

2020年10月30日
株式会社 博報堂プロダクツ

**リアル店舗ならではの体験価値をオンラインショップでも存分に発揮する！
店舗のDX化をさらに推し進める「Digital Shop360™」を提供開始**

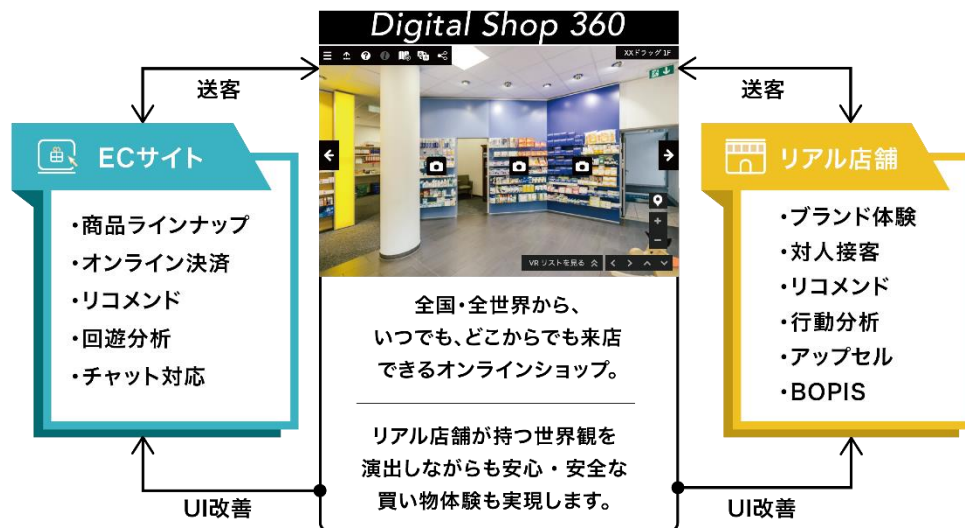
株式会社博報堂プロダクツ（本社：東京都江東区、代表取締役社長：岸 直彦）は、リアル店舗を活かしたブランド体験型のオンラインショップを構築し、店舗のDX化をより高次元に実現するためのソリューション「Digital Shop360™」の提供を開始いたします。

リッチな体験の場としてのブランドショップやショールームは、新型コロナウイルスによる外出自粛を受け、その価値を十分に活かせない状況が続いています。その一方、市場では安全に効率よく買い物ができるECへのシフトが急速に進んでいます。

博報堂プロダクツでは、魅力的な価値を提供する、リアルな店舗空間を360度撮影し、高度なレタッチを施したデータをもとに、再現性の高いオンラインショップ環境を提供いたします。これは、リアル店舗を特殊カメラで撮影することをベースに構築するため、ゼロからオンラインショップを生成するよりも、格段に開発スピードを高めることが可能となります。オンラインという特性上、いつでも、どこからでも来店が可能になるため、全国・全世界の顧客と接点を持つことを可能とします。これまでのECとリアル店舗という2つの売場に、いわば「第3の売場」ともいえる「Digital Shop360™」を加えることで、OMO（Online Merges with Offline）の流れをスムーズにし、より質の高いブランド体験の提供を実現できます。

これまで当社が培ってきたリテール領域の知見や実績をもとに、再現性の高いビジュアル・コンテンツづくりだけでなく、ホスピタリティマインドを高めたサービスやソフトを組み込むことによって、さらなるブランドと顧客のエンゲージメントの強化が可能となります。

【第3の売場を核としたこれからの売場DXの基本イメージ】



※BOPIS (Buy Online Pick-up In Store : ECサイトで購入した商品をリアル店舗で受け取るサービス及びショッピング形式)

- 特徴1 : ECサイトとリアル店舗との相互送客のハブ機能
- 特徴2 : Digital Shop360の行動分析データからECとリアル店舗のUI改善を促進
- 特徴3 : OMOのボトルネックを解消し、スムーズな循環サイクルを作るための起点として

【Digital Shop360™ 基本構成】



「Digital Shop360™」の機能およびメリット

- リアル店舗の魅力をオンラインショップとして最大限に再現し活用可能
- ECサイトへ誘導し商品購入を促す
- リモート接客機能によりリモート接客も可能
- 店内を自由に回遊し、ブランド体験できる
- 回遊や商品・コンテンツ閲覧をトラッキングできる
- 動画やBGMの挿入による世界観を演出できる
- 様々な手法によるリコメンドで商品接触を促す
- 店頭イベントやキャンペーンも実施可能
- 既存の設備を撮影〜コンテンツ化するため、比較的短日程、低コストで実現

「Digital Shop360™」は、リアルな店舗を持つ企業の中でも質の高いブランド体験が購入やファン化につながりやすい、コスメ、ラグジュアリー、自動車、住宅関連業界など、比較的高価格で買回り志向の強い業種・業態に特に適しています。ブランドの世界観を具現化した旗艦店やショールームを多くの人に繰り返し体験いただける事をご評価いただき、すでに複数のブランドショップでの実施が決まっております。

博報堂プロダクツでは、今後ともこれらの取り組みを通じて、企業と顧客の接点をデジタルの力とリアルの経験の掛け合わせで「顧客化接点」に進化させていきます。

■本ソリューションに関するお問い合わせ■

株式会社博報堂プロダクツ リテールプロモーション事業本部 山本、久保、神谷（かみたに）
TEL：03-5144-7262 FAX：03-5144-7327

※文中に記載されている商品名及びサービス名は、各社の商標または登録商標です。

※この情報は発表日現在の情報です。検索日と異なる可能性がございますのであらかじめご了承ください。

以上