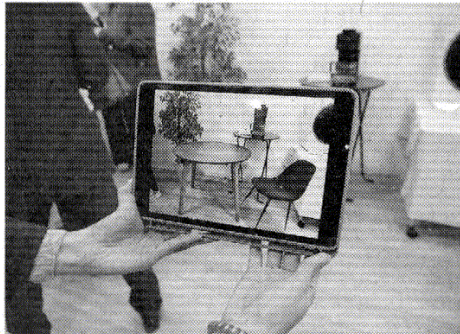


クローズアップ

close up

楽天グループ(東京都世田谷区)が運営する仮想モール「楽天市場」では昨年11月28日より、一部インテリア関連商品を対象に、AR(拡張現実)機能を用いて、商品のサイズや設置する空間との相性など、イメージを確認できる機能の提供を本格的に開始した。導入した店舗において、CVR(商品購入率)が上昇



するなどの効果が出ているようだ。「楽天市場」では、3年前から一部店舗へAR機能の試験導入を開始した。アカウントインベションオフィスの事業企画課ニューカテゴリー戦略グループの加藤雅人マネージャーは「どのような形で導入すれば消費者に購入してもらえるのか、導入できる。猫用の遊具や犬用のケージなど、一部ペットカテゴリーでもAR機能を使っている店舗があるという。やはりAR機能への消費者の需要が高いとみられるのは、サイズ感や設置できるかどうか、画像だけでは判断しにくい大型家具。さらにはデザイン性が高い家具、ペット向け遊

具などもAR機能の導入効果が高いとみられる。ユーザは購入検討時に、スマートフォンから商品ページにある「ARで試し置き」ボタンをタップし、カメラを起動すること

「ARを起動するポタの上部にボタンを配置するや、AR機能を説明した方がタップされやすくなる」といったアドバンスも用意している。ただ、ボイスも持っている。IF画像を利用して、アイリス「ARが使える」ことを視覚的に分かりやすくしている。

運営する「収納・家具機能導入店舗からは「ユーザからの問い合わせが減った」「CVRに改善がみられた」といった声が出ています。実際に、AR機能導入した一部店舗において、オフイスチェアは13・0%、収納家具は12・5%、テーブルは9・1%、椅子は8・3%、

「もう少し商品ページで試し置きしながらそれぞれ導入以前より意味がない。そこで「もう少し商品ページで試し置きしながらそれぞれ導入以前より

「楽天市場」

ARでCVRに効果

3Dで家具コーデも提案

CVRが上昇している。また、導入した店舗においては「インテリアのサイズ感」に関する低評価レビューも減少傾向にある(加藤マネージャー)ようだ。



多種多様な商品が販売されているが、一方で慣れていない消費者にとっては欲しい商品が見つけにくいという面もある。例えば『このサイズの椅子が欲しい』と入力すると、AR機能に対応した椅子が表示される検索機能が設ければ、店舗としても機能を導入するきっかけになるのではなかいか」と話す。さらには「楽天市場」としてARを活用したインテリアコーディネート提案も視野に入れている。

現在の課題は、より詳細な効果検証。「どれだけARがタップされたかは店舗に開示できているが、ARを見た人が購入したかどうかまでは伝えられておらず、今後効果の検証について改善していきたい」。また、ARの提案も視野に入れている。加藤マネージャーは「AR起動ボタンをタップするのが面倒というユーザーへ意気込む」。

「収納宅配館」では独自にARについて説明するページを設けている。

のアプリでも課題となる。そのため、ARを起動するボタンの上部に「360度で確認する」というスペースを設け、ボタンを押さなくても家具の3Dデータが閲覧できるようになっている店舗もあるという。

現在の導入店舗やインテリア・寝具が中心だが、今後はキャンプ用品などのアウトドアグッズ、大型玩具、さらには家電製品、DIY製品を扱う店舗にも導入を進めていく。加藤マネージャーは「大型製品を買う際には『まずAR機能を使ってみよう』という文化を育てていきたい」と意気込む。