

2015年度前期第7回授業録

13C2235010G 押野博年

【朝一】

●『買わなかった理由分析』押野

- ・ 購買行動のデータから分析するのは流行っているので流行るのでは？
- ・ 強みとは？
- ・ 個人の情報が必要になる。単体では不可。GMOの顧客データとの連携で初めて成り立つもの。
- ・ ネットだからデータ追跡できる。ex. センサーを使ったスーパーの客が通る道や回る順序を分析
- ・ ネットショッピング流行っている現在有利

●『KDDI 食を売る』矢野

- ・ 携帯ショップに老人はあまり通わないからもっと寄る機会を増やす
 - ・ 高級食品などこだわりの商品でスーパーと差別化
 - ・ KDDI で買う必要はない。ネットショッピングで買えるから
 - ・ ケータイショップに行く機会の増加にはつながらないのでは？
 - ・ ネット通販の強みを消しているのでは？店頭にわざわざ行ってタブレットで注文して家に帰って数日後に商品来るのはメリットがあまりない。
 - ・ 売れるのではないか？2700万人のシェアがあるのでこの市場を使わない手は無い。便利にすれば使うのでは無いか？au ウォレットなど支払い手段もあるし
 - ・ しかし店頭まで行って注文しなければいけないのは問題
 - ・ 通信のインフラをしている企業がいろいろな事業に手を出している。手放すことのでき無いものとなったケータイにいろいろなサービスを乗せる
- ex. ユニクロの食品販売
- ・ シムフリーなどの登場によって安い方に客が流れている傾向にあるのでなんとかして客を引き止めたい。そこでいろいろなサービスを展開。どう囲い込みをしていくか

●『スマート農業』高木

- ・ アシストスーツやGPSの稲作の利用や作業のロボットによる自動化など
- ・ アシストスーツは農業以外にも活かすといいとおもう

●企業研究発表

【Facebook 班】

- ・ Facebook のサービス

関心、経験、ユーモアなどをたくさんの人と共有

- ・ 相手と繋がるための6つの方法

タイムライン、メッセージ、プロフィール、グループ、写真、検索

- ・ 香港アウディのページ活用成功事例

- ・ Facebook 広告

- ・ 映画『ソーシャル・ネットワーク』について

- ・ オキュラスの買収と VR、AR

→VR、AR を使ったあたらしいコミュニケーションの形を提供していく

- ・ 一般の発売日とかは発表されているのか？

- ・ オキュラスリフト買収について

- ・ HMD が発売した当初映画を見るくらいしか用途がなかった→今ではゲームをやったり

・ バーチャルを使って会議通話をもっとリアルに。VR 使ってグループや友達ともっと身近に通話したりなど。手術の練習など医療目的に使ったり、教育に使ったり。

- ・ ソニーは HMD に遅れて参入。ゲーム用途に

- ・ オキュラスリフトの強みとは？→デバイスの軽さや値段

- ・ ベースになるところはオキュラスリフトが作り Facebook はソフトやサービス開発

- ・ オキュラスを買収することでさらに高度なコミュニケーションを可能にする

・ スカイプや Google hangout はビデオ会議通話ができるが Facebook はまだそのようなものを持っていない。そこに展開して行ったのではないか？

- ・ ここから何に発展しそうか？→映像シェアなどにつながっていくのではないか？

・ Facebook の広告は誰でもできるのか？→自分のページを持っていればできる。どれくらいクリックされたかなどが見れて、ターゲットも絞って広告を打つことができる。

来週

朝一担当：渡辺、田中

発表：Google 班