

「AR(拡張現実)」技術を活用したiPhone向け専用アプリの開発および 商品プロモーションの開始について

—Android版についても順次リリース予定—

2011年6月14日

商品ブランド“TOUGH”を展開している「あいおいニッセイ同和損害保険株式会社(本社 東京都渋谷区恵比寿1-28-1)」は、新たな商品プロモーション策の一環として、「株式会社ジェイアイズ(本社 大阪市北区天神橋7-12-6)」と共同で、iPhone向けに「AR*」専用アプリ(無料)を開発いたしました(Android版については、7月にリリース予定)。

(*)ARとは・・・

拡張現実[Augmented Reality(オーグメンテッド・リアリティ)]=といい、パンフレット等に掲載されている特定の対象物をスマートフォンで撮影すると動画が再生され、お客さまに新たな情報を付加・提示することができる技術をいいます。

今回採用した技術では、「既存の画像」をそのままマーカーとして自由に利用することができ、従来のように「人工的なマーカーロゴ」を被写体に埋め込む必要がないため、既存の画像イメージを活かしたARプロモーションが可能となります。

1. 「AR」技術を活用した商品プロモーションについて

パンフレットやチラシに掲載された当社のブランドマスコットである「シロクマ親子」等をiPhoneで撮影するとARムービーが再生され、「“TOUGH”ブランドの3つのコンセプト」と「“チェック&スマイル”提案」について、「シロクマ親子」が楽しく解説します。アプリはApp Storeより無料でダウンロードできます。

検索欄に「タフ 損保」と入力して検索してください。(通信費はお客さまのご負担となります。)

遊び心あるアプリを活用し、お客さまとの接点強化をさらに図ることによって、より親しみやすい保険会社を目指してまいります。



2. 専用アプリのコンテンツ内容

専用アプリの第1弾として以下のコンテンツをリリースいたします。

(1) ARムービー

既存のパンフレット・チラシに掲載された「シロクマ親子」や「“チェック&スマイル”マーク」をiPhoneでかざすだけで、次のARムービーが再生されます。

(a)「“TOUGH”ブランドの3つのコンセプト」

“TOUGH”ブランドの3つのコンセプト(「頼れる」「迅速」「優しい)」について、シロクマ親子が解説します。

(b)「“チェック&スマイル”提案」

「“チェック&スマイル”提案」とは、お客さまを取り巻くさまざまなリスクを“チェック”し、補償の足りない部分をお客さまにご提案させていただき、“笑顔(スマイル)”になっていただく、というあいおいニッセイ同和損保が推進する新たな提案活動です。この提案活動の概要について、シロクマ親子が解説します。

(2) シロクマ親子のミニゲーム

アプリをダウンロードされたお客さまに対し、このアプリを常に楽しんでいただくため、シロクマ親子をモチーフとした「ミニゲーム」を2種類ご用意いたしました。

通勤・通学時のちょっとした時間等において、弊社ブランドマスコット「シロクマ親子」を身近に感じていただけるものになっています。



(a)「TOUCH THE TOUGH」

指定された順番に6個の画像をタップし、全て押し終わるまでのタイムを競います。

(b)「TOUGH MEMORY」

裏返した12枚のカードをめくっていき、ペアを作るシンプルなメモリーゲームです。間違えたら1列、1行ずれていくペナルティがありますので、簡単には終わらないかもしれません。

以上

※App Store(アップストア)は、Apple Inc.が運営する、iPhone、iPad、iPod touch向けソフトウェアのダウンロードサービスです。

※iPhone、iPad、iPod touchは、米国及び他の国々で登録されたApple Inc.の商標登録です。