

広告と意識調査の双方向機能を持つ 新しいメディア技術

＜コアとなる技術＞

マイクロステップ計測法

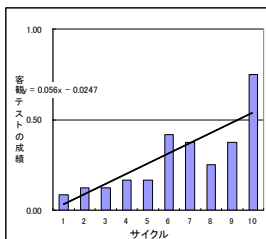
岡山大学COE採択!

- **横断的調査法**・・・多数の人を対象にアンケートをとることで、低コストで、ある時点の全体的な状態を把握できるが、因果関係の議論は原理的には難しい。データマイニングなどもなされて、現在一般的な調査法。
- **縦断的調査法**・・・同一の個人についてアンケートを繰り返し実施。時系列変化が描き出せるため、行動予測の精度は高いが、コストの面で大規模調査は実施できなかった。
- **マイクロステップ計測法**・・・情報技術を利用した縦断的調査の大規模化 + **新スケジュールリング原理** + **データベースシステム**
多数の調査項目 (or 学習コンテンツ) の一つ一つに対して、何度も生起するイベントが、**くいつ、どのように**生起するのかをスケジュールリングする技術。また、そのスケジュールに従い、イベントを生起させ、各種反応を個別に収集、蓄積、解析する技術。何万というイベントを年単位に詳細にスケジュールリング可能。

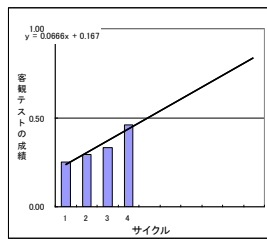
教育的応用(すでに実現済み)

日々のドリル学習の効果が、自覚できない実カレベルで確実に積み重なっていく様子を学習者ごとに描き出し、フィードバックが可能になった(左下図)。

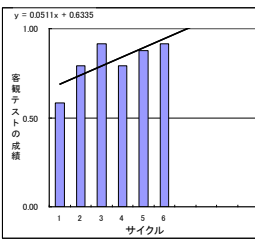
→全校規模のドリル学習支援の実現。やる気の向上 (e.g., 継続性因子)。



児童A



児童B



児童C

現在のテスト技術の問題をマイクロステップ計測法でどう解決

- 現在のテストは、学習内容の一部から作られ、その成績から実力を推定→全ての内容の一つ一つについて成績を測定。
- 現在のテストでは、学習条件や学習からのインターバルが考慮されていない→テストだけでなく学習も考慮して成績を測定。
- 現在のテスト(学期末テストなど)は、一夜漬けの効果を排除できず、真の実力は測定できない→インターバルをあけて実力を測定。



マイクロステップ技術を初めて導入した任天堂DS用英単語学習ソフト

教育と広告の融合(現在計画中)

0 0 0 0 0 0 3 1 サイクル: 0 1 DAY: 0 4 P: 0 1

		O	X	0	1	2	3
		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(01)「治」安	「ち」あん	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(02)「聞」所	「せき」しょ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		O	X	0	1	2	3

日々のドリル教材の例(客観テスト)



マイクロステップドリルの様子

- 日々のドリル教材の表紙等に、支援を行う企業の広告を掲載。学校を通じて、各家庭に配布する新たなメディアを作り、**広告費で教育格差を是正**する。
- 特定の地域、特定の性別、特定の年齢の子どもを持つ家庭に頻繁に届けられる。**行動ターゲティング広告**が実現できるため、大きな広告効果が期待できる。



岡大銀行

(架空の銀行です)

(サンプル)

私たち、岡大銀行(全くの架空の銀行名です)は、みなさんの勉強を全面的に支援します。「やればできるようになる!」という体験を積み重ね、いろんなことにやる気をもって取り組み、街の活力を高めていってください。応援します!

★そろそろ新入学の季節、学資保険のことなら、お近くの岡大銀行の窓口へ。7月中にこの用紙を窓口へお持ちいただければ、もれなく風船をプレゼント!

企業から提供を受ける、実際の広告の効果を、保護者にモニターになってもらい、縦断的に、また大規模に測定

最適な広告の提示方法、提示スケジュール、営業スケジュールを科学的に推定し、広告に関するノウハウを蓄積していく他、企業にフィードバックすることを計画

- 広告に対応して企業イメージ等がどう変化するのかなどを縦断的に検討。
- ブランドの形成プロセスを長期にわたって科学的に検討。

アカデミックマスメディアの構築

- 学習教材に、最先端の研究の知見をわかりやすく説明
- もともと各種反応データを個別に収集できるシステムであるため、広告に対応して注文表も回収可能。