

# RICOH PRISM

データ取得・解析状況

# RICOH group VISION for 2036



“はたらく”に歓びを

“はたらく”という営みの中に、かけがえのない歓びを感じることができる社会の実現に向けてテクノロジーで支援する会社になる、というビジョン

# VISION2036実現に向けて

2018

専任チーム



Fw:D Project Team

2020

実践研究所  
ビジョン起点の価値創出



3L / RICOH PRISM

2036

ビジョンの実現

はたらく  
に  
喜びを

# 我々のミッション

効率性向上の先にある、創造性の発揮を探索し具現化する

As Is



効率化 / 生産性

WorkFlow / Process  
Place



捻出された“時間”



To Be



創造性

People

# 3LとRICOH PRISM

## 3L

創造性の事業価値を生み出すための実践研究施設



## RICOH PRISM

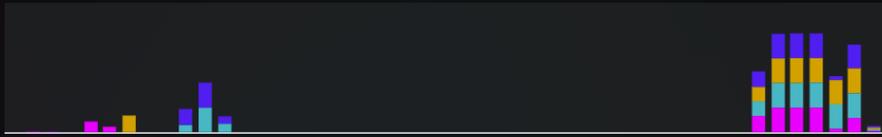
3Lで生み出された創造的な働くを支援する第一弾体験プロト



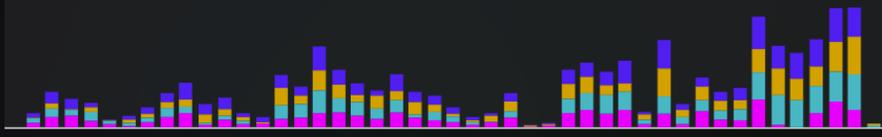
# データ活用の現状



リラックスしていた時間



メンバー同士を見ていた時間



発話量



ボディランゲージ量



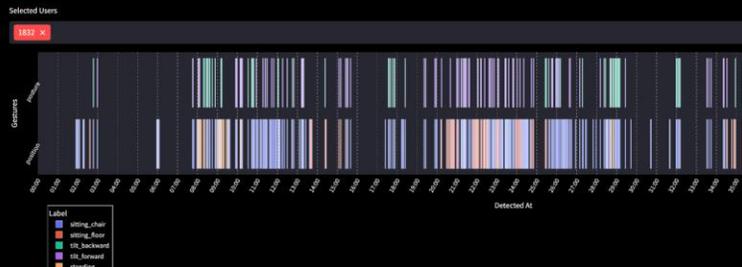
welcome

brainwall

wow5min

### Timecourse

ユーザID: 84      ユーザID: 9      ユーザID: 1832  
検出された仕草の数: 301      検出された仕草の数: 546      検出された仕草の数: 490



### Pointcloud Core

#### Body Centroid

身体の重心の位置の時系列データを表示します。このデータにより、PRISM空間におけるユーザの位置情報や、ユーザの「立った」、「座った」などの振る舞いの推定を行うことができます。

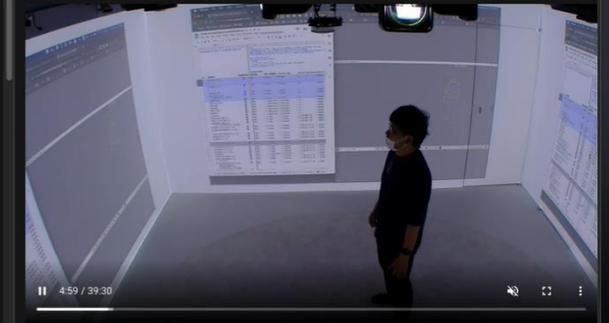
#### Height of Centroid

重心のy座標の時系列データを表示します。

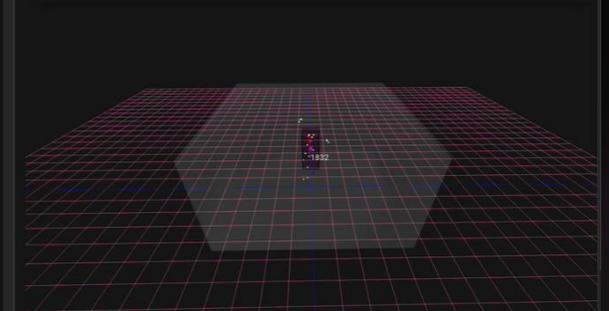


Position Curve (Calculated from Centroid Position on x-z Plane)

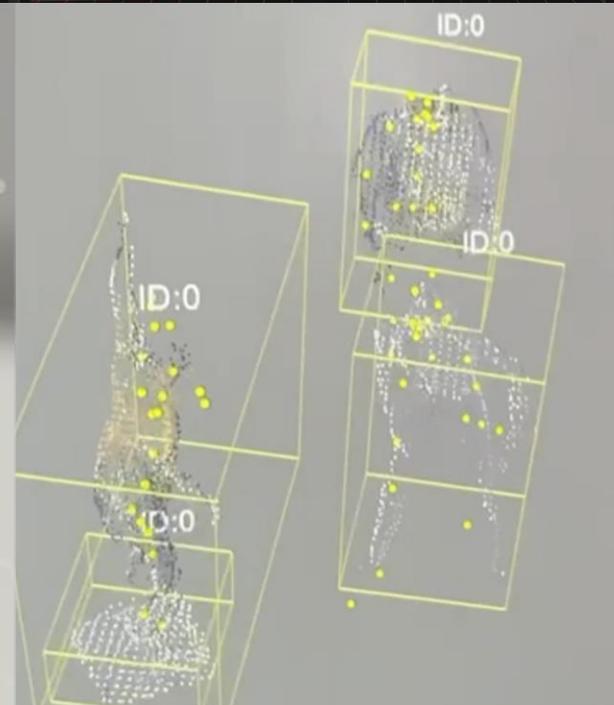
### Video



### 3D Model



CONFIDENTIAL



# データ活用の全体像

## 取得できるデータ

### PRISM室内設置センサ

- ・全身点群 (Kinect)



### ユーザー装着センサ

- ・位置情報
- ・音声
- ・振る舞い
- ・心拍



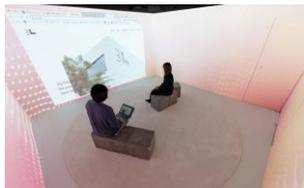
### ユーザーアンケート

- ・Googleフォーム
- ・ヒアリング



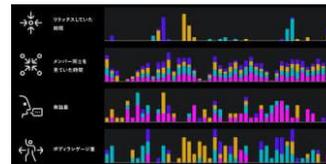
## 即時フィードバック

データをもとにリアルタイムで音や映像を変化させ、会話を促進し気持ちを高める



## データ可視化

利用者自身にデータを可視化・フィードバックして、活動の振り返りに活用してもらう



## 創造性に関する知見の獲得

実験とデータ分析によって、創造性に関する知見をリコーが獲得し、サービス・アプリ開発に活用する

**現在実験計画中**

事例

# RICOH PRISM実証実験

2023年10月まで、PRISMを約1年間運用  
PRISM利用 88回、アンケート回答 32件

## ● PERSONA



PERSONAでのタイプ診断

RICOH PRISM独自の解析によりコミュニケーションスタイル（ペルソナ）が明らかにされます。メンバー同士で各自のペルソナを共有する時間では、新たな一面発見の可能性も。

## ● DIALOGUE



DIALOGUEでのエピソードトーク

焚火の映像を囲みながら自身の体験をイラストで共有し、メンバー間の理解促進、コミュニケーションの活性化を図ります。

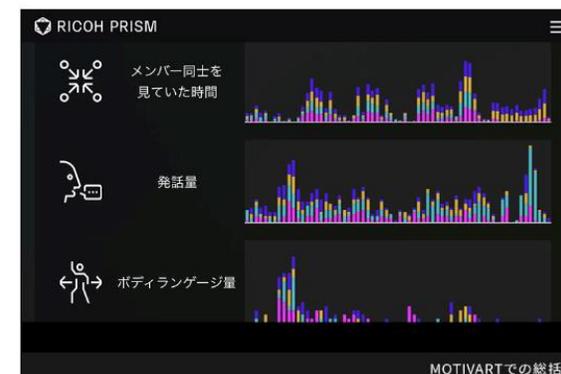
## ● SHIRO



SHIROでの作業風景

ひとり1面の壁を使用して作業画面を投影可能。互いに画面を見せ合うことで、驚くほど効率的に作業が進みます。

## ● MOTIVART



MOTIVARTでの総括

空間内で収集した身体データを数値化し、当日の活動内容を総括します。

# ユーザ装着センサを用いた実証実験

2024年8～9月に、共同実験を実施。  
被験者にディスカッション（9人、全4回）を行ってもらい発言内容と振る舞いのデータを取得した。



# 今後の課題

- データの活用
  - 即時フィードバックとデータ可視化は、アプリとしての実装とユーザーへの提供が進んでいる。  
可視化アプリ自体が案内体験に組み込まれ、更なる売り込みを促進するという価値を産んでいる
  - 一方で、創造性に関する知見の獲得は進んでいない。
  - 「PRISM体験のついでに取ったデータ」ではデータの質・量が足りず、限界が分かった  
→知見獲得を目的とした実験を継続