

## クリスマスカタログがモバイルになる！

2014年12月18日

Barb Pellow

この休暇のシーズン、外出先の消費者がモバイルのアプリケーションとカタログをリンクさせ、購入促進をたやすくするアプリケーションをあらゆる規模の小売店が始め出すのを目の当たりにしている。

統計の話をしてみよう。

例えば、eMarketer は最近、スマートフォンユーザーの数が世界的に、2015年にほぼ20億に到着し、2016年には20億を上回るであろうということを報告した。

来年には、19億人を超えるスマートフォンユーザーがグローバルベースになっているであろうし、この数値は12.6%増大し、2016年までに21億6000万に近づくであろう。

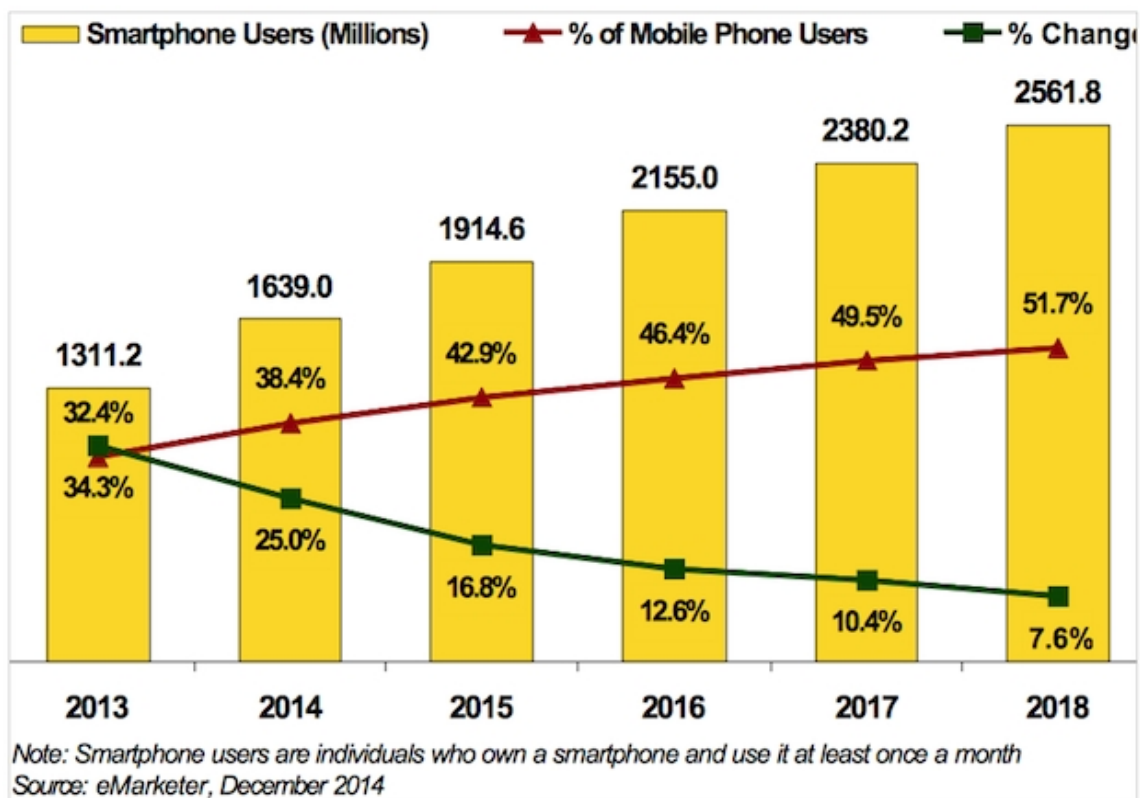


図1：スマートフォンユーザーと世界的な浸透力

2015年は、グローバルな人口の四分の一以上がスマートフォンを使う状態となるであろう。2018年までに、eMarketerは、世界的な消費者の3分の1以上(約26億人)がスマートフォンユーザーになるであろうと見積もっている。2018年までに、「ガラ携」がテレコミュニケーション世界で最終的に少数派になるであろうということを意味し、スマートフォンユーザー

ザーは、全携帯電話ユーザーの51.7%に相当すると期待されている。2018年までに、グローバルベースのスマートフォンユーザーの数は、最終的にガラ携ユーザー数を上回ると見られている。

小売店はゲームの中に入ってくる

この休暇のシーズン、多くの小売店は、販売促進のためにモバイルをカタログと統合し始めている。

豪華なファッション小売店のニーマン・マーカスは、画像認識ショッピング機能を含んだ新しいアプリをリリースした。このアプリは、Slyce(小売店に視覚認識検索プラットフォームを提供するカナダ新興企業)と組んで作成された。小売店の新しいアプリは米国の消費者のためにiOSの上で現在ダウンロード可能である。

ニーマン・マーカスアプリによって、消費者は、雑誌の中で、または通りを歩く間に、彼らが見た具体的な品目の確認にウェブをブラウズする時間を費やす必要がなくなる。ニーマン・マーカスではSlyceの3-D視覚検索機能ですませるのだ。

流行アイテムの写真を単に撮るだけで、ユーザーは、写真とマッチしているニーマン・マーカスのウェブサイトの品目に接続させることができる。この機能は「Snap. Find. Shop.(バカチョンお店検索)」として謳われている。この対象機能は、印刷物でも、また、現物でも使うことができる。

この画像認識ショッピング機能は現在靴とバッグだけしか機能していないが、追加のカテゴリーは計画されている。

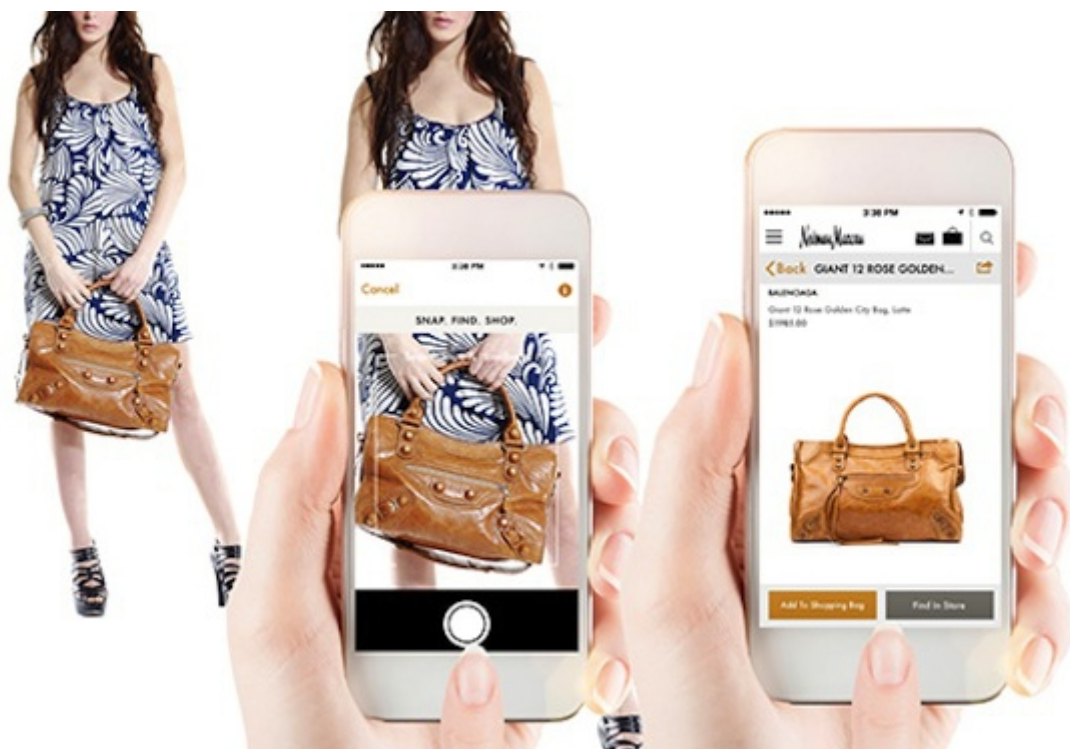


図2 :ニーマンマーカス/Slyce のショッピングアプリ。Slyce とのパートナーシップを組み、ニーマン・マーカスは、画像認識ショッピング機能を含んでいる新しいアプリをリリースした。

対象品は 60 ページ子供のカタログで、今年のクリスマスは魔法的なショッピングを家持ち込んでくれる。このカタログは、休日のリストを作成する古典的な伝統に加え、現代のデジタル引きつけを提供するアプリと統合されている。

子供は「お目当て」アイテムを自分のリストに追加することができて、両親はこれらのリストを友人およびファミリーと共有することができる。

対象品希望リストのアプリはまた、対象品のキッズ贈与カタログで動作する拡張現実(AR)機能を提供してくれている。アプリはアップルとアンドロイドの機器の上でダウンロードが可能である。



図3 : 拡張現実(AR)を持つ目標のカタログアプリ。目標のカタログは、休日のリストを作成する古典的な伝統に加え、現代のデジタル引きつけを提供するアプリと統合する。子供は「お目当て」アイテムを自分のリストに追加することができて、両親はこれらのリストを友人およびファミリーと共有することができる。

ハンマシャー・シュレマー(米国で最も古いカタログ会社)は、拡張現実(AR)との通信を強化することによって今年の休日のカタログでは革新的なアプローチを獲得した。

アプリをカタログの印刷1ページ部の中央に、またはオンラインPDFの中央部に置くことによって、ユーザーは、3Dテクノロジーを呼び出し、対象製品を拡大、縮小、または、回転を命じることができる。ハンマシャー・シュレマーは、Marxentのテクノロジーを使って、これを実行している。これは、ブランドが顧客とのより多くの感情的な関係を造成し、その進展をモバイルで高めようとする、ほんの一例である。



図4：ハンマシャー・シュレマーのカタログの中の拡張現実。ハンマシャー・シュレマーのカタログの印刷1ページ部の中央に、またはオンラインPDFの中央部に置くことによって、ユーザーは、3Dテクノロジーを呼び出し、対象製品を拡大、縮小、または、回転を命じることができる。

ハンマシャー・シュレマーは、顧客を拡張現実(AR)の世界への呼び寄せ、一層、これにはまってくるコンテンツに仕立て、対象品の理解を増大させることに腐心している。このテクノロジーによって、ハンマシャー・シュレマーは、アプリを通して消費者行動を追跡でき、モバイルのアプリケーション用のデザイン・コンテンツを作成することですむのだ。

#### ベストを追求する

消費者は没入型の経験につながるカタログショッピングが好きであるが、それはまだ静的なメディアである。今年のホリデーシーズンは、消費者が自宅のインターネット籠りなることを見定め、カタログから動的没入体験につなげられる新ARカタログの採用に、ある数の小売店が踏み出している。こんな時代がやってきたのだ。今日の消費者は手の届く範囲にスマートフォンまたはタブレットを持っていて、これら端末の対話体験性を引き出し、カタログを次のレベルに持って行くことができるのだ。