な結果を表示するだけでなく、検索要求から、そのユーザーの嗜好性に合ったレコメンド情報も併せて表示することの2つである。

これまでの検索エンジンとは違い、アイテムの傾向と相関度をもとに、アイテムの傾向や相関度の高さを座標上にマッピング表示するように設計されている。このため、検索要求に対して表示される複数のアイテムが、より関係性が近いアイテムを自動的に配置されるのである。たとえば、自動車の検索において、「トヨタ エスティマ」を検索すれば、それを中心として、そのエスティマと関係の近いものをマップ上に表示してくれるのである。

また、操作性にもこだわっている。「チームラボマッピングサーチ」では、キーボードを使わずに、画面をクリックするだけで、膨大な情報量の中から、自分の嗜好性に合った情報に出合えるのである。この点は、従来の検索エンジンなどにはなかった画期的な仕組みだといえる。

2つのエンジンでレコメンデーションする

チームラボ独自のレコメンデーション・エンジンの特徴は、「形式知エンジン」と「暗黙知エンジン」の2つのエンジンを同時に使っているという点にある。

ネット上で公開されている映像や画像などを含むアイテムには、どんなアイテムであっても必ず自然言語による情報が付随している。そして、情報検索のニーズの要因は自然言語による情報、すなわち形式知で表現されており、形式知エンジンとは、そうしたアイテムの表層にある情報を自然言語処理によって解析し、ニーズの要因を抽出するエンジンである。

また同時に、「感動」や「文間」といった暗黙知もある。ニーズの要因は、すでに述べたように表層にある情報（形式知）だけでなく、暗黙知で表現されている場合があると考え、暗黙知エンジンでは、過去の行動履歴をデータベースで管理することにより、同じ嗜好の人の行動を統計的に算出し、次の行動を予測するのである。

この2つのエンジンが同時並行的に働くことにより、ユーザー本人でさえも認識していない、潜在的な嗜好性に沿った情報の表示が可能になるというのである。

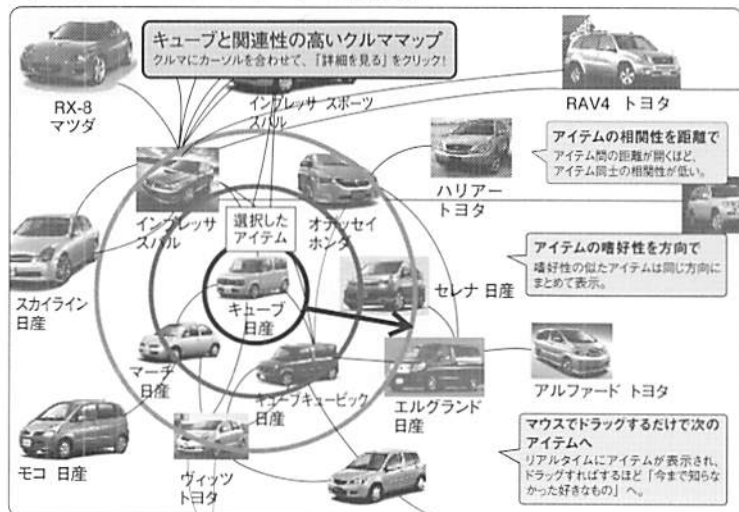
図にあるとおり、「チームラボマッピングサーチ」の表示結果

は、とにかくビジュアルとして見やすい。通常の検索エンジンは、結果の表示が文字列の一覧であることが一般的であるのに対して、「チームラボマッピングサーチ」の場合には、複数のアイテムの位置関係（相関性）を含む情報を一見できるのである。

このマッピングの座標計算結果はアイテムが多次元のユークリッド空間に配置された状態から、情報の検索にとって重要なデータをいかに圧縮せずに2次元平面に落とすかというアルゴリズムを多次元尺度法などの多変量解析やエネルギーの平均性を考慮するなどさまざまな手法によって生み出している。

また、レコメンデーション計算は直列的なプロセスであるため、大規模データに対し時間がかかっていたが、並行分散処理させるシステム開発したことで大規模データの計算をリアルタイムに処理することも可能としている。

■ Laboo! のマッピングサーチの結果画面



Ⅲ. 動画検索という新発想「サグールテレビ」

世界中の動画を検索・閲覧できる「サグールテレビ」

もうひとつ、チームラボの特徴的な検索・レコメンドサービスとしては、「サグールテレビ」が挙げられる。これは経済産業省の「情報大航海プロジェクト」に採択された動画検索エンジンである。

このサイトでは、世界中にある約60の動画共有サイトから、動画を検索して視聴することができる。また、日本語での検索に対し、自動的にその検索キーワードを翻訳して、海外の動画共有サイトにある動画を検索する機能も備えているので、日本語の説明がない海外の動画であっても検索が可能である。

サグールテレビの優れている点は、操作性の良さにある。キーワード検索などの結果は、サムネール付きの一覧で表示され、これをドラッグ&ドロップとクリック操作だけで簡単に再生できる。初心者でもストレスなく楽しめるのである。

■サグールテレビ画面



オモロ検索でオモロ順に表示

この「サゲールテレビ」は、数少ない「純国産検索エンジン」として一般のインターネットユーザー向けに提供されるサービスである。独自のアルゴリズム「オモロアルゴリズム」の開発に成功し、「Web サイトへのリンク数に重きが置かれる従来の検索エンジン」では抽出することが難しくなってきた「人の主観・興味を反映した検索結果」を抽出することを目指している。

具体的にどんなことができるかといえば、大きくは次の3つが挙げられる。

- (1) より「おもしろいもの」を探す
- (2) 表の世界ではなかなか知ることができない、より「ディープな情報」を見つける
- (3) フツウなら納得な、より「コアなこと」を知る

まずは、実際に試してみるといだろう。

さて、こうした画期的なサービスを実現した背景には、独自開発のテクノロジーを含むさまざまなテクノロジーがあることはいうまでもない。そのテクノロジーとは、チームラボ独自のインデックス生成、検索エンジン、インターネットクローラー、自然言語処理、多変量解析、ブログ本文抽出アルゴリズム、SVM（サポートベクターマシン）などであり、今後は、動画像解析、音声解析、インデックス分散処理なども取り組む予定である。

また検索エンジンやインデクシング、クローリングなどは大量データを高速に処理する必要があるため、データの分散処理についても取り組んでいる。

IV. 文化創造のためにテクノロジーを活用する

機能性を損なわないデザイン

チームラボが、デザインについてこだわりをもっていることは、さまざまなプロダクトやさまざまな取り組みを見ればわかる。

ただ、決してデザインのためのデザインではなく、あくまでも機能性が前提にあって、その機能性を十分に満たしたうえで、どうデザインで主張するか、というこだわりが感じられる。

そして、そのこだわりを突き詰めたところに、文化の創造というステージがある。

多くのIT企業がテクノロジーを第一義に考え、テクノロジーの優位性だけで事業の成長を目指すのに対して、チームラボは、ベースとなるテクノロジーを重要視しつつも、よりアートに近い表現を追求している。表現デザインの秀逸さは、日本を再生してくれるかもしれない。

●Company Profile

会社名	チームラボ株式会社
代表者	代表取締役社長 猪子寿之
所在地	東京都文京区本郷 4-9-22 本郷フジビル 2F
URL	http://www.team-lab.com
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタルプロデュースおよびコンセプトプロデュース ・トータル Web プロデュース ・システムインテグレーション・IT コンサルティング ・統計・確率的手法、自然言語処理、データマイニング ・テキストマイニングを用いた最先端技術の開発 ・事業再建、戦略系コンサルティング ・次世代テクノロジーとカルチャーの研究 ・マーケティングシステム構築

アイディア具現化で飛躍する企業

Company

3

株式会社

サムライファクトリー

侍

Samurai Factory

B to C のインターネット・サービスをフルアソートしているという強み

I. 「表現者をサポートし、かつ自分も表現者たれ」が モットーのおもしろい企業

CGM 全盛時代の寵児

ブログや SNS など、個人が簡単に情報発信できる時代を反映して、個人向けの各種 Web パーツを提供する企業が増えてきている。株式会社サムライファクトリーも、そうした個人向けの Web パーツサービスを事業の中軸として成長を遂げている企業である。

サムライファクトリーの前身は、有限会社ハニワシステムというシステム開発事業を手がける企業で、資本金 300 万円で 2004 年に設立された。Web 広告やモバイル広告を手がけていた同社は、2005 年に株式会社忍者システムズを吸収合併し、社名を有限会社サムライファクトリーに変更し、今日に至る。

ブログサービス「忍者ブログ」の運営を開始したのは、2006 年 1 月である。以来、今日までのわずか 3 年足らずの間に、急速に業務を拡大し、個人向け Web パーツサービスの企業としては、圧倒的なスピードで急成長を遂げた。

サムライファクトリーの急成長を支えたものは、やはりブログなどの CGM が急速な勢いでインターネットユーザーに浸透して

いったことが挙げられるのだが、同時に、そうした時代の動きを的確に捉えて、提供サービス内容を充実させていった先見の明があったからこそといえるだろう。

充実したサービスラインナップ——表現者をサポートすること、自らが表現者であること

サムライファクトリーの業務内容は、実に多岐にわたっている。Web パーツサービスである「NINJA TOOLS」、広告配信サービス、法人向けアクセスログ解析サービスなど。また、「サムライサウンド」という CD レーベルを立ち上げるなど、その業務拡大の方向性は、単純な「IT」という枠組みでは捉えきれないほどに多様なのである。

サムライファクトリーでは、「表現者をサポートし、かつ自らも表現者たれ」というモットーを標榜している。個人向け Web パーツサービスの内容を充実させることも、また CD レーベルを立ち上げることも、「表現者をサポートし、自らが表現者たる」ということでいえば、彼らにとっては当然の活動なのかもしれない。

II. 完成度の高い NINJA TOOLS

個人向け Web アプリケーション無料レンタルサービスの先駆け的存在

サムライファクトリーの中心的サービスは、「NINJA TOOLS」という Web パーツサービスである。「NINJA TOOLS」には、無料で容量制限なしにブログサイトを立ち上げられる「忍者ブログ」、同様に独自のホームページを立ち上げられる「忍者ホームページ」

などのほか、「忍者アド」「忍者カウンター」「忍者メールフォーム」など、無料で利用できるパーツが多数用意されている。

とりわけ「忍者アクセス解析」は、「NINJA TOOLS」の中でも人気が高く、コンシューマ向けとしては、世界でも有数のユーザー数だといわれている。2007年7月時点での「NINJA TOOLS」のユーザー数は、140万人を超えており、国内最大級といっても過言ではない規模を誇っているのである。

アクセス解析サービスが優れたもの

「NINJA TOOLS」のアクセス解析ツール「忍者アクセス解析」は、非常に使い勝手がよく、解析内容も充実している。導入にあたっては、管理ページに表示される解析用のタグを、自分のサイトのHTMLファイルに貼り付けるだけなので、専門的な知識がなくても簡単に設置できる。

また、すべてのアクセスログは、リアルタイムに解析されるのが特徴で、解析結果の閲覧に翌日まで待たされるということもない。法人サイトのみならず、個人サイトのユーザーであっても、自身のサイトを更新した際には、それによる反応をリアルタイムで知りたいものである。

そういう意味でも、リアルタイムの解析というのは非常にありがたい。

解析内容としては、「生ログ」や「時系列アクセス推移」「ページ毎アクセス一覧」などがある。アクセス推移やページ毎アクセス一覧などはグラフ表示されるので、自分のサイトのアクセス状況を一目瞭然で把握できる。

時系列アクセス推移では、指定した日付、または指定した期間の時間帯別アクセス数を表示することができ、1日のアクセス推移では、前日・前週同曜日との比較もできるようになっている。

その他、訪問者がサイトに訪れる前にいたサイトのリンク元を表示する「リンク元統計」、訪問者がどこの検索サイトを利用して自分のWebサイトを訪れたかを表示する「検索エンジン」解析、訪問者がどのようなワードで検索して自分のWebサイトに訪れたかを表示する「検索ワード／検索フレーズ」解析などもできる。

個人サイトのアクセス解析内容としては十分であり、まさに至れり尽くせりといえよう。

■生ログの項目一覧

ページ	アクセスされたページ名を表示
ページ回数	同一人物がこのページに何回アクセスしたかを表示
サイト回数	同一人物がこのサイトに何回アクセスしたかを表示
前回	訪問者が前回訪問した日時を表示
初回	訪問者が初めてサイトに訪れた日付を表示
モニタ	訪問者のディスプレイの解像度と同時発色数を表示
JavaScript	JavaScriptが有効かどうかを判定
Cookie	Cookieが有効かどうかを判定 ※[絞り込み]をクリックすると、この人物を抜き出して表示することができます。
リンク元	リンク元（どこから来たか）を表示
HTTP_USER_AGENT	ブラウザの情報を表示
国/言語	ブラウザの表示言語を表示
ホスト名	訪問者のホスト情報を表示

■時系列アクセス推移とページ毎アクセス一覧の参考例

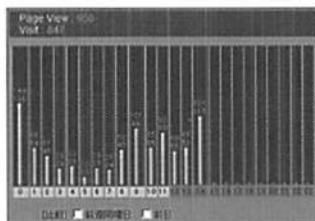
時系列アクセス推移

指定した日付、または指定した期間の時間帯別アクセス数を表示します。

1日のアクセス推移では、前日・前週同曜日との比較も可能です。ピンク色がページビュー数、青色が訪問者数を示しています。

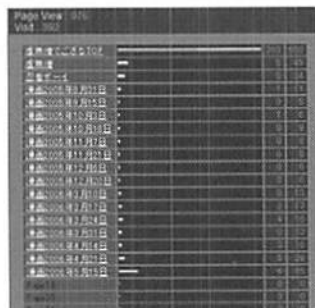
※ページビュー数：そのページが表示された回数

※訪問者数：そのページを訪問した人の数（同一人物が同じページを複数回見ても1回としてカウントされます）



ページ毎アクセス一覧

指定した日付、または指定した期間のページ毎のアクセス数を表示します。



Ⅲ. 斬新な新サービス・新事業を続々展開

漫画の主人公になりきる「漫画チャット」

サムライファクトリーが新たにはじめた「漫画チャット」がおもしろい。

これは、ユーザー自身が、漫画のキャラクターになりきって、コミック誌のコマの中で自由に会話を楽しめるチャットコミュニティサイトである。

設定キャラクターはオリジナルで作ることもできるし、あらか

じめ用意されている40を超える既存の専用キャラクターを使うこともできる。

当たり前のように漫画文化と接してきた世代にとっては、何の違和感もなく入り込める世界であるに違いない。

■漫画チャット画面

漫画チャット

漫画チャット部屋作成 漫画チャット部屋一覧

漫画チャットに利用いただくためには、最新のFlash Playerが必要です。 Get Adobe Flash Player

漫画チャットメンバー

桜花(12) test(17) 声きととき(9) 取り敢えず息抜き(10) クールにいこうぜ(7)
 龍田川(11) 初心者さんでもどぞ(9) 初心者(42) 初心者歓迎(10)
 気が向いたらどぞ(6) 誰でもどうぞ(12) ゲーム(6) by紅姫・紅姫(10) ※桜花バス(11)
 からくれなゐに(10) **テスト(87)** 暇つぶしにご利用ください! 秋はかなしき(9)

まだ未体験? だったら..

★新規登録★

まずはこちら! 漫画チャットって?

お問い合わせはこちら

よくみる質問

ログインはココから!

メールアドレス

パスワード

パスワードを再入力してください

決断が自動ログイン

ログイン

IV. 明確な企業文化が印象的

徹底した“サムライ”テイストが魅力

サムライファクトリーのネーミングやデザインは、徹底的に“サムライ”テイストである。

もっとも、ここでいうサムライテイストは時代劇調というわけではない。「サムライファクトリーらしさ」とでもいうべきものである。

とにかく、その徹底度は賞賛に値する。サムライファクトリー

のコーポレートサイトには、写真付きのメンバー紹介のページがある。掲載されている写真も非常に個性的で、いくつかのメンバーは自身のブログにリンクされているのだが、その内容も個性的である。

まさに彼ら自身が表現者であり、表現者であるからこそ「表現者をサポートする」サービス作りに長けているのだと納得できる、その多士済々ぶりに、サムライファクトリーという企業の大きな可能性も垣間見られるのである。

B to B へも進出

これまで、B to C の展開が中心であったサムライファクトリーだが、最近では B to B への進出にも余念がない。

アクセス解析に関しては、個人向けではあるが、極めてクオリティの高いサービスを提供していることについて、すでに触れた。今後はそのアクセス解析サービスを、法人向けに提供していくようである。

「アクセス解析 for Business」がそれである。

Web サイトのアクセス数、訪問者数、訪問者のリンク元、検索エンジン、検索キーワードなどが解析できるのは「忍者アクセス解析」と同じだが、大型サイト、アクセスの多いサイトに最適化している点や、専用のサポート窓口を設けている点などが個人向けとは異なっている。

個人向けの Web パーツサービス企業としては、すでにゆるぎないポジションを確立しているといえるが、B to B において、どれだけ革新的な展開を見せてくれるのか非常に楽しみである。