

2017年9月29日
東日本旅客鉄道株式会社
株式会社QOLP

ゲームアプリ「黒猫誘拐事件」は～ココロも動かせ！山手線～とのテストマーケティングを開始します

- 東日本旅客鉄道株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:富田 哲郎、以下「JR東日本」と)、株式会社QOLP(本社:東京都新宿区、代表取締役:草水 美子、以下「QOLP」)は、山手線各駅で開催するイベントに関連した情報を、ゲーム内でタイムリーに提供することで、乗車体験の価値をより向上させながら、事業化の可能性を検証していきます。
- 山手線ビーコン^(*)を使ったアプリの事業化という観点から、QOLPが提供するゲームアプリ「黒猫誘拐事件」^(**)(以下、本アプリ)の機能を用いて、10月1日より開始されるキャンペーン「FUN! TOKYO! ～ココロも動かせ！山手線～」とのタイアップによるテストマーケティングを行います。

■ 概要

JR東日本は、2017年10月1日(日)～11月30日(木)に、山手線周辺エリアの魅力発信を目的としたキャンペーン「FUN! TOKYO! ～ココロも動かせ！山手線～」を開催します。本アプリでは、キャンペーン期間中に山手線の各駅や沿線で実施される、様々なイベントの情報をゲーム進行中に情報提供することを通じた、テストマーケティングを実施します。

■ 実施期間

2017年10月1日(日)～11月30日(木)

■ 実施内容

以下の取組みを通じたマーケティングを実施します。

A. ゲーム内画面を通じた情報提供による効果検証

新しいストーリーの検索時に表示される画面(図1参照)上部のバナーを利用します。列車走行位置を活用して、本キャンペーンで開催されるイベントの開催情報や、駅や周辺地域にまつわる情報提供(図2参照)を行います。列車走行位置に応じた情報提供の効果を、バナー上で提供した情報への反応等を収集することにより検証します。

B. ゲーム内コンテンツ連動による効果検証

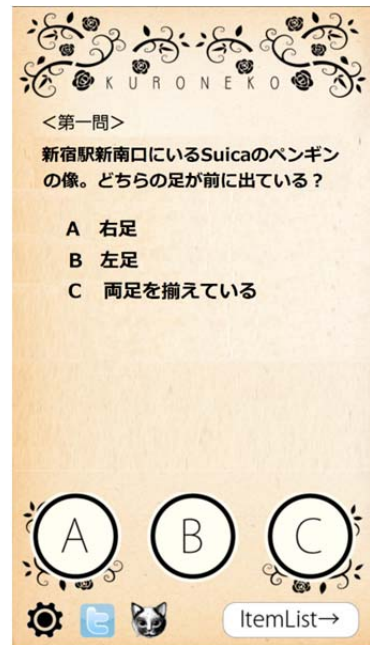
列車走行位置に連動した山手線オリジナルのクイズを出題します(図3参照)。ゲームを通じて、本キャンペーンにおけるイベントをより楽しくし、認知率を上げる取組みを行います。クイズとの連携によるイベント認知への効果を、情報提供とクイズ正答率との相関等により検証します。



《図1 ゲーム内画面によるイベント告知》



《図2 駅や周辺地域の情報提供》



《図3 山手線オリジナルクイズ》

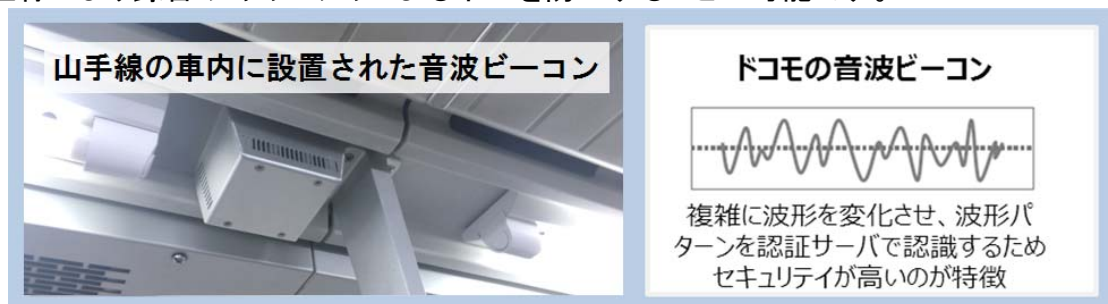
■ 注釈

(*1)山手線ビーコンについて

山手線全車両に設置されている音波ビーコンです。なお、山手線ビーコンによる位置情報検知サービスは、JR東日本と株式会社NTTドコモ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:吉澤 和弘、以下「ドコモ」)の共同サービス「山手線チェックイン」として提供しています。

■音波ビーコンについて

音波ビーコンとは人の耳には聞こえない特殊な高周波音を発信する装置です。音波ビーコンから発信された信号をスマートフォンなどのデバイスがキャッチすることで、位置測定や情報の配信などへの活用が可能です。ドコモの音波ビーコンは、固有のセキュリティ仕様により録音やキャプチャによる不正を防止することが可能です。



《参考 音波ビーコンの特徴》

(*2)黒猫誘拐事件について

JR東日本とドコモがオープンイノベーションの取組みの一環として、列車での「移動」に関わる時間の質向上を目的として共同主催した、「山手線ビーコンを使ったアイデア・アプリコンテスト」(コンテスト特設サイト:<http://www.airstamp.jp/contest/>)において、QOLPが

最優秀賞を受賞した謎解きゲームアプリです。

本アプリは、「山手線チェックイン」を利用し、乗車中の山手線の走行位置とゲーム進行を一体化することで、新しい乗車体験を提供します。ゲーム内には、山手線で出会う不思議なキャラクターが列車位置について話しかけてくるシーンや、位置に連動した沿線の情景やクイズが織り込まれています。なお、9月1日より無料アプリとして公開を開始しています。



《参考 黒猫誘拐事件イメージ画像》