

AR販促 海外で売り込み

アララ、スマホ向け



日本企業による商品の海外展開などにも活用してもらおう狙い(アララのARアプリの事例)

来月、シンガポールに現法

アプリ開発のアララ(東京・港)はスマートフォン(高性能携帯電話＝スマホ)向けAR(拡張現実)サービスの海外展開に乗り出す。4月にシンガポールで現地法人を設立する。東南アジアなどのメーカーや小売業からARを使った販促やマーケティングを請け負うほか、海外進出した日本の小売業やサービス業向けに現地での採用を働きかける。開発や営業の拠点を海外に設けることで、国内外で企業から受注し対応できる体制を整える。

日本の進出企業も対象に

シンガポールの現地法人には日本から社員を派遣するほか、現地採用も始める。アジアや欧米の企業向けにARアプリを使った販促サービスの活用を売り込む営業機能に加え、日本から開発機能の一部を移転する。すでに現地の企業向けイベントで紹介して営業を開始しており、10社程度から引き合いがあるという。同国では税制や雇用などで政府の支援が受けられ、開発コストが抑えられるメリットがあるう

え、拠点を置くことで現地の消費者や企業のニーズに適したサービスを提供しやすくなる。今後、米シリコンバレーに拠点を設けることも検討する。アジアや欧米の企業に営業するほか、海外に進出している日本企業が現地で販促活動するのを支援する体制も整えていく。また海外の企業が日本市場に進出する際に、

ARを使った販促活動を受注する窓口とする。アララはスマホやタブレット(高性能携帯端末)向けARアプリ「アララ」を提供している。販促に活用する企業はAR用の画像を用意するだけで済み、導入費用は約70万円からと低価格で、発注から1週間程度で対応できるのが特徴だ。同社のARはこれまで

で、国内大手菓子メーカーの販促に採用されるなど数十社の大手企業が導入した。一方で海外でもスマホが急速に普及しており、現地企業や日本の進出企業がAR販促を活用する需要が増えることが判明し、現地法人を置くことにした。3年後には海外比率を半分まで高めて、海外の売上高を10億円程度まで育てる考え。