

2021 年 1 月 7 日

各位

会 社 名 株 式 会 社 ピ ア ラ
代表者名 代 表 取 締 役 社 長 飛 鳥 貴 雄
(コード番号：7044 東証第一部)
問 合 せ 先 取締役 管理本部長 下 川 剛 司
(TEL 03-6362-6831)

ウィズコロナで進化するリモート接客
3D 対応 1 名の高スキル販売員の複数店舗管理で収益 UP
本格的オムニチャネル・コマースにも進出
「リモートせっきゃくん」 1 月上旬より実証実験を開始

ヘルスケア、ビューティ、食品領域で KPI 保証サービスを展開するマーケティングコミットカンパニー、株式会社ピアラ(本社：東京都渋谷区、代表：飛鳥貴雄、以下「当社」)は、販売員がリモートで販促活動をサポートする「リモートせっきゃくん」の実証実験を 2021 年 1 月上旬より開始します。

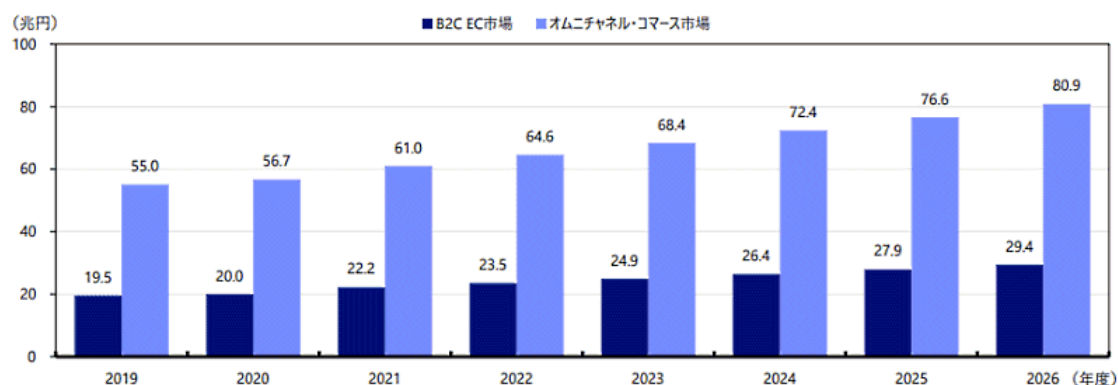


■来店客の購買行動に合わせて対応できるシナリオマーケティング

「リモートせっきゃくん」は、IT と 3D 映像、2D 映像を活用した双方向性のある接客システムです。店内に設置した専用機材に、店外にいる販売員の 3D 映像などを投影し、対面販売と同様の接客がおこなえます。また E C に誘導することでリアルな体験と E C を連動させるオムニチャネル・コマース※1の展開が可能になります。

※1 オムニチャネル・コマース：さまざまなメディアを介して消費者との接点を作り、最終的にインターネット経由なのかリアル店舗での販売かを問わず、購買に結び付ける方法。

株式会社野村総合研究所が発表した ICT（情報通信技術）やメディアに関する市場調査レポート「IT ナビゲーター 2021 年版」によると、『「BtoC EC（消費者向け EC）」の 2026 年度の市場規模は 29 兆 4000 億円、オムニチャネルコマース市場は 80 兆 9000 億円市場に拡大する』と予測しています。※4



BtoC-EC 市場とオムニチャネルコマース市場の推移

※4 引用（株式会社野村総合研究所「IT ナビゲーター 2021 年版」2020 年 12 月 31 日発行）

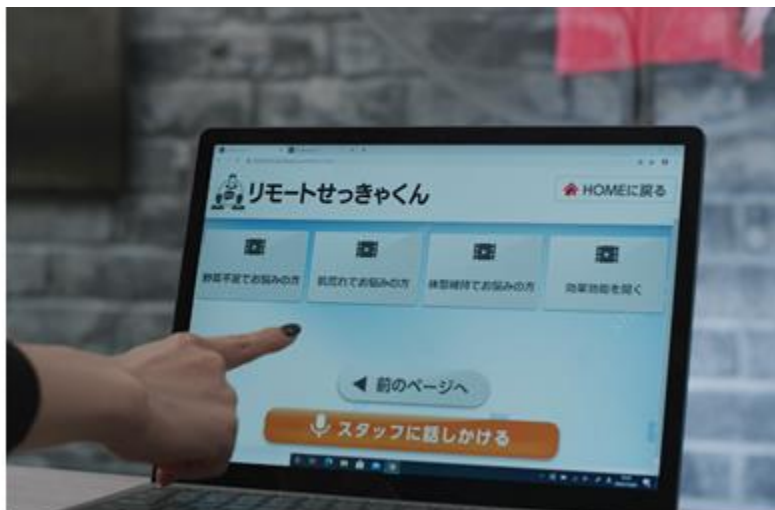
また販売員は自らの接客タイミングで接客できるように、店頭でタッチパネルを操作しているユーザーが、今どのボタンを押していて、どこまで説明を受けているかなどを把握できるため、販売員の好きなタイミングで声掛けし、接客することができます。もちろん、ユーザーからの接客依頼に応じて接客することも可能です。

販売員の接客以外で商品の詳細を知りたい場合は、利用客のニーズを想定したシナリオ※2のコンテンツでの半自動接客を受けることもできます。「リモートせっきゃくん」は、シナリオを使用した半自動接客と遠隔の販売員によるリアル接客を融合したサービスです。さらに動画を使用した商品訴求をはじめ、売り場だけでなく EC サイトへの誘導もできるため、従来型の接客では不可能だった上質な買い物体験を提供できます。

※2 シナリオ：顧客に対してとるべきアクションのこと、どのようにアプローチするのかを定めたもの。



左：3D 映像の販売員



右：来店客タッチパネル操作イメージ

■ウィズコロナ時代の新しい接客

従来、新商品発売時期にメーカーや流通では、店内で販売員が商品説明をおこなう接客が当たり前でした。しかし、コロナ禍の現在、ソーシャルディスタンスが当たり前となり、店舗では感染拡大を避けるために出来る限り顧客との接触を控える接客スタイルとなっています。そして、販売員が削減されていることから、売上減になっていることも少なくありません。またコロナ過においては店頭ユーザーをいかにECに誘導するかというのも一つの課題となっています。

このような状況において、急速にリモート接客サービスの普及が進んでいます。しかし店頭で設置されているシステムの多くは、来店客がタッチパネルに触れて初めて接客が可能になる受け身の態勢のものが多く、リモート接客システムを導入したものの来店客に思うように触れてもらえず、接客の段階まで辿り着かないことが大半です。

当社の「リモートせっきゃくん」は、こうした課題を解決できるシステムです。

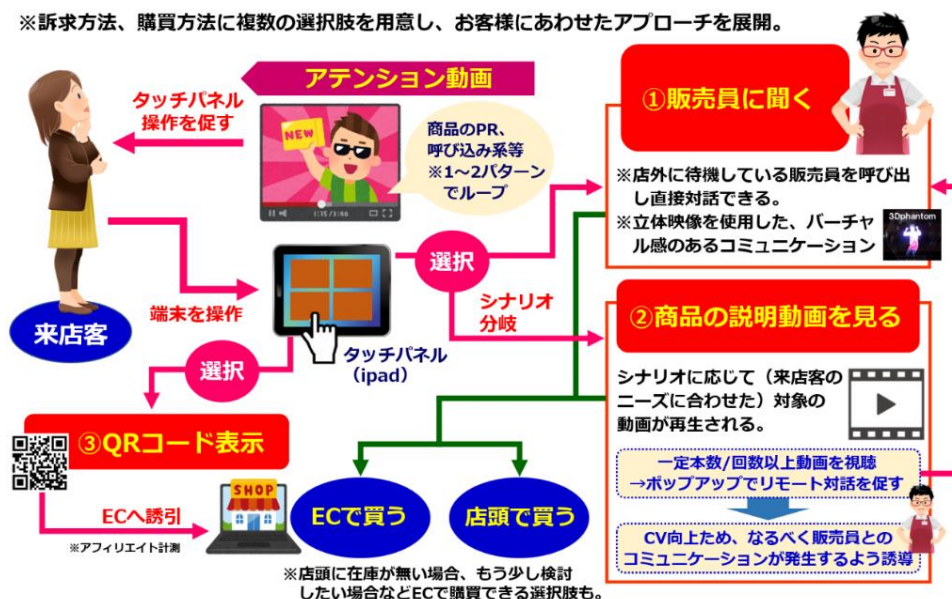
「リモートせっきゃくん」は店頭で利用されていない時は、常に3D（または2D）動画を流し、積極的に来店客の呼び込みを行います。その呼び込み用の動画はABテスト※3を繰り返すことで、利用者の興味を惹きつけ、まずはタッチパネルに触れてもらうことに注力します。タッチパネルと動画を映す機材を、2つに分けることにより、タッチパネルがよりシンプルになり誰でもわかりやすい設計になっています。それに加えて、半自動接客時のシナリオは、利用者の反応や利用率、購入率などのデータを蓄積し、データ分析を行うことでより反応の良いコンテンツへとPDCAを繰り返して販売促進を効率化し、購入またはECへと導きます。

当社は設立以来、800社以上のマーケティング支援におけるノウハウや独自の悩みデータを蓄積し、ヘルスケア、ビューティ、食品領域に特化した通販事業を展開する企業に対して新規顧客獲得から顧客育成までをKPI保証サービスで提供し、マーケティング活動の最適化を実現しています。これらのマーケティングデータをもとにしたシナリオづくりは、当社ならではのノウハウが生かされています。これらはまさにウィズコロナに適した接客スタイルのニューノーマルといえます。

※3 ABテスト：Aパターン、Bパターンの2種類を用意し、どちらの方がよりユーザー表示されるのか検証する方法

さらに「リモートせっきゃくん」は遠隔で接客を行うため、専門知識のある販売員が複数店舗を同時に担当することができます。販売員は管理画面で、担当の店舗のタッチパネルを使用しているユーザーが興味のあるコンテンツや、シナリオ接客の進捗度を把握することができます。そのため利用者が今気になっている分野に特化した販売員をアサインし対応させることや、販売員の接客したいタイミングで自由に画面を切り替えて接客することも可能です。

※訴求方法、購買方法に複数の選択肢を用意し、お客様にあわせたアプローチを展開。



システム全体図

3D 映像は専用メガネをつけることなく目の前に浮かび上がらせることができる株式会社 Life is Style 製「3D Phantom®」を使用しています。LED 光源がライン状についたブレードを高速回転させて 3D を映し出し、わずか 500g の軽量設計のため、場所を選ばず設置することが可能です。3D 映像によるインパクトある視聴効果は、顧客の注目を集めることができます。

「リモートせっきゃくん」の導入は、販売員などの説明が販売促進に寄与する場面を想定しています。例えば、カウンセリングや商品説明などを美容部員が行う化粧品売場や、サプリメントや健康食品などを取り扱うドラッグストア、専門知識が必要となる家電量販店をはじめ、商業施設のインフォメーションカウンター、物産展などの催事といった場面です。いずれも、コロナ禍の現状において来店客と販売員の感染リスクを軽減できるうえ、効率的、かつ確実に来店客の望む情報提供及び EC 誘導ができます。「リモートせっきゃくん」のシナリオは自由に設計ができるので、プル型、プッシュ型どちらの接客においても、どのような場所でも柔軟に適応可能です。そのため、導入する企業の特徴に合わせて最適なリモート接客を提供することができます。

■化粧品売場の「リモートせっきゃくん」設置例

カウンセリング化粧品売場に、診断などのシナリオを組み込んだ「リモートせっきゃくん」を設置します。ユーザーがタッチパネルを操作するだけで、おすすめ商品紹介やメイク診断などの半自動接客を受けられます。それに加えてユーザーが美容部員の接客を希望する場合や、長く半自動接客を受けているユーザーに対して美容部員から声掛けする場合は、機材に 3D の美容部員の映像が映り、対面に近い形で接客や EC への誘導を受けられます。

■今後はウェブ導入によるWEB上のリアル接客レコメンドにも対応

「リモートせっきゃくん」は実証実験後、メーカーや流通が主体となったテスト利用を開始予定です。今後は、AI による自動シナリオの最適化を進めるほか、現在の HDMI 伝送から 5G 対応を実装し、より安定した配信環境を整備してまいります。

長引くコロナ禍において、ますます実店舗へ足を運んでの商品購入が減少することが予想されます。今後はウェブ上でのリアル接客が可能となるシステムの実装を予定しております。自動応答が主なチャットボットとは違い、1 対 1 で販売員と対話しながら、顧客ひとりひとりに合った接客を受けることが可能となります。また実店舗を持たない小売業者でもこのデジタルリアル接客で、多くの顧客が獲得できる大きなチャンスにもなります。

当社は今後も EC 支援および D2C 支援をさまざまなサービスで行ってまいります。

【サービス概要】

- 名 称** : リモートせっきゃくん
- 提 供 開 始** : 2021 年 1 月中旬予定
- 機 能 特 徴** :
- ◆IT と 3D 映像を活用し、今までにない専門的な双方向性のある接客が可能
 - ◆ウィズコロナ時代に適した顧客対応を実現
 - ◆来店客の都合やニーズに合わせたアプローチが可能
 - ◆販売員 1 名により複数店舗の接客ができ、人件費削減とコミュニケーションの質の向上が可能
 - ◆EC と連携して OMO（Online Merges with Offline の略。オンラインとオフラインを融合するマーケティング概念）を実現
 - ◆データを収集・分析して PDCA による最適化が可能

費用 : 3D システム初期導入費用 1,000,000 円→キャンペーン価格 300,000 円
システム月額使用料 200,000 円→キャンペーン価格 100,000 円
ハード機材月額リース 80,000 円 (全て税別)

2D システム初期導入費用 1,000,000 円→キャンペーン価格 300,000 円
システム月額使用料 200,000 円→キャンペーン価格 100,000 円
ハード機材月額リース 15,000 円 (全て税別)

U R L : <http://lp.remote-sekkyakun.com>

【株式会社ピアラ 会社概要】

商 号 : 株式会社ピアラ
代 表 者 : 代表取締役社長 飛鳥 貴雄
所 在 地 : 〒150-6013 東京都渋谷区恵比寿 4-20-3 恵比寿ガーデンプレイ スタワー 13 階
設 立 : 2004 年 3 月
事 業 内 容 : 1. EC マーケティングテック事業 2. 広告マーケティング事業
資 本 金 : 849 百万円 (2020 年 9 月末)
証 券 コード : 東京証券取引所市場第一部 [7044]
関 連 会 社 : 比智 (杭州) 商貿有限公司、PIATEC (Thailand) Co., Ltd.、
株式会社 PIALab.、台湾比智商貿股份有限公司、
CHANNEL J (THAILAND) Co., Ltd.、PG-Trading (Vietnam) Co., Ltd.
株式会社ピアラベンチャーズ
U R L : <https://www.piala.co.jp/>

本リリースに関するお問い合わせ先
株式会社ピアラ 藤田 fujita@piala.co.jp