

2013年4月24日

(報道発表資料)

NTTコミュニケーションズ株式会社
株式会社アインファーマシーズ

AR やゲーミフィケーションを活用したスマートフォンアプリ 「とるトルペ」による O2O マーケティングの実証実験について

NTTコミュニケーションズ株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：有馬彰、略称：NTT Com）と株式会社アインファーマシーズ（本社：札幌市東区、代表取締役社長：大谷喜一、略称：アイン）は、アインのドラッグストアチェーン「アインズ&トルペ」のお客さまに対して、AR（拡張現実）^{*1}やゲーミフィケーション^{*2}を活用したスマートフォンアプリ「とるトルペ」を提供し、店舗への集客を促進する O2O（Online to Offline）^{*3} マーケティングの実証実験を 2013 年 4 月 25 日より開始します。

1. 背景

近年、企業のマーケティング活動において、オンラインから実店舗へ顧客を誘導し、売上向上や顧客囲い込みを実現する O2O が注目をあびています。特に、スマートフォンやタブレット端末などの急速な普及により、スマートフォンアプリを利用したマーケティングが拡大していますが、その利用を促進するためには、より魅力的なコンテンツやサービスを用意する必要があります。

こうした中、NTT Com では、最新の AR 技術に加え、ゲーミフィケーションの要素を織り込んだスマートフォンアプリを開発し、アインの協力を得て、O2O マーケティングの実証実験を実施することとしました。

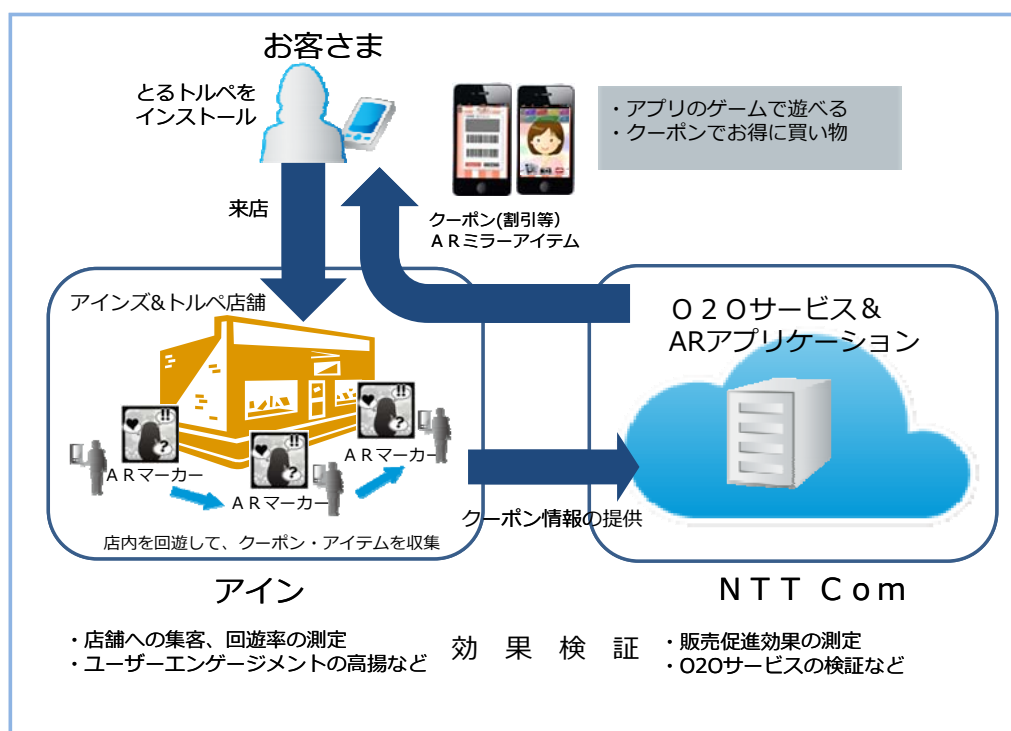
2. 実証実験の概要

本実証実験では、お客さまとの関係性（ユーザーエンゲージメント^{*4}）をより高めながら、実店舗の来店機会を創出するため、「アインズ&トルペ」のお客さま向けに AR 機能を搭載したスマートフォンアプリ「とるトルペ」を提供します。

本アプリは、カメラで映した自分の顔に様々なアイテムを組み合わせて加工できる「AR ミラー」や、店舗内のマーカーを撮影するとくじ引きに参加できる「AR くじ引き」など、お客さまに楽しんでショッピングしてもらうための様々な機能を用意しています。

NTT Com は、本実証実験を通じて、店舗への集客や店舗内の回遊状況、販売促進効果、お客さまの声などを検証し、今後の商用化を検討する予定です。

<実証実験イメージ>



3. 「とるトルペ」のサービス概要

(1) AR ミラー

カメラで映した自分の顔をデコレーションして、画面に表示することができます。顔認識技術を採用しているため、顔を動かすと、アイテムも一緒に動きます。作成した画像は Facebook で共有できます。

(2) AR くじ引き

店舗内に掲示されたポスター上のマーカーをカメラで撮影することにより、割引クーポンや商品サンプル、AR ミラー用の追加アイテムなどが当たります。

(3) お知らせ配信

新商品やセールなど店舗からのお知らせを、お客様の属性に合わせてプッシュ配信します。

4. 実証実験期間

2013年4月25日(木)～7月31日(水)

5. 対象店舗

「アインズ&トルペ」

札幌地下街店（北海道札幌市中央区大通西 3-11 北洋ビル B2F）

渋谷センター街店（東京都渋谷区宇田川町 24-2 渋谷コーストビル）

6. 対応端末およびアプリのインストール方法

- ・ Android OS 端末：Android2.3 以上、フロントカメラおよびバックカメラを搭載した機種
Google Play で「とるトルペ」を検索してインストールできます。
- ・ iOS 端末：iPhone4S および iPhone5、iOS6 以上
近日中に App Store でリリース予定です。

*1: Augmented Reality の略。カメラで映し出された映像に、CG や画像などの電子データを重ね合わせることで、人間から見た現実世界を拡張する技術

*2: ゲームが本来の目的ではないサービスにゲーム的要素を組み込むことで、ユーザーのモチベーションやロイヤリティを高めること

*3: ネットを介して (Online) のプロモーション等により、実店舗での購買等 (Offline) に影響を与えるような施策

*4: 企業や商品やブランド、コンテンツなどに対する消費者の積極的な関与や行動

※記載されている会社名および商品名は、各社の登録商標または商標です。