

IT(情報技術)企業
が、AR(拡張現実)や
位置情報といった最新の
インターネット技術を取
り入れたマーケティング
手法を次々と生み出して
いる。スマートフォン(高
機能携帯電話)の普及で、
消費者の属性や購買履歴

進化する MIT 担い手たち

が容易に把握できるよう
になり、メーカーや小売
りなどから新たな販促サ
ービスとして注目が集ま
る。多様化する消費者ニ
ーズをとらえるための最
前線のマーケティング技
術に取り組み企業を紹介
する。

アララ アプリ開発

インターネットサービスのサイバード設立に関わった岩井陽介社長が2010年10月に設立。低コストのAR実現に向けて、アプリ開発から手がける。社員数は10人と少数だが、高い開発力で多くの企業から受注を獲得している。売上高は6千万円。今後は海外展開も視野に入れる。高い処理能力と通信機能を備えたスマートフォンの普及が追い風になっている。

QRコード活用 開発コスト抑制



ポッキーの箱(写真上)に印刷されたQRコードを読み取ると、画像が飛び出す

AR 低価格で提供

昨年11月、都内の外資系ホテルで仏航空会社、エアフランスのイベントが開かれた。音楽とファッションショーで盛り上がる会場。その一画で壁に貼られた60センチ四方のポスターの周りに多

くの人だかりができた。人は驚きの表情を浮かべ、絵に向かってスマホやタブレット。最新ジェット機のダイナミックさを味わ

で開発でき、画像の変更も容易な点が特徴だ。岩井陽介社長は当初、ギフトカードからメッセージが飛び出てくるサービスを提供しようと考え、AR技術に着目した。だが調べるうちに、ARの活用には高い開発コストが課題と判明。それなら低コストで手軽に使えるARアプリを開発すれば、企業が導入する可能性が増える」と判断した。

コスト低減のカギは、コンテンツをサーバー配信にしたことにある。これまでARはソフトと画像が一体になっていた。毎回専用のソフトを開発する必要があった。ARアプリは企業から動画などをもらい、それをサーバーに置いてQRコードで呼び出してダウンロードする仕組みだ。一般にARを活用する企業の負担は数百万円とされるが、アララは70万円程度に抑えている。また従来のARでは決まった画像しか呼び出せなかったが、ソフト開発と画像登録を切り離れたため、急なイベントなどにも数日に対応できる。

このため企業からサービスの依頼が続々と舞い込む。江崎グリコもその1社だ。昨年9月から人気菓子「ポッキー」のパッケージにQRコードを印刷した。流れる画像はバーテンダーが登場し、ポッキーと合うカクテルのレシピを紹介する内

(古山和弘) 随時掲載