

インタラクティブ広告の試作と評価

Prototyping and Evaluation of Interactive Advertisement

伊藤 丈彰
Takeaki Ito
真田 里美
Satomi Sanada

菊池 彩子
Ayako Kikuchi
鈴木 智美
Tomomi Suzuki

飯田 彩子
Sayo Iida
瀬戸口 美香
Mika Setoguchi

池田 光
Hikaru Ikeda
高橋 隆宏
Takahiro Takahashi

市川 藍
Ai Ichikawa
松尾 翔
Sho Matsuo

猪口 健
Takeru Inoguchi
山中 緋実美
Hifumi Yamanaka

市川 藍
Ai Ichikawa
松尾 翔
Sho Matsuo

概要 Outline

インタラクティブとは一般的に「双方向」や「対話的」ということをさす。私達が実現したいと考えているインタラクティブ広告は広告の提示情報がユーザーのアクションを促しそのアクションに伴って新たな情報を提示し、最終的に欲しい情報を得るというシステムを公共の空間において成立するものを目指している。このプロジェクトでは、実際にインタラクティブ広告を試作し、公共空間に設置して評価することに重点を置いている。

Generally, Interactive means 'Bidirectional' or 'Dialogical'. What we want to realize in this Interactive Advertisement is to set public space that new system which enables actions of Interactive Advertisement promotes user's reaction, and use get information. This project is that we produce an interactive advertisement experimentally, and put an important emphasis that we set it in the public space and evaluating it.

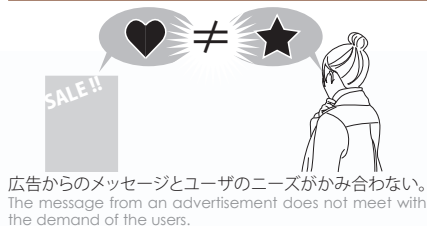
活動 Activity

一年間の活動内容を、大きく三つに分類して紹介する。
The contents of activity for one year are classified to three categories, and introduce.



調査分析

すれ違う広告文化 Crossing advertisement culture



対話的なシステムを可能にするタッチパネルを利用した。
we used touch panel that enables dialogic system.

ユーザと広告との接点 Contact of user and advertisement



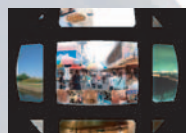
球体を見たら転がしたくなるアフォーダンスを利用した。
we used an affordance that people want to roll a ball when they see it.

開発

ユーザと会話する広告『RIA-リア-』 Talking advertisement "RIA"



欲しい情報、欲しいだけ。
Get your information, and deepen your knowledge!
アフォーダンスを利用することによって、広告とのファーストコンタクトがスムーズになりました。知りたいところを触るだけでいいんです。
Using an idea of affordance, you can get smooth first contact. All you need is just touching information you want.



カテゴリ選択画面



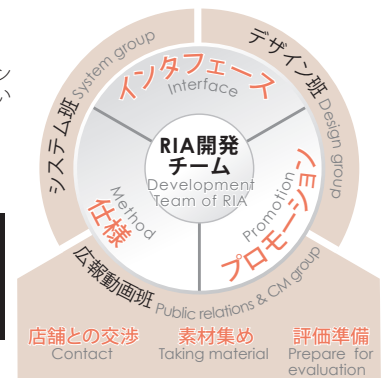
地図情報表示画面



カテゴリに合った店のCM



詳細情報表示画面



評価

公共空間でのユーザビリティ評価 Usability evaluation in the public place

使い心地を見て、触って、知って、そして確かめる。
Just touch it, then you get everything!

五稜郭タワーのアトリウムの一隅を借りて、観光客を対象に評価を行ってきた。ビデオとアンケートの両方を使ってユーザの反応を細かく分析した。そこから何が良かったのか、何が悪かったのかを学び、次に生かそうと考えている。

We are allowed to set our interactive advertisement at Goryokaku Tower, and evaluated it by responses of tourists. By videotaping and conducted questionnaires, we analyzed users' responses in detail. From the findings of our evaluation, we want find the direction of further development.



評価風景

考察 Consideration

プロジェクトでの活動において成果物を評価まで行った結果、従来の広告よりもユーザに、興味を持ってもらえた。しかし直感的な操作に関しては、アフォーダンスの性質とタッチパネルの性質を上手く生かすことができなかったが為に、説明しなくても触れる広告だということがユーザに伝わりきっていなかった。今後は、ユーザと広告のインタラクションがよりスムーズに行えるような工夫が必要であると考えます。

As a result evaluated our interactive advertisement in activity, we realized a user would be interested than the conventional advertisement. However, that we failed to use an idea of affordance and quality of touch panel on intuitive operation. Whenever we did not explain our interactive advertisement, user could not use touch panel. In further research, we should make some progress on developing smooth interaction.

タッチパネルの性質
quality of touch panel

アフォーダンスの性質
idea of affordance

