

3月23日掲載開始

販促革命を巻き起こす！

5つのモデルケースから明らかにする 「AR＋紙」の可能性

目次

■本資料の目的

■ 1 章：本格化するARの販促活用。その背景と今後の流れ

- ・スマートフォン利用が後押しするARの販促活用
- ・ARの販促活用が注目を集める理由
- ・「AR＋紙」の組み合わせこそ販促活用の本命

■ 2 章：ARの販促活用の本命「AR＋紙」！5つのモデルケースからその可能性を検証する

- ・ケース①“AR＋手紙”による母の日キャンペーン
- ・ケース②“AR＋店内メニュー”でエンターテインメント性を付加
- ・ケース③“AR＋ポスター”で駅の利用者に効果的に訴求
- ・ケース④“AR＋名刺”で相手に強く自分を印象付ける
- ・ケース⑤“AR＋案内パンフレット”で集客効果を高める

■ 3 章：「AR＋紙」を具現化！「a+print」がARの販促活用を変える

- ・進化するAR技術との融合で「紙」をより魅力的な販促ツールに変える！
- ・制作だけではなく、保守管理・運用サポートまで対応！
- ・【事例】約12分の1のコストで、新規獲得数約6倍を実現！

■会社概要

ARが実現する販促革命 顧客への「感動体験」という付加価値で勝つ！

多くの情報であふれている現代社会。消費者の目にとまるために、企業はアイデアを凝らし、これまで主流だった4マス広告に加え、交通広告やチラシ、DMといった紙媒体からイベント、インターネット広告まで、多くのメディアを通し販促活動を展開しています。

激化する販促競争の中で勝ち抜くためには、他社にはないメッセージを打ち出すことが必要です。そのキーワードが「感動体験」です。

→本資料では、販売促進に求められる「感動体験」を提供するための有効な手段として、AR販促について紹介します。画期的な手法で消費者の記憶にメッセージを残したいと考える企業の販売促進担当者の方は、ぜひご一読ください。

1 章

本格化するARの販促活用。 その背景と今後の流れ

スマートフォン利用が後押しするARの販促活用

●ARサービス市場はここ数年で急激に拡大

これまでARというと、特殊なメガネをかけたり、専用の機器が必要だったり、またARの画像処理には高機能のCPUが必要だったりと多くの制約がありました。しかしIT技術の進化により、ARもさまざまなシーンで活用されるようになりました。その一端を担っているのが、スマートフォンやタブレットです。これらの普及により、いつでも、どこでも、誰でもARの技術が活用できるようになったのです。そのため、スマートフォンやタブレットを使用したAR販促が、多くの企業でイベントや集客、広告などで行われるようになり、今後ますます注目を集めていくことが予測されます。

ARとは

「拡張現実（Augmented Reality・オーグメントリアリティ）」のこと。VR（バーチャルリアリティ）のように、人工的につくられた仮想現実と現実を差し替えるのではなく、現実世界の一部を改変して情報提示する手法。



ARの販促活用が注目を集める理由

●バーチャルな体験で印象に残る販促が可能

多くの情報があふれる中、消費者にいかにメッセージを届け印象を残すかが重要となっています。そこで注目を集めているのがARを使った販促です。

ARは例えば「カメラで写した映像（実際の風景）に、CGのオブジェやキャラクター等を重ねて表示（拡張）し、あたかもその場にいるように見せる」ことができます。そのため、単に何かのメッセージを投げかけるだけではなく、消費者にバーチャルな体験をさせることにより、より深い印象を与えることができるのです。

ARは消費者に「体験」を通して商品やサービスを深く知ってもらうことができ、記憶に残りやすくする点においても、他にはない効果的な販促手法といえるでしょう。



「AR＋紙」の組み合わせこそ販促活用の本命

●いつでも、どこでも、販促効果が長く続く

では、効果的な販促手法であるARをうまく活用するにはどうすればいいでしょうか？それは「紙」を組み合わせることがポイントです。

「紙」とはすなわちこれまでの販促手法にあった、チラシやDM、ポスター、パッケージといったものを利用することです。これらはこれまでの販促の延長線上で考えられますし、手軽に始めることが可能です。また、紙ならどこでも自由に持ち運びができ、何度も繰り返し使うことが可能です。そのうえ、紙が手元に残るため一過性で終わらず、印象が長く続くこともメリットです。

そのため、最近では「AR＋紙」の販促が少しずつ増え始めています。次章では、「AR＋紙」で効果的な販促を行う5つのモデルケースを紹介します。

2章

**ARの販促活用の本命「AR+紙」！
5つのモデルケースから
その可能性を検証する**

ケース①

“AR+手紙”による 母の日のキャンペーン

某ドーナツチェーンA社

【課題】 普段利用してくれている顧客に対して新しい驚きや喜びで演出したい

某ドーナツチェーンでは、普段利用してくれている顧客に対していつも行っているクーポン配布のマンネリ化に悩まされていた。

そこで、母の日というイベントを機に何か新しい驚きや喜びを付与できないかと考えていた。



訴求効果

AR上で展開される封筒・カーネーションのグラフィックの美しさに加え、ストーリー動画のインパクトが記念日の特別感を演出したことで、強く心に残すことが出来た。

【施策】 手紙を送付し、AR上で展開されるストーリー動画をプレゼントした

母の日に合わせて**手紙（白い洋封筒）**を送付。

封筒にスマートフォンやタブレットをかざすと、**封筒が開き、中から多彩なカーネーションが3Dで出現。**続いて、**AR上で母の日にちなんだストーリー動画**を提供。

立体感のあるリアルなグラフィックで表現された白い封筒やカーネーションが、**母の日の特別感を演出した。**

また、そのカーネーションの1つをタップするとクーポン情報・あるいはeコマースへ飛べる仕組みを構築し、普段行っているクーポン配布を別の形で行うことも可能になった。

ケース②

“AR+店内メニュー”で エンターテインメント性を付加

某飲食チェーンB社

【課題】創業開始15周年記念プロジェクトをさらに盛り上げたい

某飲食チェーンB社は、誕生15周年を迎えた。記念として、年間を通したキャンペーンプロジェクトを実施。

その一環として、更に盛り上げるための仕組みを考案していた。

【施策】店内のメニューにかざすことで競走馬が出現するARゲームを提供

秋の競馬シーズンにちなんで、AR技術を駆使したサービスを期間限定で提供。

来店の際、アプリをインストールしたスマートフォンやタブレットのカメラを**店内においてあるメニュー**にかざすと、それに書かれた**3頭のゼッケンをつけた競走馬が3DCGアニメーションで登場。**

勝ち馬予想で番号をタップし、3頭が数秒でフィールドを一周。当たると「ラーメン一杯プレゼント」などの特典がファンファーレとともに出現。

友人同士でコミュニケーションしやすいよう工夫された。



訴求効果

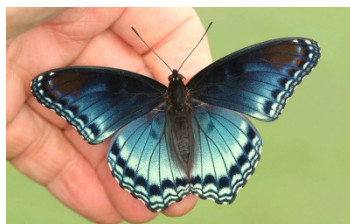
来店者が確実に手にするメニューにARを付与することで、プロジェクトの参加を促し、かつSNSと連動させることで拡散にもつなげることが出来た。

ケース③ “AR+ポスター”で 駅の利用者に効果的にイベント告知

イベント業C社

【課題】 イベントの魅力をより効果的に伝えることで集客を増やしたい

イベント業C社が開催を計画していた『世界のアゲハ蝶展』。イベントのクオリティには自信があったが、ニッチなテーマからか当初想定していたよりも集客が伸び悩んでいた。



訴求効果

平面（ポスター）だけでは説明しきれないアゲハ蝶の優美さを、ARを活用することで感覚的に伝えることが出来た。

【施策】 駅に設置したポスターにアゲハ蝶の美しさを再現するARを付加

駅構内の待ち合わせスポット各所に**AR付きポスター**を設置。

ARマーカーにスマートフォンをかざしてデータを読み取ると、**美しいアゲハ蝶が鮮やかに、スムーズに飛び立つ仕組み。**

アゲハ蝶という繊細な美しさを持つ対象物を、AR技術を用いることで高いクオリティで再現。ニッチなテーマにも関わらず、元々興味を持っていた層以外の集客成功にもつながった。

ケース④

“AR+名刺”で 相手に自分を強く印象付ける

卸売業D社

【課題】渡した相手に強く自分を印象付けたい

卸売業D社は、新たな販路開拓のために新規営業に力を注いでいたが、商品を持たない業態であるということや、ルート中心だったこともあり、苦戦していた。



訴求効果

手軽に手渡せる名刺を使うことで、相手に自分を強く印象付け、同時にARがコミュニケーションツールとしても機能した。

【施策】名刺にAR技術を付加

名刺にAR技術を付加した「AR名刺」を作成。

名刺に載っているアイコンに、スマートフォンのカメラをかざすと、**サキソフォンを携えた人形が360度回転しながら出現**。画面上でタップすると、その人形が**社歌を演奏しだす仕組み**。

会社を特徴づける歌を楽しみながら聞けることで、相手に強く印象付けることが可能になった。

さらに、名刺がきっかけとなって新規営業先とのコミュニケーションのきっかけを作れるようになった。

ケース⑤

“AR+案内パンフレット”で 集客効果を高める

地方の某E大学

【課題】オープンキャンパスに効果的に集客したい

地方のE大学は、少子化のあおりを受けて、オープンキャンパスの集客に苦戦。受験者数も年々減りつつあった。

そこで、効果的に集客できる施策を行いたいと考えていた。

【施策】学校案内パンフレットにARを付加

学校案内パンフレットにARを付加することで、大学の魅力を視覚的にアピール。

パンフレット内にある学生の写真をスマートフォンにかざすと、**AR上にその学生が出現し、学校・学部・部活の紹介を口頭で説明**。また、360度カメラで撮影した学校風景もAR化し、**近年改装した美しい校舎内を立体的に再現**。

ARを活用して大学の魅力を視覚的に訴求したことが、オープンキャンパスの集客成功に導いた。

訴求効果

通常の案内パンフレットでは伝えきれない大学の魅力を、ARを通して視覚的に伝えることで、具体的なイメージを喚起し、集客成功につながった。

⇒ 次章ではこれらのモデルケースを含めた「AR+紙」の販促を具現化する「a+print」を紹介します。

3 章

**「AR＋紙」を具現化！
「a+print」がARの販促活用を変える**

進化するAR技術との融合で「紙」をより魅力的な販促ツールに変える！



●印刷会社が提案するAR販促「IT機能×紙媒体」

前章で紹介したような効果的な販促を可能にするのが、株式会社三進社の「a+print」です。「a+print」では、次のことが実現します。

- ・顧客との接点強化
- ・情報の可視化
- ・顧客へ体験価値の提供

特に、顧客へ文字や写真だけでは伝わらない情報や「疑似体験」を提供できるのはとても有意義です。そのうえ、「a+print」には以下のメリットがあり、効果的なAR販促を実現します。

コンテンツの
作成が簡単

アクセス解析が
可能

プッシュ配信が
可能

印刷会社ならではの
低価格

制作だけではなく、保守管理・運用サポートまで対応！

●制作しっぱなし・売りしっぱなしではなく、アフターフォローも充実

今までご紹介したAR。注目されていることもあり、多数の企業がサービスを提供していますが、会社選びのポイントはどこにあるのでしょうか？

企画力・デザイン力はもちろん重要ですが、それ以上に重要なのは**制作から保守管理・運用を含めたアフターフォロー**です。制作することのみに視点がいきがちですが、ARは制作した後に運用をしていかなければなりません。システム上の不備や不具合などのトラブルが起こる可能性は決して低くはなく、そのため制作から保守管理・運用まで行ってくれる会社を選ぶのがベストです。

制作しておわり・売って終わりの会社もいる中で、三進社では、AR導入後のケアやトラブルへの対処などのアフターフォローも充実しています。保守管理・運用サポートは、月ぎめから長期契約まで、様々な期間でご用意することが可能なので、どこよりも安心・安全にARの導入に踏み切ることが可能です。

【事例】 約12分の1のコストで、新規獲得数約6倍を実現！

●DMにAR機能を持たせた「a+print」活用事例

【課題】 4ヶ月で224万円のDM発送コストで、新規獲得わずか3社

これまでDMを毎月およそ1000通～5000通発送していたZ社は、4ヶ月で224万円もの発送費用をかけていた。

しかし、結果はWEB閲覧件数16社、電話問い合わせ件数11社、新規得意先獲得3社と、費用対効果としてはあまりに低い状況があった。

【結果】 約12分の1のコストで新規獲得数が約6倍に！

「a+print」を活用した**DM**に切り替え、4ヶ月で約19万円、発送枚数は1200通と、従来の**約12分の1にコスト削減**した。

結果、WEB閲覧件数6社、電話問い合わせ件数24社、新規得意先獲得19社を実現。

DM発送枚数を減らした分、WEB閲覧件数が下がったが、電話問い合わせ件数は**約2倍**、新規得意先獲得数は**約6倍**と、大幅にアップした。

約12分の1のコスト減で、新規獲得数が約6倍に！

会社概要

社 名	株式会社 三進社
設 立	1976年1月（創業1975年1月）
事 業 内 容	総合印刷事業、プロバイダ事業、販促ツール・アプリ開発事業
取 得 認 証	ISO9001（2002年）、プライバシーマーク（2005年）、FSC（2007年） エコアクション21（2009年）、JAPAN COLOR（2011年）、SIAA抗菌マーク （2013年）
本 社 所 在 地	東京都品川区西五反田4-28-13
電 話 番 号	03-3495-5556
F A X 番 号	03-3495-5552
代 表 者	高倉 三夫
資 本 金	1,000万円
U R L	http://www.sanshin-sya.co.jp/

本資料についてのお問い合わせや、
「a+print」に関するご相談は下記までご連絡ください。



株式会社三進社

03-5621-3848（営業本部）

e-mail:webmail@sanshinsya.co.jp

（担当）コンテンツ事業：金子
開発事業：室（むろ）

サービス詳細URL

<http://www.sanshin-sya.co.jp/>