

Don't Stop Watch



特徴(仕組み・ポイントなど)

このアプリは、時を止めるための道具ではない、自分を止めないための道具である。

モバイルの中にリアルなスポーツ要素を取り入れ、スポーツライフを充実させる

Stop Watch

時間をカウントアップする”Stop Watch”。時間をカウントダウンする”Timer”。例えば、駅まで何分かかかるか？逆に何分でそこに着きたいか？スポーツは時間との戦いでもある。このアプリは、日常をスポーツに変える。

Target(待受けアプリ)

例えば、大会で優勝したい、試験で成績を上げたい。人には目標があって、またそれぞれが掲げる目標はひとつとは限らない。このアプリに打ち込まれた目標は待受け画面でカウントダウン表示され、ユーザーをインスパイアし続ける。

Split (ロシアンルーレット機能)

「スタメンを決める」「リザーブを決める」「ゴールキーパーを選ぶ」など。スポーツにおいて、「選ぶ」機会は非常に多いもの。"Pick UP"は、グループの中から指定された数のプレイヤーを選び出す。選ばれた者は”You!”と表示される。

“Team”はその場にいる仲間を、指定された数のチームに分ける。

広告イメージ

[APPLI TOP]



[Stop Watch]



Stop Watch

ゼロから数え上げる、カウントアップ機能 (100分の1秒まで表示)

Timer

時間を任意に設定できる、カウントダウン機能

TRIAXをデザインモチーフとして使用

TRIA X = NIKE 通常販売モデル名

メール受信イメージ

F yourself@nike.jp
D 04/02/10 08:00
S To Myself

過去のキミから今のキミへのメッセージ。過去 現在 未来。前に進み続ける。

2004/02/11 23:30

お疲れ！いよいよ明日が大会だ。今まで続けてきた努力を信じて、全力で戦うぞ！！

<http://nike.jp>

----- END -----

[前へ] / [次へ]

[Target]



目標入力画面



待受け画面イメージ



「Target」は、単にユーザーに目標設定させるだけではない。「待受け画面表示・カウントダウン」や「直前に届く、自分からのメール」など、一度目標を設定したら、「立ち止まることなく動き続けること」を、サポートする機能を搭載している

[Split]



Split - 1

「スタメンを決める」、逆に「リザーブを決める」など。指定された人数を選び出す、ロシアンルーレット機能。

Split - 2

ゲーム感覚で指定された数のチームに分ける、チーム分け機能。

対応サービス・機種

iモード、Ezweb、ボーダフォンライブ!

iモード504以降等

社名	:株式会社ナイキジャパン
担当者名	:高橋 理 / 蓑輪 光浩
キャンペーン名	:Don't Stop Watch
実施期間	:2003年11月28日 ~
広告会社	:株式会社アサツー ディ・ケイ
制作会社	:株式会社アサツーディ・ケイ 株式会社サイバード

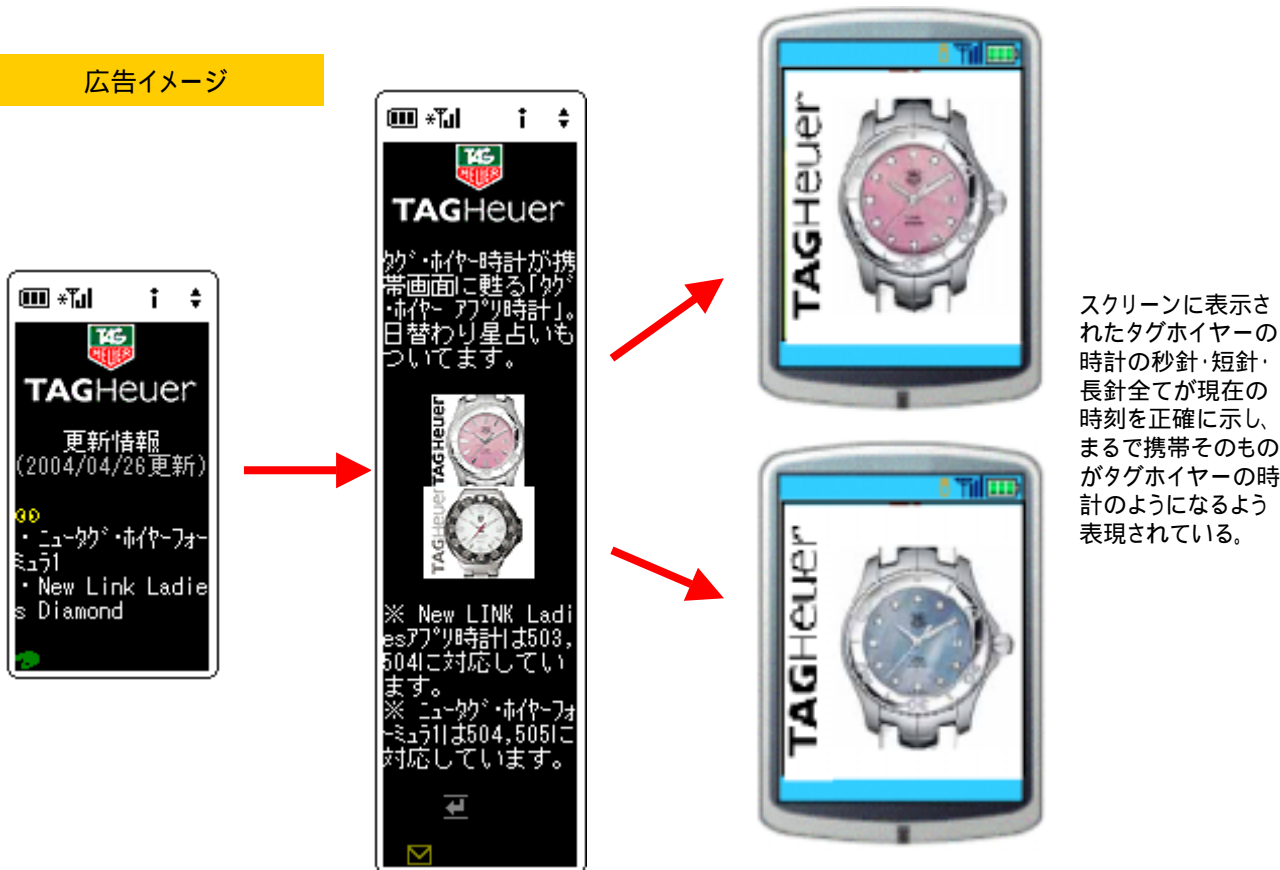


タグ・ホイヤープロモーションキャンペーン

特徴(仕組み・ポイントなど)

特記すべきことは、タグホイヤーというブランディングされた時計を携帯スクリーンの中で、iアプリの機能を最大限に使い工夫してアプリを開発した点です。つまり、ビジュアル的に表現力が豊かで動的な表現ができ、かつかっこが良く、機能性・利便性に富んだアプリに仕上げたことです。スクリーンに表示されたタグホイヤーの時計の秒針・短針・長針全てが現在の時刻を正確に示し、まるで携帯そのものがタグホイヤーの時計のように表現ができたアプリは、非常に完成度が高いと思っております(今回の対象期間では、「New Link Ladies」で展開)。以前、ヨーロッパから来日したタグホイヤーの社長が針が動くiアプリを見て、「是非ヨーロッパでも展開したい」と言っていたが、企画制作した当社としても非常に喜ばしい限りの作品のシリーズです。利便性の点からも定期的にアプリを更新し、限定商品の案内やクリスマスシーズンには店舗でのシャンペンサービスの案内などアプリで配信しています。

広告イメージ



対応サービス・機種

iモード

- ・秒針が動くアプリ(503・504)
- ・その他のアプリ(503・504・505)

社名	: LVMHウォッチ・ジュエリー ジャパン株式会社
キャンペーン名	: タグ・ホイヤープロモーションキャンペーン
実施期間	: 2003年10月1日～2004年3月31日
展開エリア	: 全国
広告掲載媒体名	: ドコモ公式サイト「POP SNOW Navi」サイト内 (Mt.Hoodキャンペーン)、メール配信
広告掲載期間	: 2003年10月1日～2004年3月31日
広告会社	: -
制作会社	: 株式会社ユニークメディア



Toppo「待ちスロ」アプリプレゼントキャンペーン

特徴(仕組み・ポイントなど)

- ・電話の着信終了後に自動的に反応して回転する待受スロットアプリ。
- ・スロットが回り、アタリ・ハズレを提示することができる。(当選率は自由に設定可能)
- ・アタリの後は、クーポンを表示したり、後日賞品を送付したりすることができる。
- ・キャラクターを利用して、スロットの動きのパターンに合わせた表現展開が可能。
- ・商品のPRや宣伝に利用でき、関連したノベルティーをプレゼントすることにより、認知度アップに繋がる。

広告イメージ

スロット部分は、トッポキャラが画面手前に向かって駆けてきます。

最前列(画面手前)に同じ種類のトッポが3体揃えば当たりになります。

演出の途中で画面上部からお供(いぬ)が落ちてきて邪魔をしたり、画面横から顔を出したり、様々なバリエーションが楽しめます。



登録後再度挑戦可能

<演出のバリエーション>
 ボンボンをもって応援
 手前まで来るが転ぶ
 背景が夜になる
 画面上部から「おとも(いぬ)」が落ちてきて邪魔をする
 <リーチ予告系>
 横からお供が出る
 背景の黒トッポが噴火する
 左右から「おとも」キャラが出てくる



再度挑戦可能



アタリは、「チーズケーキトッポ」「通常トッポ」の2パターンです。

個人情報登録



悲しい目になる

対応サービス・機種

iモード

505i、505iS、FOMA900シリーズ

社名	: 株式会社ロッテ
キャンペーン名	: Toppo「待ちスロ」アプリプレゼントキャンペーン
実施期間	: 2004年2月16日～2004年4月30日
展開エリア	: 日本全国
広告掲載媒体名	: iモード「とくするメニュー・カンタン」
広告掲載期間	: 2003年6月23日～2003年7月27日
広告会社	: 株式会社電通
制作会社	: 株式会社スクウェア・エニックス