



Cloud**CIRCUS**



**COCOAR**



**LESSAR**

ARで生み出すニューノーマル時代のCX（顧客体験価値）とは？  
～キャンペーン・イベント・商品プロモーション施策～

1. 講師紹介・会社概要	P3~P7
2. CXについて(復習)	P9~P20
3. ARについて	P22~P56
4. 今後の展開	P58~P68



スターティアラボ株式会社

オトモ ヤスヒロ

取締役 **小友康広** (38)

2005年 スターティア(株)新卒入社

2009年 スターティアラボ(株)設立

2014年 (株)小友木材店 代表取締役

※東京と岩手で2拠点居住6社経営

月の1/3がスターティアラボ(株)



Mission : 「知りたい」前に「見つかる」体験を創る

社名	スターティアラボ株式会社
代表取締役	北村 健一
本社	〒163-0919 東京都新宿区西新宿2-3-1 新宿モノリス19F
拠点	大阪支店、福岡支店
TEL	0120-919-901
URL	<a href="https://www.startialab.co.jp/">https://www.startialab.co.jp/</a>
資本金	150,000千円
設立	2009年4月1日
株主	スターティアホールディングス株式会社 東証1部3393 (連結100%子会社)



**ActiBook**

電子ブック作成ツール



**COCOAR**

ARアプリ作成ツール



**LESSAR**

ウェブAR・ブラウザAR®  
作成ツール



**AppGoose**

集客・販促アプリ運用  
ツール



**creca**

スマホ専用LP制作ツール



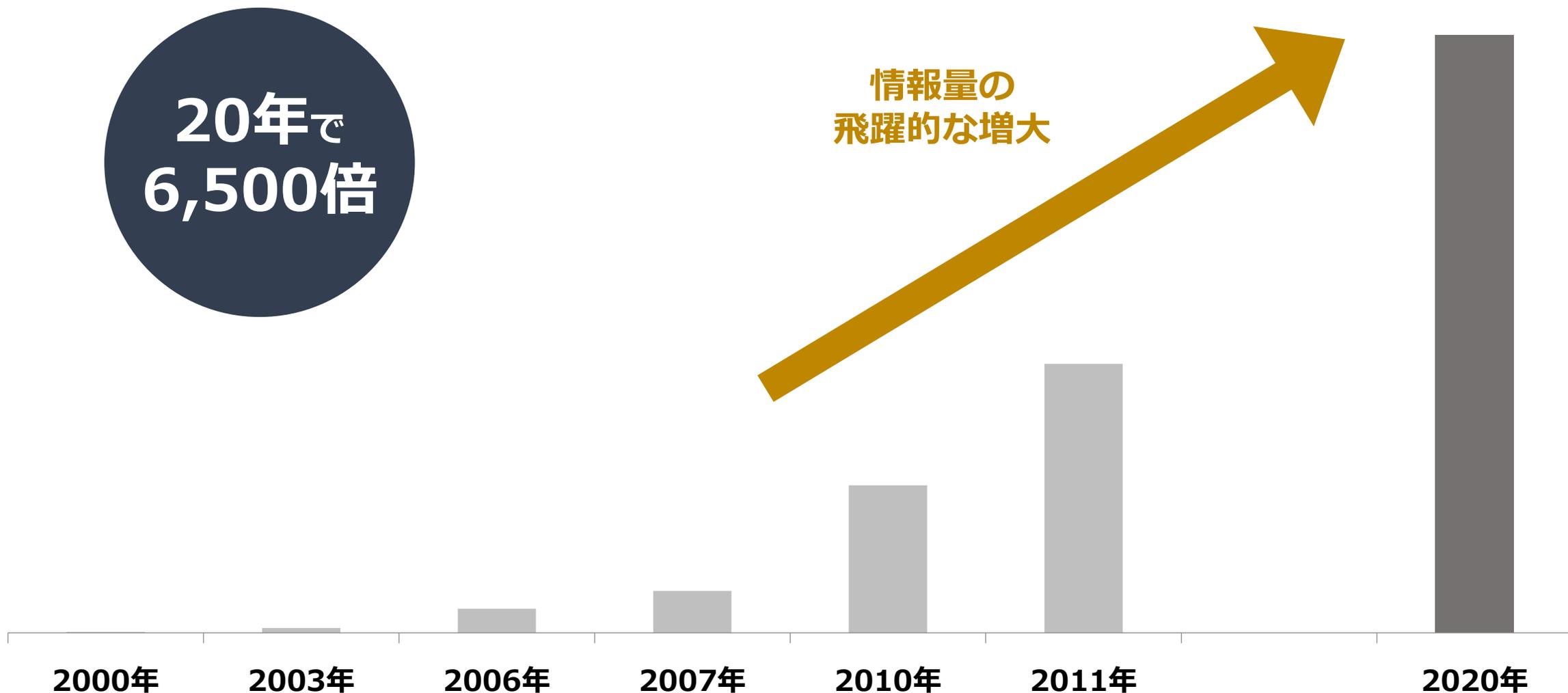
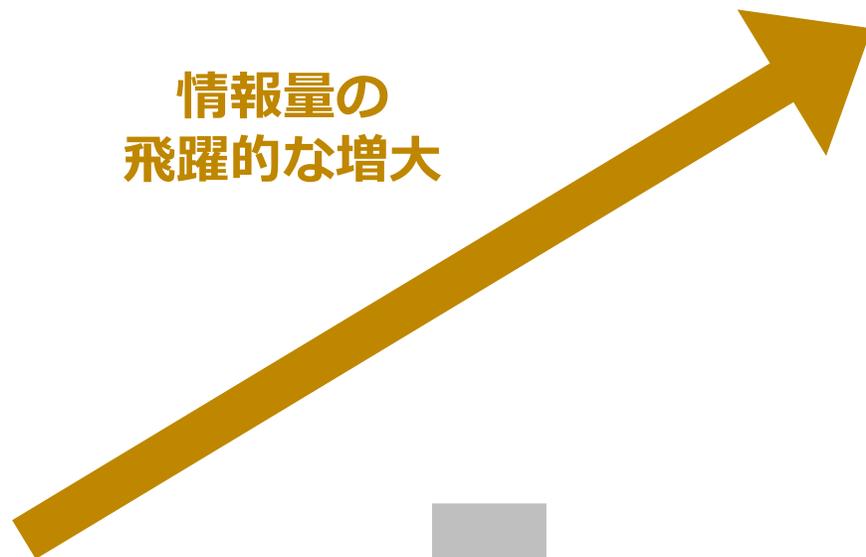
**BowNow**

MA運用ツール

# 1人がアクセス可能な情報量

20年で  
6,500倍

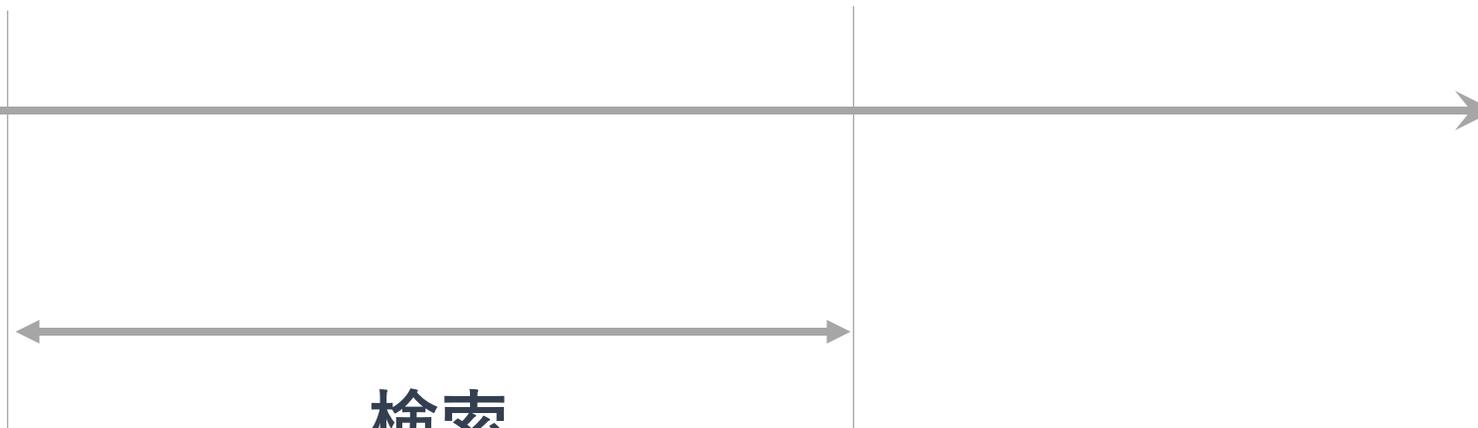
情報量の  
飛躍的な増大



「知りたい」

「見つかる」

timeline



検索

広告、要ITリテラシー

「見つかる」

「知りたかった」

timeline



テクノロジー  
「誰でも気持ちよく」

1.	講師紹介・会社概要	P3~P7
2.	CXについて(復習)	P9~P20
3.	ARについて	P22~P56
4.	今後の展開	P58~P68



DE Inc. 共同代表  
牧野 圭太氏



株式会社ミルボン  
経営戦略部 ブランド戦略グループ 統括マネージャー  
竹淵 祥平氏

誰も教えてくれなかったデジタルマーケティングの  
**基礎を学びつくす**



Marketing

参加無料

**CIRCUS DAY 2021**

2021.3.17 Wed. 12:00 - 17:30



#マーケサーカス



株式会社ホットリンク  
CMO 兼 IS 責任者  
いいたか ゆうた氏



株式会社CINC  
執行役員  
間藤 大地氏

## SESSION 1 : 顧客を増やすデジタルマーケティングの基礎

🕒 12:10 ~ 12:30

集客 BtoC BtoB

サイトの効果を最大限に引き出した  
Web集客方法



Mtame株式会社 代表取締役社長  
スターティアラボ株式会社 取締役  
金井 章浩

🕒 12:30 ~ 12:50

顧客体験価値向上 BtoC BtoB

イベント・プロモーションをマンネリ化  
させない魅力的な企画立案方法



スターティアラボ株式会社 取締役  
小友 康広

## 顧客体験

顧客が商品やサービスに興味を持った段階から調査・検討を経て購入、使用、購入後のアフターサポートに至るまでの、**顧客が商品・サービスに接する流れのなかの全ての体験**を指す。



### ①モノから**体験**へ

モノが溢れ、革新的なものもすぐに真似される時代。精神的な豊かさや「コト消費」と呼ばれる体験を重要視する層が増えてきた。

### ②**継続利用**が重要に

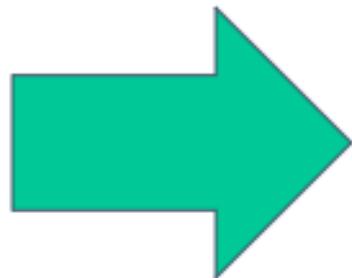
サブスクリプション、SaaSなど所有から利用へ様々な商品・サービスが移管されており「売り切って数年使ってもらおう」が通用しない。

### ③**消費者の情報発信力**増大

SNSなどにより1人の大きな満足・不満があっという間に拡散される時代になった。良くも悪くもクチコミの影響力が強まった。

## 経験価値マーケティングとは？

商品・サービスを**実際に経験できるイベント**を通して、商品・サービスやブランドへの**認知度と好感度を高める**マーケティング手法



## 経験価値を要素分解～どんな経験をさせたらいいの??

①**Sense（感覚的価値）**：五感を通じて得られるもの

例：おいしい料理、心地よい音楽、手触りの良さ

②**Feel（情緒的価値）**：感情・内面に働きかけるもの

例：嬉しい、かわいい、感動する、安心する

③**Think（創造的・知的価値）**：創造性や知的欲求、好奇心に訴えかけるもの

例：知的欲求が刺激される、興味をひかれる、自分自身を高められる

④**Act（行動、ライフスタイル価値）**：新しい体験など行動における新しいもの

例：体験型のアクティビティ、やったことのない習い事体験

⑤**Relate（準拠集団への帰属価値）**：特定の集団に属することで得られるもの

例：ファンクラブや限定イベントへの参加

①Sense（感覚的価値）：五感を通じて得られるもの

②Feel（情緒的価値）：感情・内面に働きかけるもの

→商品・サービスの質をコンセプトに合わせて変質させる

例：手触りが良くカワイイ感じの試作品を作って触ってもらおう

③Think（創造的・知的価値）：創造性や知的欲求、好奇心に訴えかけるもの

④Act（行動、ライフスタイル価値）：新しい体験など行動における新しいもの

**→デジタルマーケティングで対応、成果が出しやすい領域**

⑤Relate（準拠集団への帰属価値）：特定の集団に属することで得られるもの

→価値あるコミュニティを形成する

例：Clubhouseは「選ばれし人がセレブの裏話を盗み聞き」で流行った

なにこれ、面白い！  
こんなの初めて！  
未来だな～！

と感じさせる**経験**を提供する

# COVID-19による 行動様式（ライフスタイル）の変化

今までは  
リアルイベント、賑わいづくり  
がメイン

今では

自宅でも or 間隔を空けて体験

のニーズが急上昇

自宅&間隔を空けながら

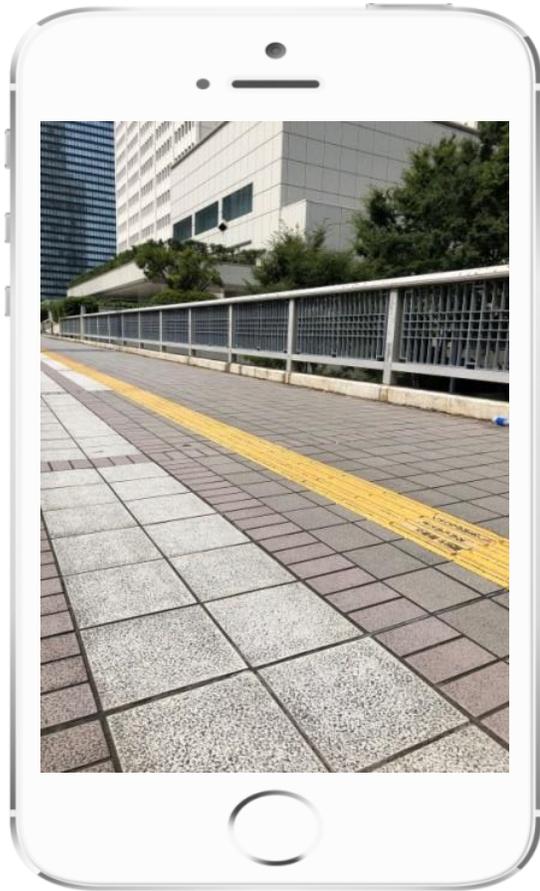
③**Think**（創造的・知的価値）：創造性や知的欲求、好奇心に訴えかけるもの

④**Act**（行動、ライフスタイル価値）：新しい体験など行動における新しいものを提供しなければならない…

**スマホ×ARが高い成果を出せる！**

1.	講師紹介・会社概要	P3~P7
2.	CXについて(復習)	P9~P20
3.	ARについて	P22~P56
4.	今後の展開	P58~P68

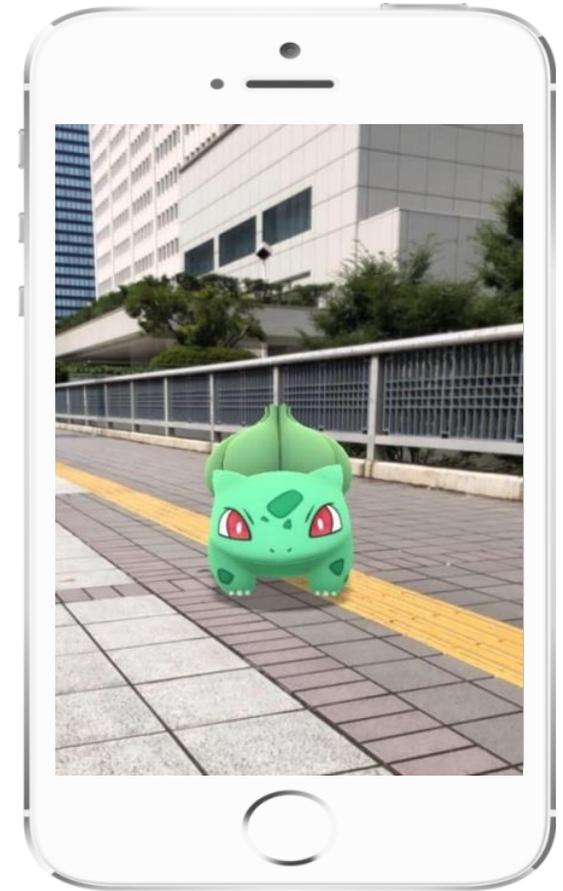
# AR（拡張現実）とは



現実世界



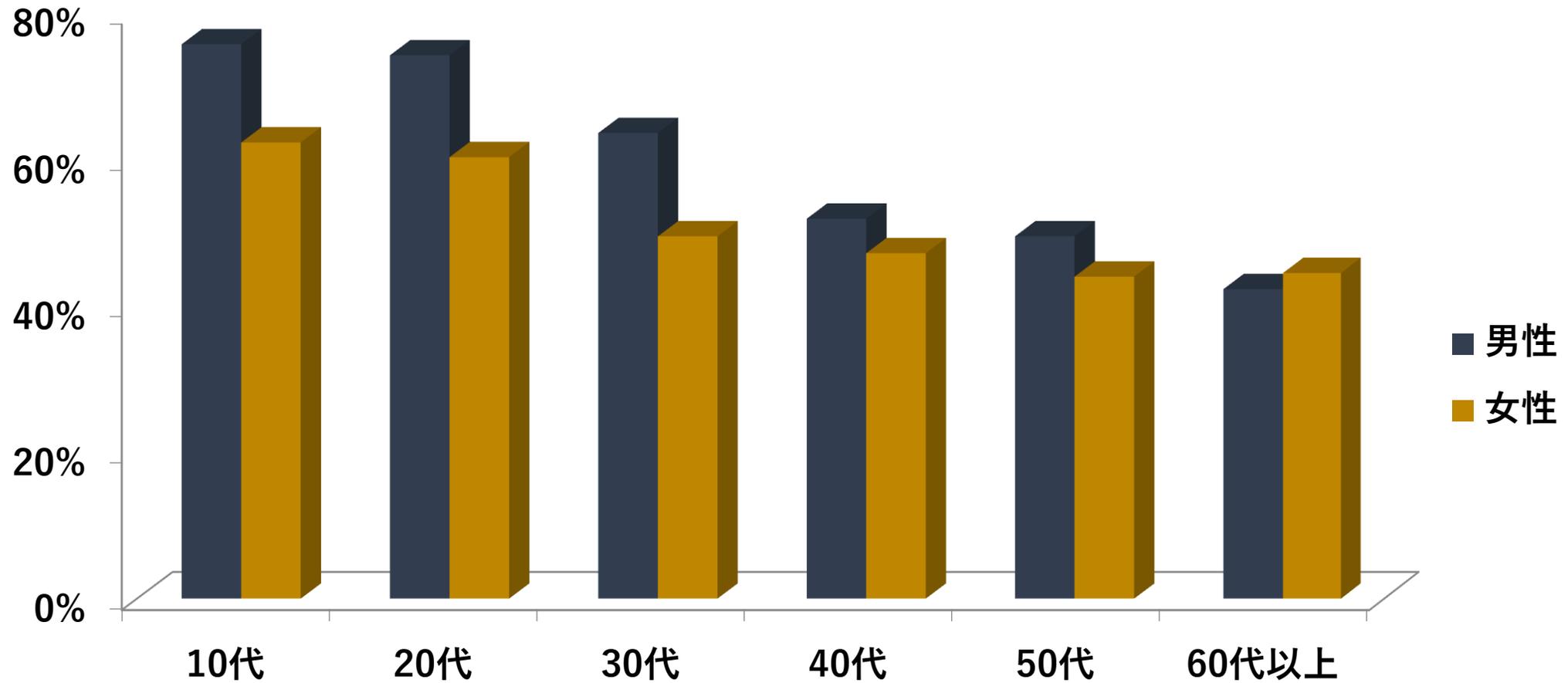
仮想物体  
(デジタル情報)



AR  
(拡張現実)

1. ARを利用者として使ったことがある？	80~90%
2. ARを企画者として使ったことがある？	30~40%
3. ARを3種類に分類できる？	5~10%

## AR利用経験があると回答した人（年代別・性別）



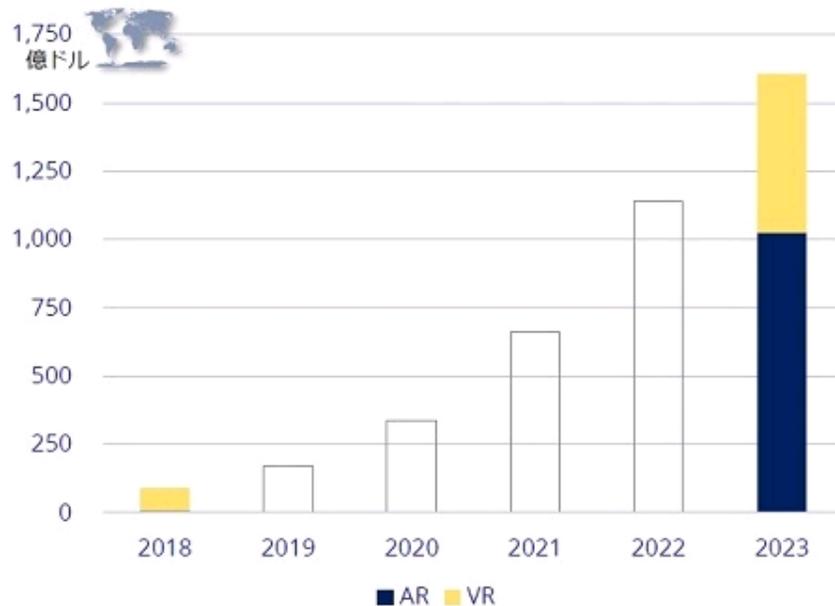
2018年 スターティアラゴ調べ 調査人数：4000人

# ARと5G

IDC ジャパンは2019年6月、『AR/VRのハードウェアとソフトウェア、および関連サービスを合計した支出額は、2018年は89.0億ドル、2019年の168.5億ドルから、2023年に1606.5億ドル（約17兆円規模）に達する見通しである。』と発表した。現在は同市場のうち過半数をVRが占めているが、2022年の段階では約70%をARが占める見込み。

また、5Gの特長でもある高速大容量・低遅延・同時多接続によって、よりリッチな3D表現が可能になるため、3Dを活用したARサービスは今後ますます増加していくと考えられる。

AR/VR市場規模予測



5G×AR



5Gによって高速大容量・低遅延・同時多接続が可能になり、リッチコンテンツ×インタラクティブな体験が可能に。  
ネイティブアプリも約1秒でインストールできるため、webページにアクセスするような手軽さでアプリインストール時のハードルをゼロに近づけ、シームレスな利用が可能になる。

# ARはエンゲージメントの向上・販売促進に有効

## ARを体験したユーザーのうち

**59.5** %

のユーザーは  
**購買意欲が  
上がる**

ARコンテンツを見た後の商品サービスに対するユーザーの興味関心・購買意欲は「非常に上がった」（19.2%）、「上がった」（40.3%）と、ARを体験したユーザーの59.5%が「購買意欲があがる」と答えている。プロモーション企画にARを活用することは効果があるといえる。

**39.1** %

のユーザーは  
**人に  
紹介する**

ARコンテンツを見た後にその内容を、「1～2人に紹介した」（23.9%）、「3人以上に紹介した」（15.2%）という結果となった。ARコンテンツを体験したユーザーのうち、39.1%が口コミや紹介を行った結果となっている。

**66.7** %

のユーザーは  
**またARを  
体験したい**

ARコンテンツを体験したユーザーに対して、ARコンテンツをみかけたらまた見たいと思っているか調査したところ、「非常に見たい」（21.5%）、「見たい」（45.2%）となった。ARコンテンツを体験したユーザーの66.7%は、またARを体験したいと考えている。

## ARを採用した

**87.8** %

の企業は  
**企画・実施  
してよかった**

ARを販売促進として採用した企業の反響は、「非常に良かった」（44.9%）、「良かった」（42.9%）と合わせて87.8%（9割）占め、非常に高い結果となった。また、採用した企業の目的は他社との差別化としている。

参考：第2回ARアプリに関する調査レポート（スターティアラボ調べ）ダウンロードページ [https://www.coco-ar.jp/whitepaper/ar\\_report/](https://www.coco-ar.jp/whitepaper/ar_report/)

ARコンテンツを体験した約6割のユーザーは「購買意欲が上がる」と回答。また、ARを体験したユーザーの約4割は人に紹介するというデータがとれている。ARは顧客体験価値の向上とともに、販売促進にも貢献することができる。

また、Zappar社の調査によると、AR体験させることで注目度を高め、記憶の定着も70%も高まるという結果が出ている。

※Zappar社サイトより引用

# ARは主に3種類

## GPS型AR



GPSから取得した位置情報に紐づけてデジタル情報を表示

## 空間認識型AR



©2020 RED BULL

物体や空間を認識させ、デジタル情報を表示

## 画像認識型AR



© 2001-2020 atre co.ltd All Rights Reserved.

マーカーとなる画像を認識し、その上にデジタル情報を表示



## メリット

暗所でも動作が安定している

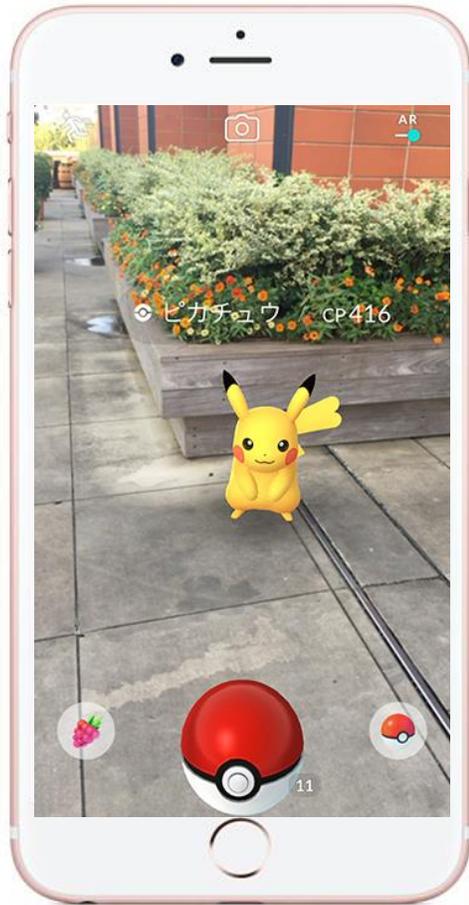
マーカー不要のため、デザイン性を損なわない

## デメリット

表示位置のズレが発生する可能性がある

GPSが届かない場所では使用が難しい

# GPS型AR



## Pokémon GO

現実世界を歩き回ることによってポケモンをGET

©2020 NIANTIC, INC. ©2020 POKÉMON. ©1995-2020 NINTENDO



## 鄭州空港 ARナビ

歩行方向、目的地までの距離が表示

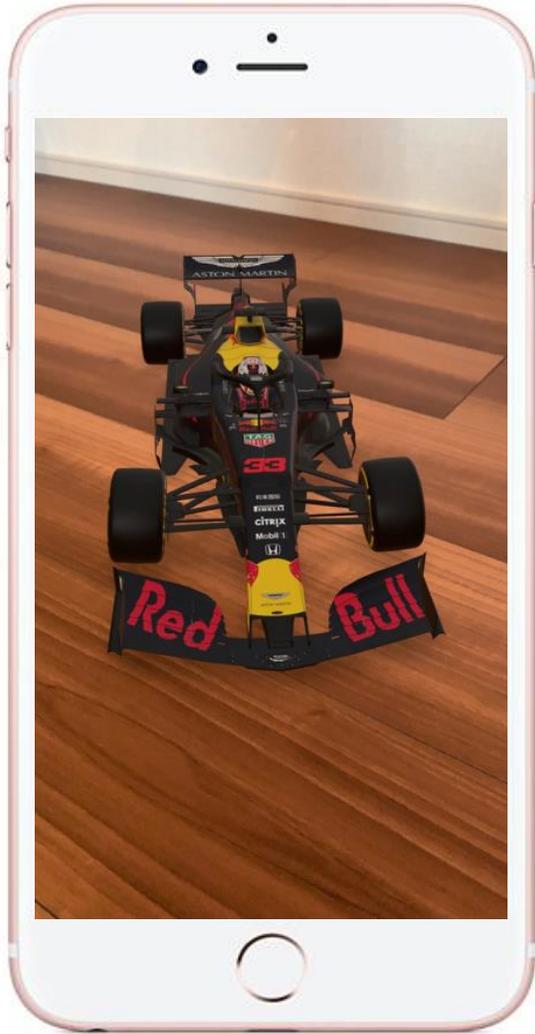
<https://www.lieyunwang.com/archives/458575>



## サウンドウォーク～ムーミン谷の冬～Sound AR

特定の場所に到着すると音声や音楽が流れる

<https://metsa-hanno.com/lp/winterwonderland/>



©2020 RED BULL

## メリット

マーカー無しでデジタル情報を提示することが可能

実物大で表示させることができる

## デメリット

安定性と精度に課題

技術的に難易度が高い

# 空間認識型AR



## LOWYA AR

ウェブサイトから気になる商品をバーチャル配置

[HTTPS://WWW.LOW-YA.COM/EXT/FEATURE/AR.HTML](https://www.low-ya.com/ext/feature/ar.html)



## ARライブ「リアル・エステート」

自宅をライブ会場に変え、顧客ロイヤリティ向上

<https://realestatequarantour.com/>



図1：周辺環境を認識



図2：目標の空間にポイントを設定

## Pinspect

検査・点検箇所をARで記録、可視化



© 2001-2020 atre co.ltd All Rights Reserved.

## メリット

提示したい場所に、正確にデジタル情報を提示できる

マーカー（画像）を設定するだけ＝簡単

## デメリット

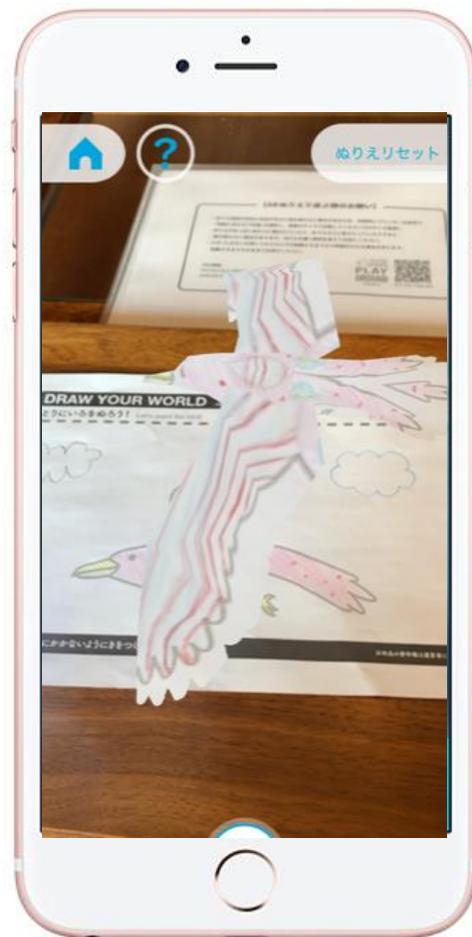
印刷物や場所にマーカーの設置スペースが必要

かざした環境の明暗で認識率が左右される

# 画像認識型AR



アトレ恵比寿 さくらARフォト  
シーズンイベント×SNSキャンペーン



3Dぬりえアプリ「ARぬりえ」  
休校中の子どもにもむけて無償提供



バーチャル試着 KARITAKE  
専用メジャーを手首に巻くと腕時計が試着できる

<https://karitoke.jp/information/132/detail>

## アプリのダウンロードが面倒



1. 明確なペルソナ設計（コアファン？暇時間？）
2. リッチコンテンツの活用（期待値を高める）
3. WebARの活用（アプリ不要で手軽に）

アプリの企画や開発が面倒。コストが高い…



コンテンツ企画→配信・管理→アプリ  
全て一括で安価に利用できるサービス

# ARの利用障壁をクリアしたのが



**COCOAR**

旧COCOAR



## ARアプリ

1. リアルイベントでの活用に最適。
2. 多機能なのに簡単につくれる。
  - 累計270万DL以上、導入実績2,000社以上
  - ARスタンプラリーも簡単作成&連携
  - GPS連動・日時設定可能
  - ログ分析によるマーケティングが可能
  - 商業施設・店舗、リテール、メーカー、イベント企画、学校、地方自治体など業種・業界問わず幅広く活用可能



**LESSAR**

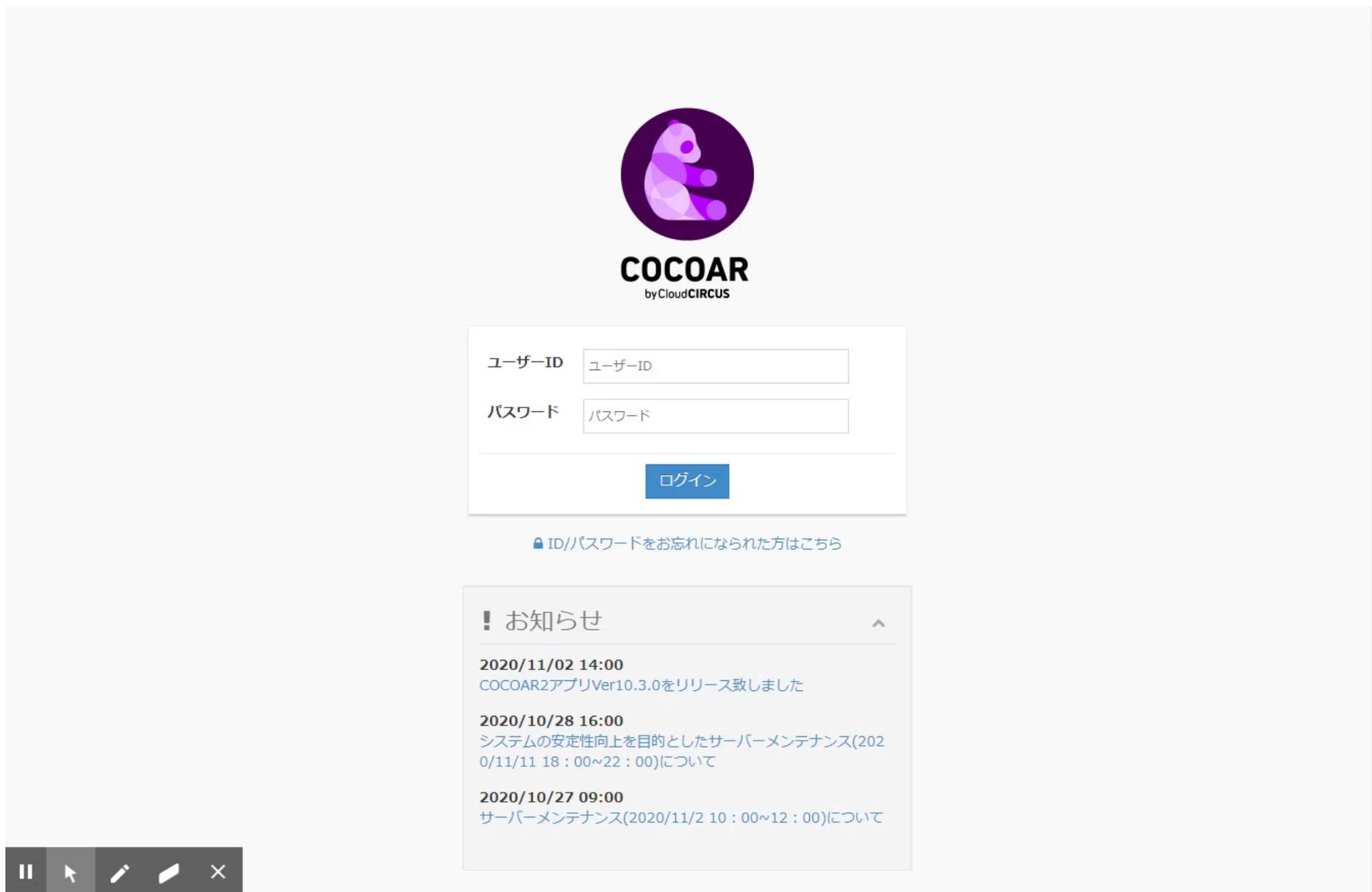
旧LESSAR



## ウェブAR・ブラウザAR®

1. アプリダウンロードが不要。
2. ブラウザだけでAR体験を提供できる。
  - アプリインストール不要のAR
  - Web上からシームレスに体験を提供したい企画向け
  - 画像認識型AR、空間認識AR、顔認識AR対応
  - SNSキャンペーンとの相性抜群
  - ARの普段使いを促進

# 使い勝手のデモ



  
**COCOAR**  
by CloudCIRCUS

ユーザーID

パスワード

[ログイン](#)

[ID/パスワードをお忘れになられた方はこちら](#)

**！ お知らせ** ▲

**2020/11/02 14:00**  
COCOAR2アプリVer10.3.0をリリース致しました

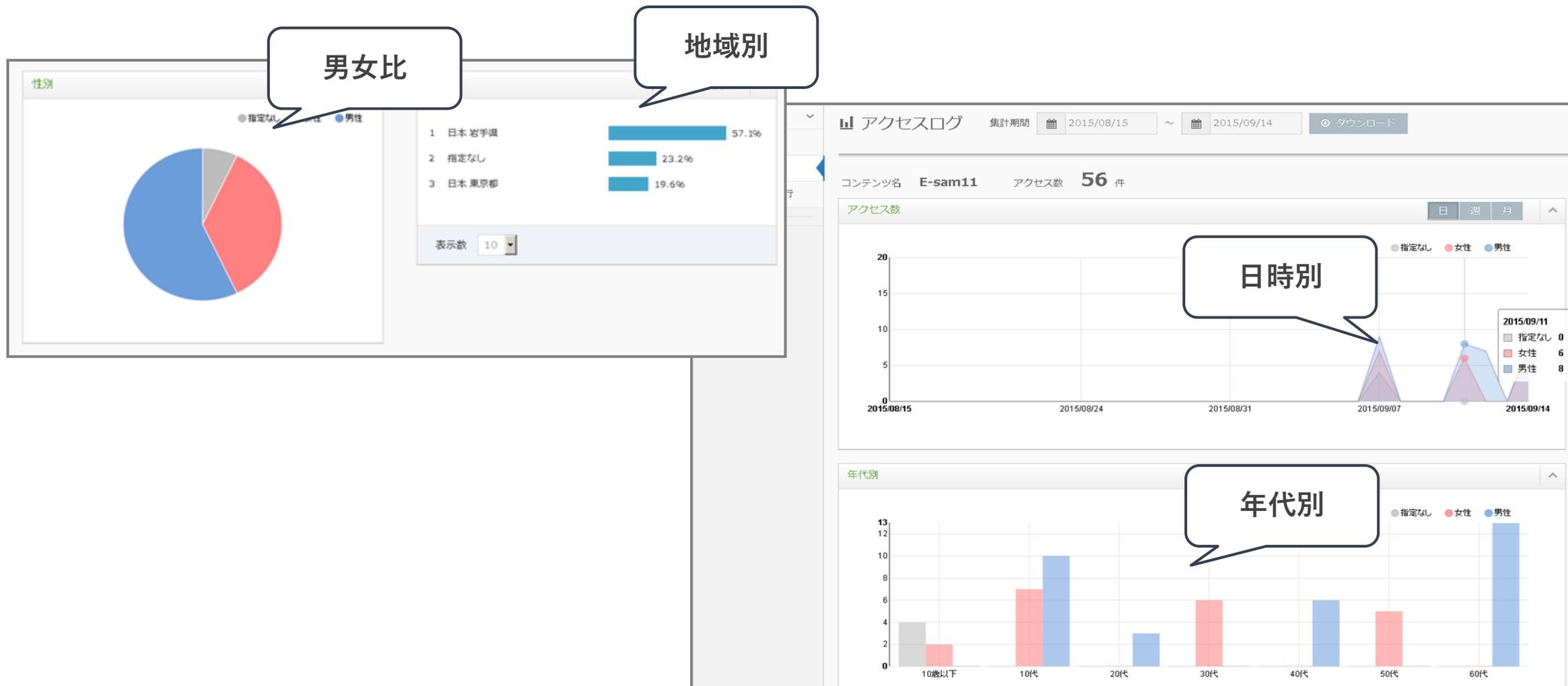
**2020/10/28 16:00**  
システムの安定性向上を目的としたサーバーメンテナンス(2020/11/11 18 : 00~22 : 00)について

**2020/10/27 09:00**  
サーバーメンテナンス(2020/11/2 10 : 00~12 : 00)について



# できること：ログ分析

ARを利用したターゲットのアクセス数から性別、年代、地域などが判別可能



# できること：ARコンテンツの出し分け

ARを利用したターゲットのアクセス数から性別、年代、地域などが判別可能

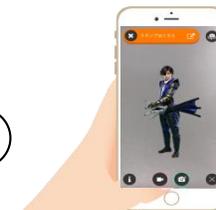
**時間**  
で変える



10時AM



①



17時PM



②



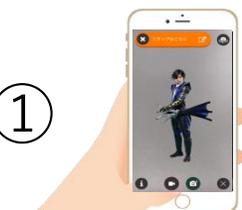
**場所**  
で変える



東京タワー



①



富士山



②



**SAMPLE**  
かざしてみてください

設定条件  
あたり：50%  
はずれ：50%



- 出現率は1%単位で設定可能
- ARコンテンツ毎の再生回数制限（A賞B賞など景品に限りがある場合に有効）
- 1デバイスあたりの再生回数制限（1人●回までなど設定可能）
- 最大ARコンテンツ数は10個まで

## できること：プッシュ通知

承認率は 35~50%、開封率はメルマガの10倍



アプリに通知



キャンペーン  
情報などを配信

# できること：ARスタンプラリー



## 当社が対応できる分野

ARの種類	ARアプリ	ウェブAR	コンテンツ 管理画面
GPS型	△ (個別開発)	×	△ (個別開発)
空間認識型	○	○	○
マーカー型 ※GPS機能との連動可	○	○	○

# イトーヨーカドー（イトーヨーカ堂様）

ハロウィン企画として1か月間ARスタンプラリーを開催。

全国のイトーヨーカドー店内に設置されている3種類のスタンプを集めると豪華景品が当たるキャンペーンに応募できる。

イトーヨーカドー・専門店街合同企画

スマホで参加 **ハローキティ オリジナルぬいぐるみが当たる!**

# ハローキティ ARスタンプラリー

HELLO KITTY

**第1弾** 10/1(火)~10/15(火)  
ハローキティのフォトフレームで写真を撮っちゃおう♪  
3種類全てのラリー達成で、もらおう!  
【第1弾 ハローキティ オリジナル待受画像】

**第2弾** 10/16(水)~10/31(木)  
ハローキティのミニゲームで遊ぼう♪  
3種類の全てのラリー達成で、もらおう!  
【第2弾 ハローキティ オリジナル待受画像】

さらに、ラリー達成でもらえる**3つのスタンプ**と  
抽選でイトーヨーカドー・専門店街（アリオ・グランツリー武蔵小杉・プライムツリー赤池専門店街は除く）の  
お買い上げレシート**3000円以上**で当たる!

## ハローキティ オリジナルぬいぐるみ デザインについて決定!

11/1(金)から一新するイトーヨーカドーの新制服を着たハローキティです。

特別に作られた**20個だけの限定品**



※イラストはイメージです。

<b>A賞</b>	ハローキティ オリジナルぬいぐるみ	<b>20</b> 名様
<b>B賞</b>	10,000円分のnanacoギフト	<b>20</b> 名様
<b>Wチャンス賞</b>	1000円分のnanacoギフト	<b>200</b> 名様
	100円分のnanacoギフト	<b>2000</b> 名様

レシート対象期間 **10/1(火)~10/31(木)** 応募期間 **10/1(火)~11/4(月) 23:59** まで

## イトーヨーカドー：実施目的

1

人手やスペースを必要とせず、多くの地域で開催したい

2

店舗内を周遊させたい

3

ファミリー層に加え、若い年代にも来店してほしい

## イトーヨーカードー：実施企画内容

10月1日～  
前半企画

店内に設置されている3種類のポスターにアプリをかざすと、ハロウィン仕様のキティちゃんオリジナルフォトフレームが出現し、写真撮が影可能。更に、かざす度にスタンプが貯められるような仕組みに。



10月15日～  
後半企画

ポスター（ARマーカ）とコンテンツの変更。ポスターにアプリをかざすと、「間違い探し動画」「スロット（ランダム再生機能）」「数あて」の遊べるミニゲームに参加できる。更に、かざす度にスタンプが貯められるような仕組みに。



10月31日

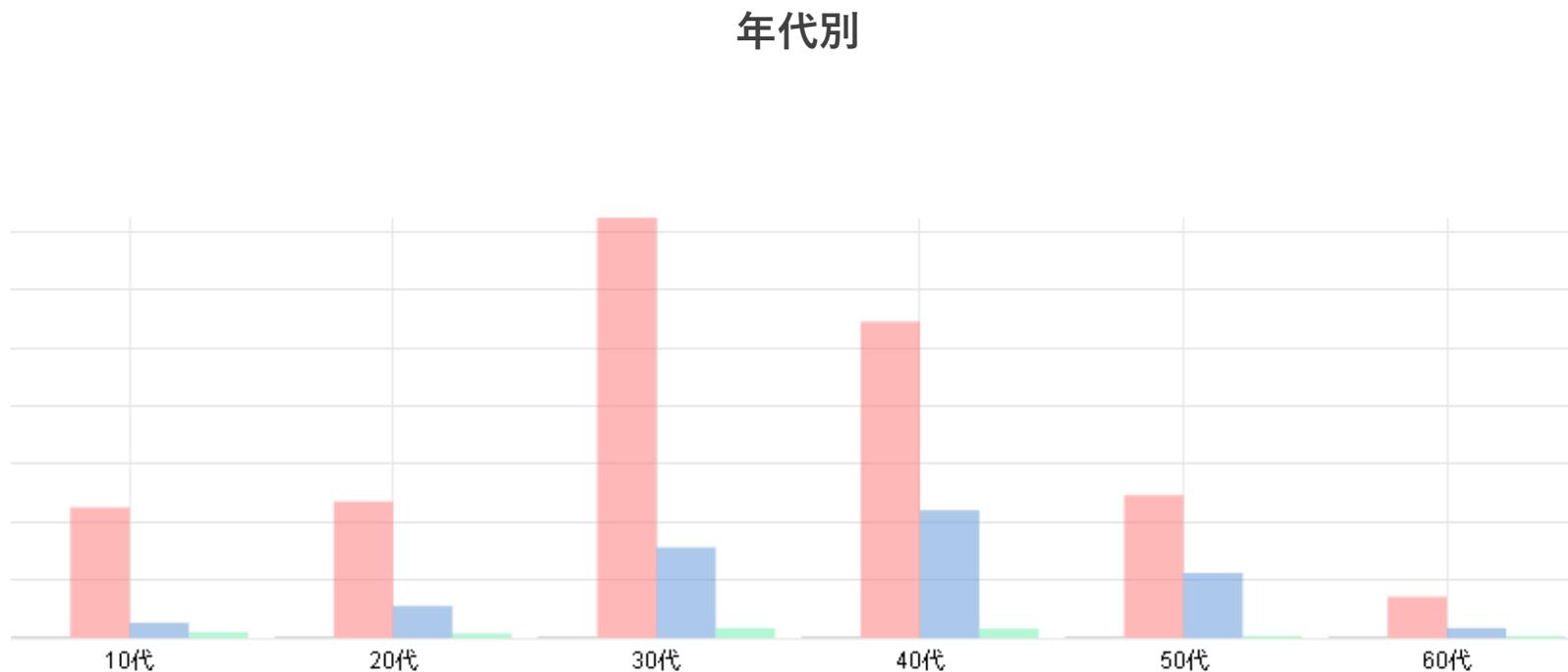
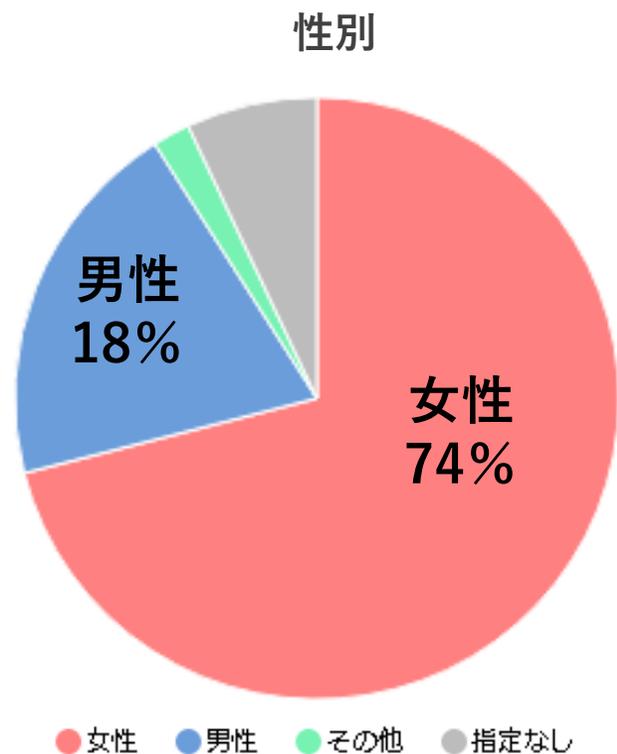
イベント終了

アクセス数

10,000回超え

# イトーヨーカードー：性別・年代別

狙っていた若い世代が多く参加してくれた。



▼前半 参加UU数 1,336 コンプリート数 612

 参加者数

日付	スタンプ合計	コンプリート数	参加ユニーク数
開始～11月末までの合計	2,618	612	1,336

▼後半 参加UU数 600 コンプリート数 322

 参加者数

日付	スタンプ合計	コンプリート数	参加ユニーク数
開始～11月末までの合計	1,286	322	600

1

ターゲットの明確化

2

リピート（再来店）につながる企画

3

ユーザーに目的意識（景品）を持たせた

## 数値実績一覧

ARは効果測定が可能のため、次回施策の改善がしやすいのも特徴

イベント種別	リーチ数	参加UU	ARコンテンツPV	施策費用	UU単価	PV単価
企業 リアルイベント	推定5万人	約6,000人	約3万	200万円	約333円	約66円
キャラクター ファン感謝祭	約2.5万人	約2,000人	約2.5万	75万円	約375円	約30円
書籍施策	推定1万人	約1,000人	約1.5万	50万円	約500円	約32円
キャラクター コラボイベント	約4,500人	約2,500人	約1万	75万円	約300円	約75円
商業施設 イベント	不明	約10,500人	約4.5万	250万円	約238円	約55円

## 卒業式・入学式の思い出作り × おうち時間施策



### 課題

2020年3月、COVID-19の影響を受け卒業式、入学式が中止に

### 目的

卒業生・入学生たちに「少しでも式の気分を味わって欲しい」という大学側の思いから、ウェブARを利用した「卒業記念AR」「入学記念AR」の企画を実施

### 告知方法

早稲田大学公式ホームページ、Twitter公式アカウント

### 企画内容

- ①「3Dコンテンツ」2体 大隈重信像、大隈講堂
- ②「画像フォトフレーム」3種

公式サイトでの掲載およびSNSに「#祝早稲田卒」の投稿を促すことで企画の認知度も向上させた。  
結果、**1週間で3,000アクセス超え**に。



## 回遊率向上 × ソーシャルディスタンス施策



### 課題

人気展示の前に人が集まってしまう

### 目的

- ・ 恐竜展の世界観を表現する
- ・ パネルの解説文が読めない子供にも伝わる
- ・ 目が見えない方や耳が聞こえない方にも伝わる

### 告知方法

会場内の入り口および各展示物前にポスター掲示

### 企画内容

会場内の恐竜の化石の前に、ARパネルを設置 (計10カ所)、アプリをかざすと、恐竜くん (アルバータ大学出身: 日本の恐竜研究者) による、恐竜の豆知識や解説動画が流れる。

自分のモバイル端末で体験できるということから、**ソーシャルディスタンス施策**として高評価を受けた。

## オフラインイベント→オンラインイベントに切り替え



### 課題

店舗に誘導する施策が打ち出しにくい

### 目的

Before：ピクルス生誕記念で「店舗」に会いに来てもらう

After：ピクルスが会いに行くコンセプトで「AR」活用

### 企画内容

ARグリーディング

### 結果

- ・ SNSプレゼントキャンペーン投稿が200件超え  
→ 「#20208おうちでピクルス」のハッシュタグでUPすると、スタッフが選んだ2名にプレゼント
- ・ ARグリーディングのアクセス数が10,000PV超え  
→ ファンの約3割が楽しんでくれたという結果
- ・ Youtubeチャンネルも15%ユーザー増

リアルショップの写真撮影は30人限定だったため「ARで初めて一緒に撮れた！」とファンも満足。  
今後はリアルイベントの間をつなぐ、ECサイトと連動した使い方も検討。

## 時代に合わせたお菓子の提供



### 魔女さんの水晶ルーレット

一時停止した時に写真も撮れるよ!

**ステップ 01** 動画を再生させて、好きなどころで一時停止しよう。

**ステップ 02** 止まった時のトッピングをつけて食べよう!

※商品に入っていないトッピングが出ることもあるよ。お家がない場合は、もう一度再生させよう!

こちらの動画は、カメラ付きのPC、スマートフォン、タブレットから御覧ください。

### 課題

スマホネイティブな子どもたちに「知育菓子」としてどう認知、楽しんでもらうか

### 目的

「自分の手で作って食べる」という以前からの価値にスマホを活用することで時代に合わせた価値提供を行う

### 企画内容

「4種類のトッピングのどれをつけて食べるか？」を特設サイトのルーレットで決めてもらう際、ARフォトフレームで『魔女になりきりながらトッピングを占うルーレット』ができる。

### 結果

- ・ページの閲覧ユーザーの80%がARを体験
- ・フォトフレームの撮影回数も約2回/人

認知率の高い**遊び心のある商品** × 子どもから大人までイメージしやすい**ARルーレット** × **フォトフレーム**の組み合わせが上手くマッチ

## 「手元に残されるパッケージ」を活用し、記憶に残る幸せな時をつくる

### 課題

「チョコレートがおいしい」「パッケージがかわいい」に+ $\alpha$ でより楽しんでもらえる企画を実現したい

### 目的

「パッケージがカワイイ」と取って置いてくれるユーザーが多いことを利用し、付加価値を提供しミッションの実現を

### 企画内容

くまのパッケージにかざすとくまが動き出して踊る動画が見れ、ツリーのパッケージにかざすとツリーがだんだん夕暮れから夜を迎える街並みの背景の一部になっていき、夜空にきらめく星とサンタがあらわれる動画が楽しめる etc.

### 結果

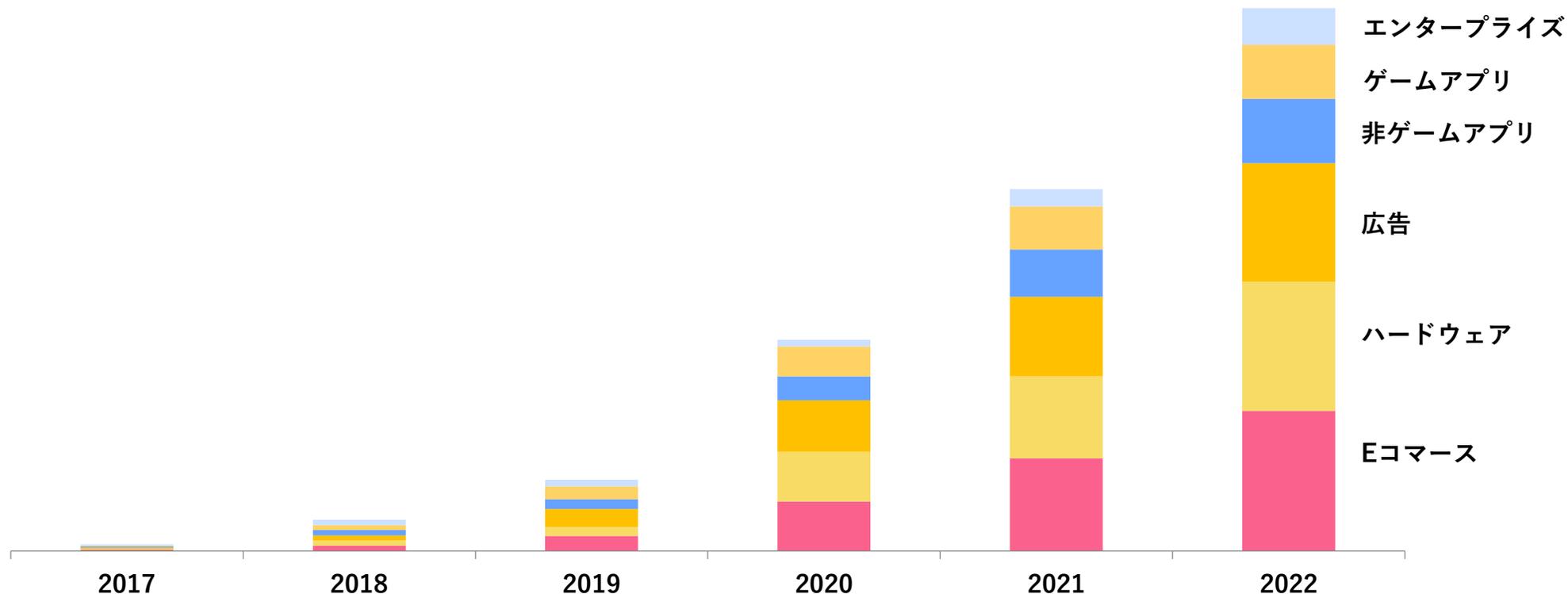
・コンテンツ再生回数が約1万件



クリスマス企画の反響良く、**バレンタインでも別のAR企画を実施**。更に、**チョコレート以外の企画部署**から「ARを活用したい!」という声ももらった。

1.	講師紹介・会社概要	P3~P7
2.	ARについて	P9~P20
3.	AR活用事例	P22~P56
4.	今後の展開	P58~P68

# AR市場（セグメント別）



2022年には10数兆円規模になるAR市場においては**Eコマース、ハードウェア（スマートグラス機器）、広告**での活用が**全体の3分の2**を占める。

40%の消費者が“ARを使って製品を体験する機会があれば、より高い買い物をしたいと思う”という調査結果も。

2019.04.08

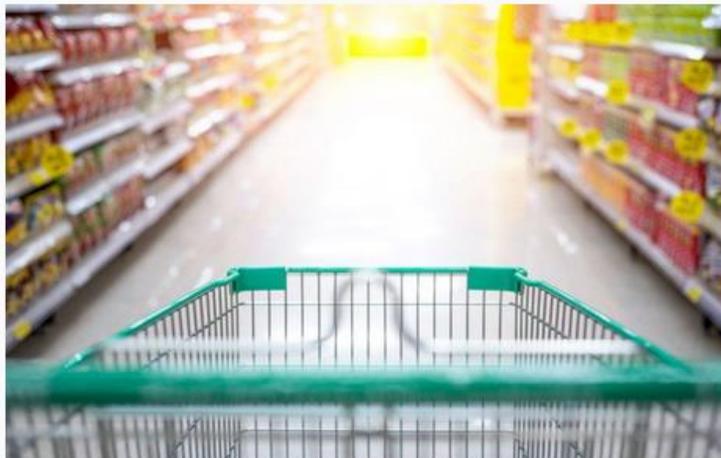
## 「AR/VRは小売業に変革をもたらす」2020年には100万人がARショッピングと予測

VR Mogura VR編集部



統計・データ

米国の調査会社ガートナーは、小売業におけるAR/VRの普及について見解を発表しました。消費者へ魅力的な購入体験を提供する必要性や、5G通信により導入が拡大。2020年までには、100万人の消費者がARを使って商品を購入すると予測しています。



ウェブARが主流に。購入へのラストワンマイル体験として。

## Amazon

Amazon、iOSアプリにARショッピング機能を追加

2017年11月02日 by Sarah Perez

205 List 1

シェア ツイート BI はてな

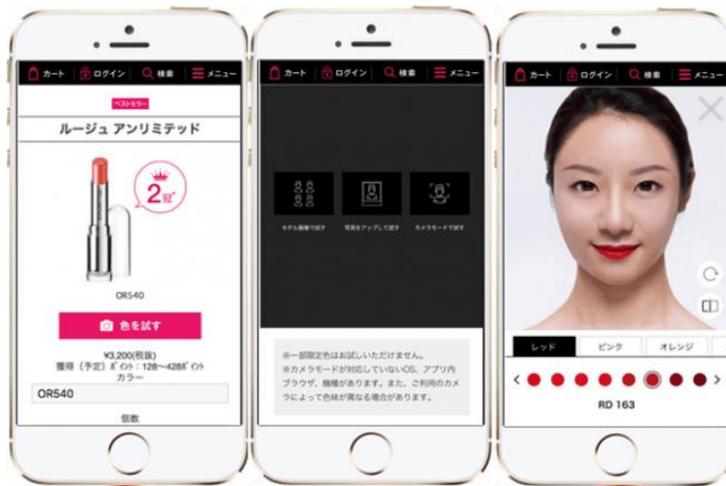


情報提供・寄稿しています!

本日（米国時間11/1）Amazonは、AR Viewと呼ばれる新機能を公開した。ユーザーはスマートフォンのカメラを使ってオンラインの製品を実生活空間の中で見ることができる。AR Viewは今日からiOSデバイス用Amazonアプリに追加され、家庭やオフィス向け製品数千種類——家具、電子機器、おもちゃ、ゲーム、室内装飾等々——を拡張現実の中で見られる機能を提供する。

引用：TechCrunch Japan <https://goo.gl/259T4D/>

## シュウウエムラ



step 1

step 2

step 3

引用：<https://www.shuueamura.jp/?s=news/youcam&wide=1>

## LOWYA

LOWYA

商品 イマコレ! お知らせ ご利用ガイド 公式Instagram



TREND IS HERE.  
今が旬「イマコレ」な商品やコンテンツ

LOWYA People

LOWYA INSTAGRAM

ARBLE SERIES

お洒落な部屋には、お洒落な人が住んでいる！ LOWYA公式Instagramを楽しもう！ 流行の大理石柄アイテムを取り入れて、憧れの

引用：<https://www.low-ya.com/>



# AR×展示、イベントでCX向上

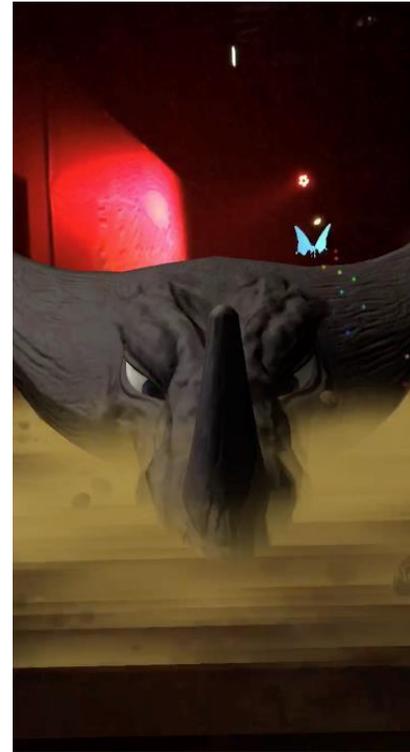
事前に不思議体験  
(AR×自宅付近)



東京ドームシティに  
(リアル×移動)



かいじゅうのすみかへ潜入  
(リアル×ARで特別な体験)



リアルで表現しにくいものを  
ARで補い特別な体験を

実世界に戻って  
謎解きも



全ての情報を入力し  
実世界への帰還



手記とタブレットを使った  
探検家の手記の追体験

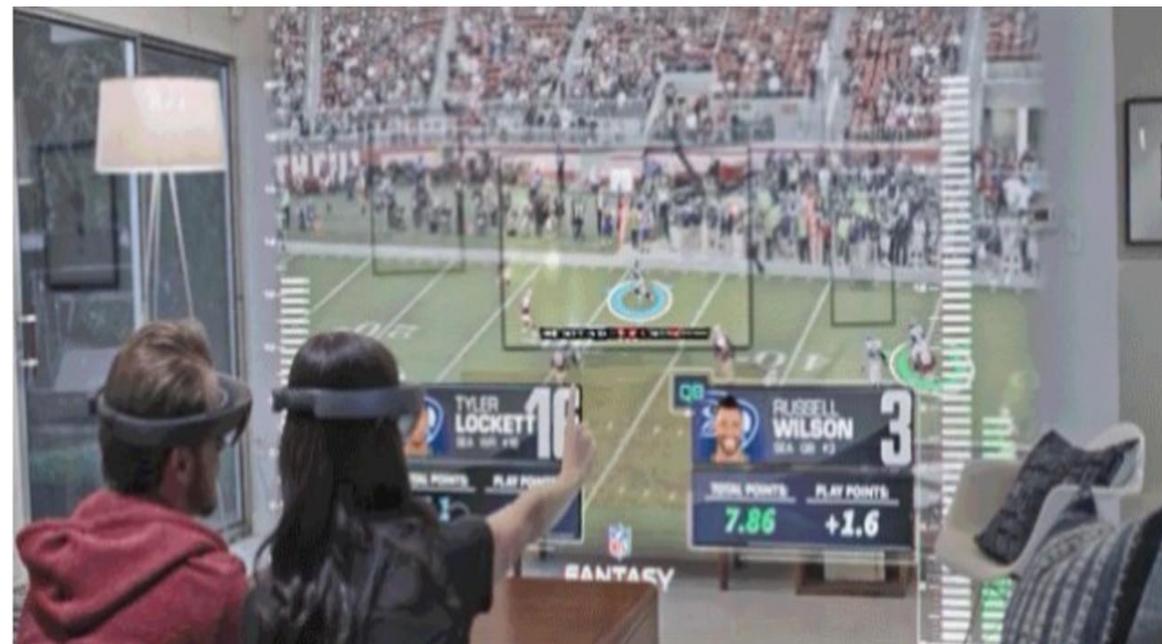


得た情報を使って謎解き



## 新たなARデバイスの出現と普及

現状スマートフォンでの活用が主流だが、新たなデバイスの開発が進行中(Apple,Google,Microsoft,Niantic etc.)。メガネ型がポストスマホとも言われているが、全く新しい形になる可能性も。



## 5Gを活用したARの発展

全方位ビューやリアルタイムスタッツ等、全く新しい体験が実証実験中。今後普及が進んでいく高速通信、低遅延、大容量が特徴である「5G」を活用することによって実現。

OMO (Online Merges with Offline) の切り口として  
オフライン&オンラインの両面活用へ



1

利用コンテンツ1万個以上の豊富な事例・ノウハウで  
課題に最適な提案が可能

2

提案を実現するための  
「技術」  
「有名キャラクターとのコラボ」  
「動画、3Dコンテンツの作成」  
全てを我々から提案&提供可能

世の中のARのトレンド・サービスに関する情報を配信 <https://ar-go.jp/> をチェック！

ARGO

ARニュース やってみた いっってみた

話題の大人アイドルpredia、11/6発売のシングル購入特典ポストカードにARアプリをかざすと...??

2019/11/14 | ARニュース

← →

新着記事

記事を検索

関連記事

- 話題の大人アイドルpredia、11/6発売のシングル購入特典ポストカードにARアプリをかざすと...??
- 『SLAM DUNK』桜木花道のシュート姿がどこでも見られる！ARアプリ「SLAM DUNK Talkin' to the Rim」が話題に
- さがみ湖リゾートで「マクロス」ARステージ開催！イルミネーションとともに歌い踊るキャラクターたち
- ARを活用したまちめぐりスポーツイベント「AR×まちめぐりFUNJOG in 渋谷」が11月16日にも開催！
- 「京阪電車×響け！ユーフォニアム2019」にてARスタンプラリーを開催！売上

AR Ads Contest（AR広告コンテスト）のエントリー募集中です！



最優秀賞：賞金 **30** 万円

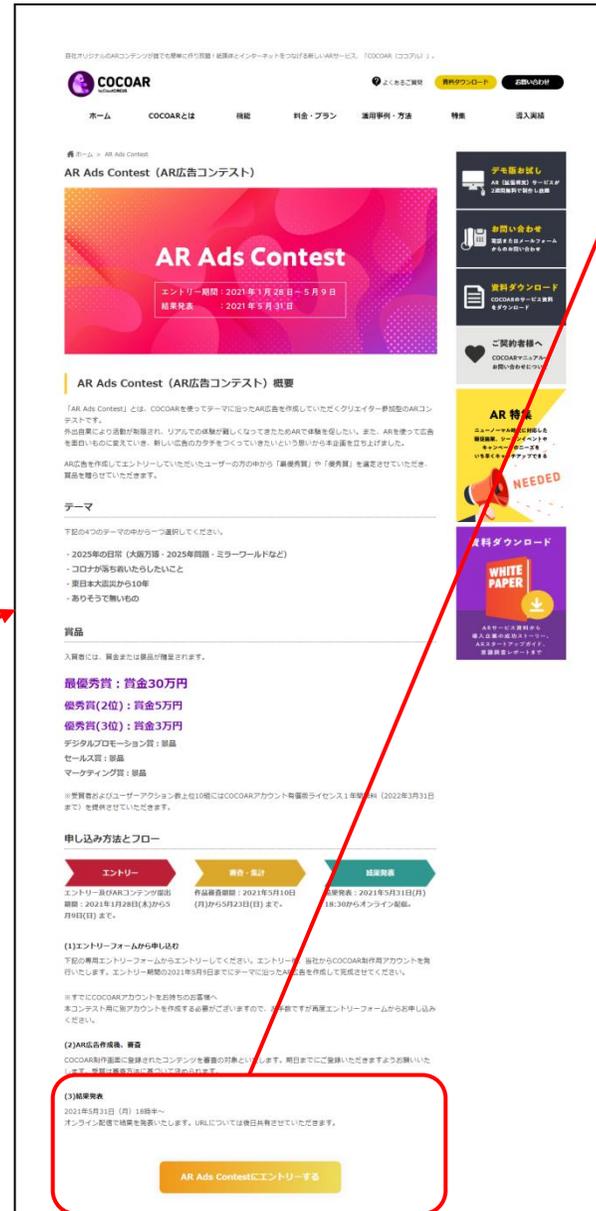
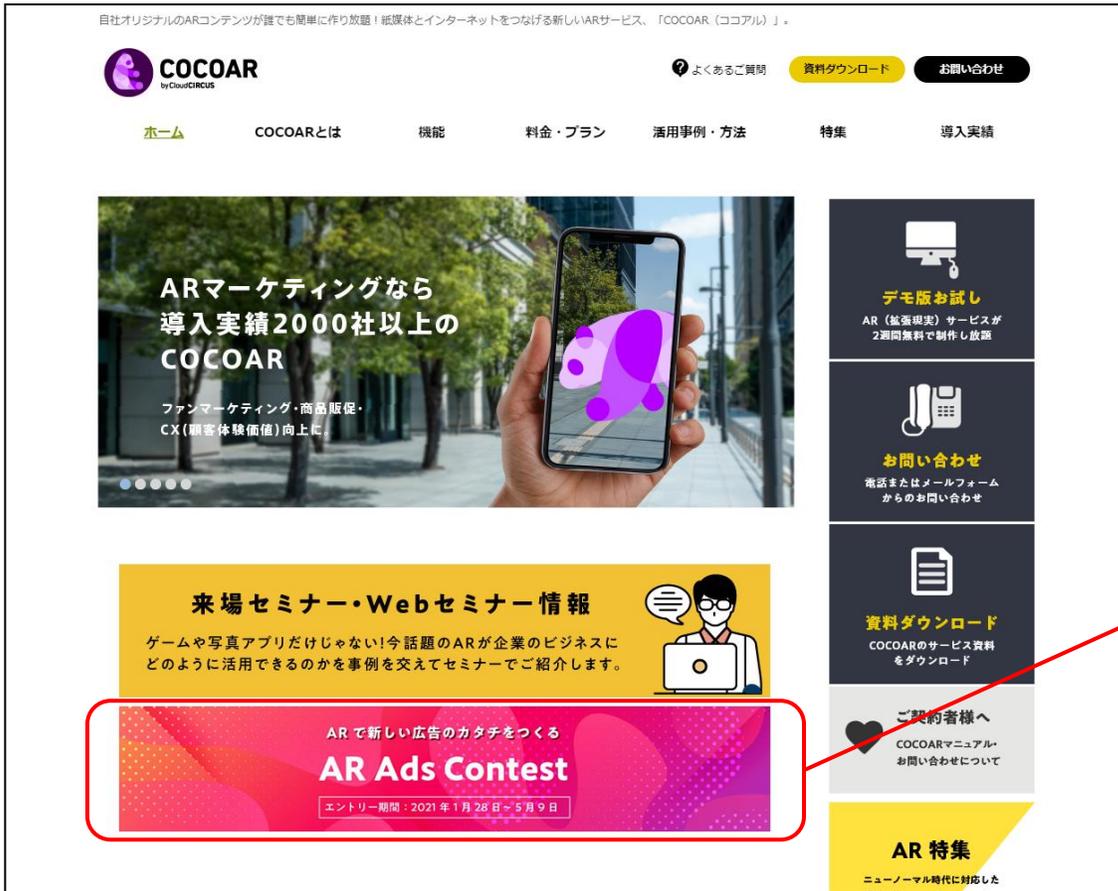
## コンテスト概要

当社のAR制作ツール[COCOAR](#)を利用したAR広告コンテストです。

テーマに沿ったコンテンツを制作して頂くと、集計期間中に最もユーザーアクション数が優れていたコンテンツ制作者に、賞金または景品を贈呈させていただきます。

エントリー者にはコンテスト専用のCOCOARアカウントを発行しますので、COCOARを無料で使って企画運営してみるチャンス！！是非チャレンジしてみてください。

# エントリー方法



「エントリーする」ボタンから必要事項を明記と規約の同意。その後、アカウント情報が発行されます。

COCOARのサービスサイトに辿り着き  
（「COCOAR」で検索）、  
上から3つ目の画像をクリック！

ご応募  
お待ちしております！

ご清聴ありがとうございました。

**CX × ARの企画のご相談などがあればお気軽にご相談下さい！**