



## アジェンダ

16:00~16:10	挨拶
16:10~16:30	III紹介、 商品説明
16:30~16:50	商品デモ
16:50~	Q&A

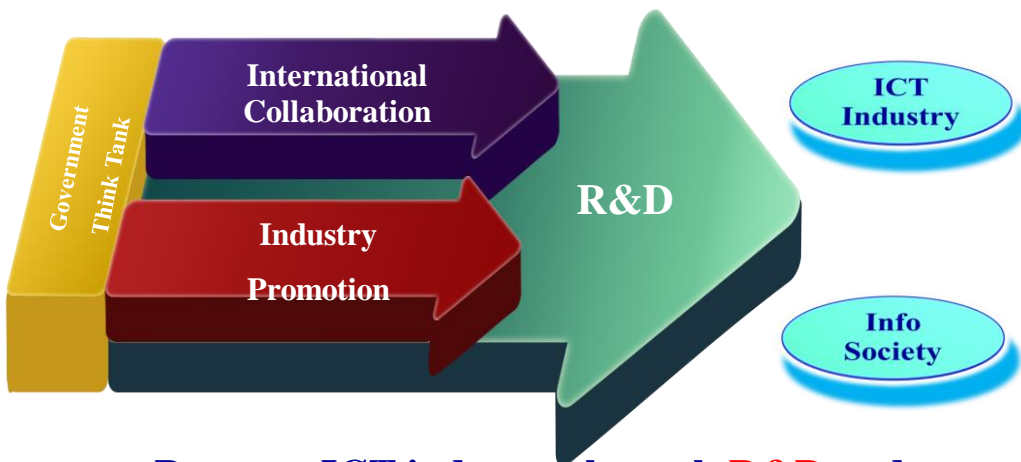


## IIIの概要

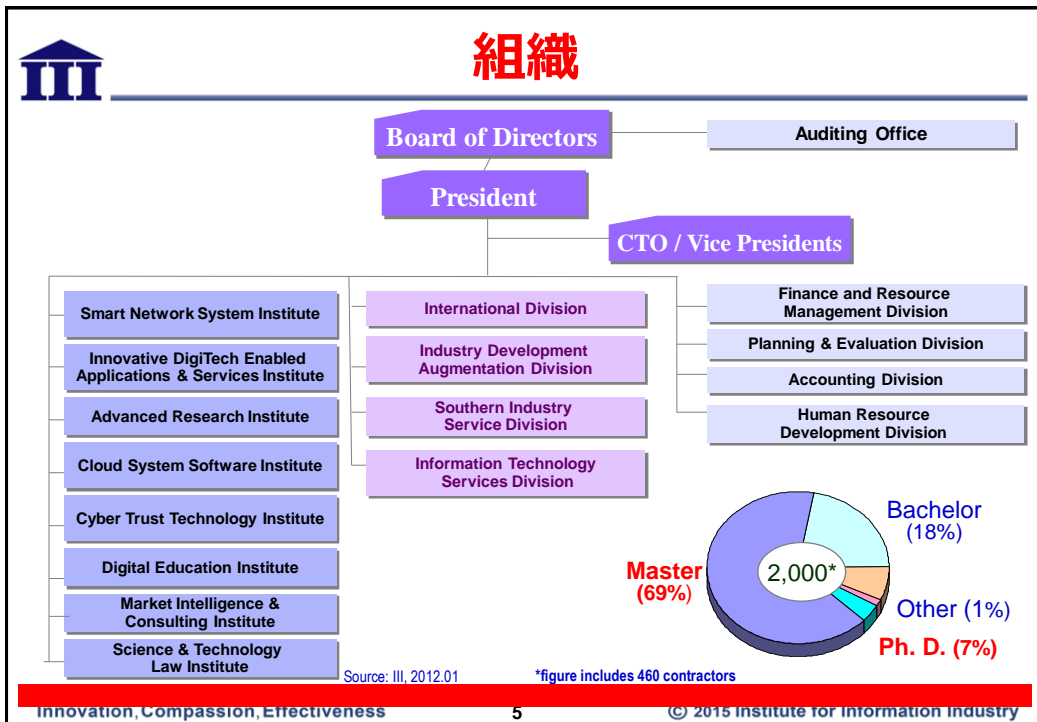
- ❖ 1979年にNGOとして設立
- ❖ 本社は台北。台湾における世界クラスの情報産業を目指す。
  - 台湾のICT産業の開発をけん引
  - 公私にわたるICTの開発の促進
- ❖ 35年にわたる成長
  - 台湾のICT産業と情報社会の発展に大きく貢献



## IIIの使命

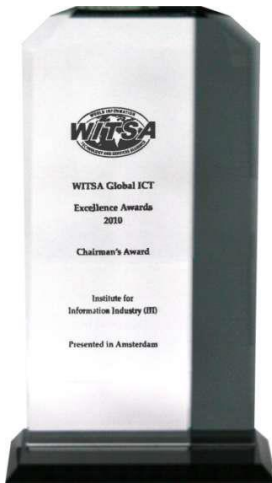


**Promote ICT industry through R&D and International Collaboration**





## 台湾情報化の原動力になる



### World Information Technology and Service Alliance (WITSA) 2010 WITSA Global ICT Excellence Awards

“It should be noted that the Institute for Information Industry (III) stands out above and beyond any other nominee as it has been ranked among the top two in both the Public Sector and Digital Opportunity categories. In the latter category, it received more than twice as many votes as any other candidate. I therefore recommend that we consider III for the Chairman’s Award” .

by Dr. Jim Poisant  
WITSA Secretary General  
2010 WITSA Global ICT Excellence Awards Selection Committee Chairman



## 国際部門INTERNATIONAL DIVISION (ID)

### ID's Mission

1. Assist III's RD for international cooperation

2. Assist industry and III to expand to international market

1. Assist Taiwan's ICT industry to expand international business
2. Assist III's R&D teams to collaborate with international institution to raise competitiveness in the value chain, and to promote R&D results to benefit ICT industry worldwide

# IDの国際チャンネルとパートナー


Int'l Partners

**Middle East**  
Qatar InnoTech, ISF, ITQan / Kuwait KISR, FCC / AmanSSVK,TRC

**China**  
China iSoftStone, CCIP, E-C-E

**East Asia**  
Vietnam eDT, IVTECH / Philippines GCC / Malaysia UUM, Kohwai & Young Publications /Japan JTREC


**Africa**  
Swaziland Technoworld / Nigeria Naira Net, ServTrack / Egypt GNSE



**ADOC** APEC DIGITAL OPPORTUNITY CENTER

ADOC : 101 DOCs

**Southeast Asia** : Vietnam, Philippines, Indonesia, Malaysia, Thailand  
**America** : Peru, Chile, Mexico  
**Oceania** : Papua New Geinea  
**North Asia** : Russia



Innovation, Compassion, Effectiveness
9
© 2015 Institute for Information Industry

## O2Oビジネス ソリューション



飲食店、商店街、キャンペーン




特wish  
オススメ

最もHOTな情報をお届け!

CAMPAIGN

キャンペーン情報

WISHからのお得な情報が満載!

© TemplatesWise.com

10

## 販売競争と新しいサービス



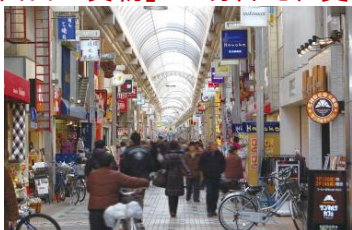
### ライバル

ネットショッピング  
、リテール業者



ICTサービスによって消費者に個人的な体験  
を提供して、競争力を高める。

新しいサービス導入により商品情報がカスタム化して新たな販売モードを増やして、消費者にリアルな経験を提供できる。「必要な買物」から「面白い買物」に切替え、更に「ファンの経営」にもなれる。



11

## O2Oビジネスソリューション



### ダーツゲーム

アプリ 1



### 願い札

アプリ 2



12

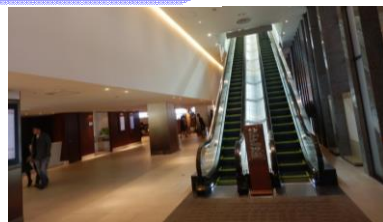


## アプリ 1 : ダーツゲーム



### 利用シーン

レストランやホテル(旅館)周辺(例えばエスカレーターなど)デジタルサイネージと相互性な販促情報とクーポンをもらう。



13

## アプリ 2 : 願い札




### 利用シーン

- 消費者がIDをログインして願い札をロビーでデジタルサイネージに貼り付ける。
- サイネージには消費者とファンの願いを表示して商品のクーポンを獲得する。



14

## アプリの使用と手順



アプリ開始

App

メニュー

1. お店案内
2. 願い札
3. ダーツゲーム

1. 携帯で願い言葉を入力してQRコードが出るとカメラに感知させる。  
2. 願い/祝福言葉がモニターに表示される。  
3. クーポンを携帯に送ってくれる。

1. 開くと携帯にダーツの映像が画面に映り、モニターのダーツボードに手で投げる。  
2. 当たるクーポンを携帯に送ってくれる。

Available on the App Store  
iPhone iOS 4.3 or later

GET IT ON Google play  
Android 2.3.3 or later

SPEEDS HEALING BY UP TO 4 DAYS

SAVE \$5

15

## 実際の使用例



コーヒー (揺らすゲーム)	ドリンク (ダーツゲーム)	阪急デパート (願いツリー)	統一デパート (告白札)
<ul style="list-style-type: none"> <li>週間体験者 1,000名のべ。</li> <li>新商品のPR、売上げ3倍になった。</li> <li>飲料販売量3.6倍を成長した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>二週間体験者 500名のべ。</li> <li>ドリンク販売量 2倍を成長した。</li> <li>テレビ(TVBS)が取材しにきた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>体験者 873名のべ。</li> <li>商品交換回数が 550回。(交換率6割)</li> <li>割引券で商品を購入して売上げ一割増す。</li> <li>店内に残る時間が増え、平常の5分間から 8~10分に伸ばす。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>バレンタイン・デーに 450回告白する。</li> <li>三種類の景品を提供して来客率を高める。(7-11、Playboy、macaanna)</li> </ul>
			
			

16



## 統一デパートショッピングセンター (ビール祭りキャンペーン)



17

## 台北市政府バスセンター (クリスマスキャンペーン)



- ✓ 新商品の売上げが7%を増えた。
- ✓ 携帯向けクーポンの発行によりニュースに報道され、話題になった。
- ✓ 消費者残る時間を5分から8~10分を増えた。



- ✓ ブランド露出により宣伝効果がアップする。
- ✓ 商品の購入に影響する。**3.2%売上量プラス**
- ✓ 消費者が注目する(一日中10名を増え)
- ✓ ニュースに報道され、話題になった。

18

18

## 導入メリット1



カスタマーロイヤルティ  
Customer Loyalty



ニュースに出る



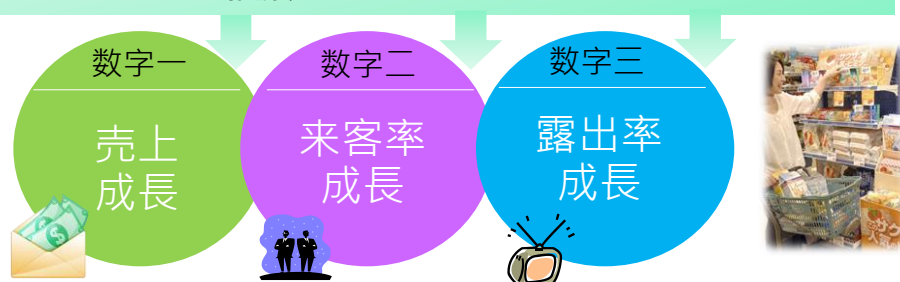
人が集まる

19

## 導入メリット2



- 革新的な相互的なコンテンツAPPを通して、人を集め、顧客やファンなど対話して売上、来客率を高める。
- 相互的なコンテンツAPPを通してショッピングモールの店舗が商品、サービスなどを推薦する。



20

## Thank You



これからO2O相互  
的な買物体験をお  
楽しみください



21

## Basic things to prepare for O2O Commerce Application



### Pictures

1. APP Pictures – Main Picture、COUPON Pictures(2~4)、APP Logo
2. Display Pictures – Main Picture、AD Pictures(4)

### Equipment

1. Signage
2. PC
  - . OS - Windows 7, 8, 8.1
  - . CPU - Intel Core i3 end a above
  - . RAM - 2G end a above
  - . HardDisk - 80Gb
  - . For "Wish Card" requird WebCam
  - . Need Good Internet



22





# オンラインオフライン (O2O) アプリ



リテールや小売業者は、新しい技術やサービスモデルを実装するより、消費者に「**ただの買い物**」から「**楽しい買い物**」へ全体的な体験をもたらす。O2Oアプリケーションは、新たな「**ビジネスチャンス**」と「**売上アップ**」をもたらす!!

## O2O双方向サービス



**早くて便利な買物**  
O2Oを利用して消費者を店に



**位置付け機能**  
内容を楽しむ

顧客と広告板の連動性を増やす



**ガード**  
店内をガードしてパフォーマンスを高める

即時に現場の商品情報を提供できる。

## メリット



- アプリで携帯と広告看板の繋がりによってO2Oの双方向性を作る。
- より多くの顧客を引き付け、売上をアップさせる。
- 身近いビジネス経験を提供し、製品やサービスを促進することによりモールのお店を支援する。





### 台湾実際の成功例



**Mr. Brown Coffee**

- ・週間体験者1,000名のべ。
- ・新商品のPR、売上げ3倍になった。
- ・飲料販売量3.6倍を成長した。



**Orange Tea**

- ・二週間体験者500名のべ。
- ・ドリンク販売量2倍を成長した。
- ・テレビ(TVBS)が取材しにきた。

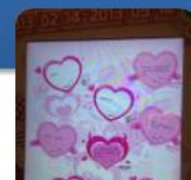


**Hankyu Mall**

- ・体験者873名のべ。
- ・商品交換回数が550回。(交換率6割)
- ・割引券で商品を購入して売上げ一割増す。
- ・店内に残る時間が増え、平常の5分間から8~10分に伸ばす。



- ・バレンタイン・デーに450回告白する。
- ・三種類の景品を提供して来客率を高める。(7-11、Playboy、macaanna)



### O2O アプリの使用と手順



アプリ開始



ログイン

1. お店案内

2. 願い札

3. ダーツゲーム



1. 携帯でお願い言葉を入力してQRコードが出るとカメラに感知させる。
2. 願い/祝福言葉がモニターに表示される。
3. クーポンを携帯に送ってくれる。



1. 開くと携帯にダーツの映像が画面に映り、モニターのダーツボードに手で投げる。
2. 当たるクーポンを携帯に送ってくれる。



業界応用

リテール、ショッピングモール、レストラン、ホテル、食品・飲料会社.....

問合せ先

NPO法人 観光情報流通機構 ( J T R E C )

専務理事：鈴木 耀夫 / Tel：090-1707-1778 / E-Mail：akioszk@jtrec.org

〒153-0043 東京都目黒区東山3-1-15 中岡ビル4階 サーブホテルズ株式会社内