

報道関係各位

平成28年4月20日
株式会社クロス・マーケティング

仮想体験型リサーチ

「バーチャル・インサイト 360°ビュー」を提供開始

～アマナ社と業務提携し、バーチャルリアリティーを調査に活用～

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区 代表取締役兼CEO 五十嵐 幹 以下 当社）は、株式会社アマナ（本社：東京都品川区 代表取締役社長 進藤 博信 以下 アマナ社）と業務提携を締結し、仮想体験型リサーチ「バーチャル・インサイト 360°ビュー（Virtual Insight 360° view）」をサービス化、提供を開始しました。

日々、多くの商品が生み出され、店頭には数多くの商品が並んでいます。そのなかで、生活者に選ばれ、商品を手にとってもらうためには、視認性が高い場所への配置や目を引くパッケージデザインなども重要になります。しかし、従来、これらを検討すべく調査を行うには、商品サンプルやパッケージの作成、調査会場が必要になるなど準備に時間を要する、設定した会場周辺で、商品コンセプトに適した調査対象者を募集することが難しいなどの課題がありました。

そこで、当社は、これらの課題を踏まえ、より手軽で自由度が高い調査を提供すべく、仮想体験型リサーチ「バーチャル・インサイト 360°ビュー（Virtual Insight 360° view）」をサービス化、提供を開始しました。本サービスは、店舗内空間を写真や動画で上下左右パノラマ化し、オンライン上にバーチャルリアリティー（仮想現実）として再現。仮想店舗内を歩き回り、商品を見る、選ぶという生活者の行動を調査する、簡易的な店舗における商品評価調査を提供します。オンライン上での店舗再現は、より現実に近い環境を創出すべく、広告・映像制作事業を行う、ビジュアル・コミュニケーションのエキスパート、アマナ社と業務提携を締結。同社の上下左右360度の空間を見せ、さまざまなニーズに対応可能な業界トップレベルのCG・画像合成技術を採用することで実現しています。

本サービスは、オンライン上で調査を実施することで、調査場所を限定することなく、世界中の生活者を対象にした調査が可能。また、商品配置やデザインパターン数も制限なく、適時、調査条件に合わせて変更できる調査自由度の高さも実現しています。

加えて、調査会場および商品パッケージデザインは、データのための準備で調査開始できることから、調査費用、調査期間を、当社の従来調査に比べ約2分の1で提供可能。商品企画時の店頭調査、複数パッケージ、デザインの検討などを簡易的に行うことができます。

今後も、当社はさまざまな手法を取り入れながら、お客様のマーケティングパートナーとして、ニーズに適したマーケティングリサーチ、マーケティングソリューションを提供していきます。

【会社概要】

商号：株式会社アマナ

代表者：代表取締役社長 進藤 博信

所在地：東京都品川区

設立：1979年4月28日

主な事業：ビジュアル・コミュニケーション事業

URL：<http://amana.jp/>

商号：株式会社クロス・マーケティング

代表者：代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹

所在地：東京都新宿区西新宿3丁目20番2号

設立：2003年4月1日

主な事業：マーケティングリサーチ事業

URL：<http://www.cross-m.co.jp/>

<本件に関するお問い合わせ先>

株式会社クロス・マーケティンググループ 広報部：山本

TEL：03-6859-2252 E-mail：pr-cm@cross-m.co.jp