

2013年6月5日

## 日本ユニシス

## 音波を利用した BtoB 向け O2O サービスの実証実験

—大日本印刷などパートナー企業のソリューションと連携し、  
「個客」との持続的なリレーション構築を実現する「サステイナブル・カスタマーバリュー」を提供—

日本ユニシス株式会社（本社：東京都江東区、社長：黒川 茂、以下 日本ユニシス）は、音波を利用した BtoB 向け O2O サービスの実証実験を実施するとともに、企業と「個客\*」の持続的なリレーション構築を実現するフレームワーク「Sustainable Customer Value／サステイナブル・カスタマーバリュー™」を本日から提供開始します。

\*「個客」とは、BtoC も BtoB も、一人一人の個人に焦点をあてたマーケティングアプローチ

日本ユニシスは、カメレオンコード<sup>(註1)</sup> やソーシャルメディア\*などを活用した BtoC 向けの O2O<sup>(註2)</sup> サービスの運用実績があります。本実証実験は、音波を利用した位置情報連動型 O2O サービス<sup>(註3)</sup> を活用して、BtoB 向けイベントの来場者と出展ブースを結びつけ、イベント会場の回遊を促すことを目的として、6月6日から開催する「日本ユニシスグループ総合フォーラム BITS<sup>®</sup>2013」にて実施します。

\*The Samurai Gourmet "武士の食卓"、めっちゃかわ!<sup>®</sup>、Future.me<sup>®</sup>

具体的には、来場者は、ブースに設置された音波エリアを通過すると、ブースの紹介情報・擬似通貨（ポイント）などを自動受信できるため、重いカタログを持ち帰る必要がなく、会場限定ゲームを楽しみながらブース回遊ができます。会場および出展者は、Wi-Fi など大掛かりな設備なしに、来場者のブース立ち寄りや Web サイトへの誘導が促進でき、来場者の行動データを収集・分析することでイベント後のセールスアプローチも的確にできるようになります。

「サステイナブル・カスタマーバリュー」とは、音波を利用した位置情報連動型 O2O サービスなどを組み合わせて、企業と「個客」（BtoB および BtoC）の持続的なリレーション構築を実現するフレームワークであり、

- ① 生活者の行動を途切れさせない、シームレスなチャネル連携を設計する「シナリオ」の階層
- ② 生活者との接点を広げる「メディア」と「サービス」の階層
- ③ 生活者の行動を収集・統合・分析して、生活者の潜在的な需要を読み解く「ビックデータ分析、CRM」の階層

から構成されています。

この「サステイナブル・カスタマーバリュー」は、日本ユニシスの国内外メディアやソーシャルサービス、センサー・自動認識技術の M2M サービスのほか、大日本印刷株式会社（本社：東京品川区、社長：北島 義俊 氏、以下 DNP）など、日本ユニシスのパートナー企業のソリューションやサービスとも連携することで、企業と「個客」へ価値創造を提案するための総合ソリューションを提供することができます。

日本ユニシスは、「サステイナブル・カスタマーバリュー」により、ビジネスコーディネーターとして、企業の成長戦略を支援します。さらに、今後、DNP と協力することで、双方の特徴を強化した新たな O2O 戦略を打ち出し、推進していきます。

以 上

## ■実証実験の概要

### 1. 実施イベント：日本ユニシスグループ総合フォーラム「BITS 2013」

日 程：2013年6月6日（木）12：30～18：00、6月7日（金）9：00～17：30

会 場：ANA インターコンチネンタルホテル東京

展 示：音波でキャッチ

～スマートフォンでO2O体験～お手持ちのスマートフォンで、O2O体験が可能に！

### 2. サービス内容

## 音波を利用したO2Oサービスの実証実験

スマートフォンと音波(非可聴周波数帯)による「ロケーション(位置連動)サービス」

情報や資料を自動発信！

ポイント管理

ゲーミフィケーションによる行動誘導

音波エリアに近づくと  
ブース情報やお得情報を  
取得して※SNSで共有。

音波エリア

音波エリア

音波エリア

Android App ON  
Google play

Available on the  
App Store

ブースでポイント(※UX-POINT)  
が付与され、貯まったポイントで  
ノベルティ交換や特別セッション  
に参加。

景品付ビンゴゲームに  
参加し、楽しみながら  
会場内を回遊。

※1: SNS: Facebook / Twitterとボタン連動  
※2: UX-POINT: 行動経験数に応じたポイント特典

### 情報受信・ゲーミフィケーション連動・擬似通貨(ポイント)により、 O2Oによる生活者との持続的なリレーションの可能性を広げます。

来場者は、スマートフォンアプリを通じて、ブースの紹介情報を入手したり、ビンゴゲームへの参加や、ブース回遊で取得したポイントで最新技術情報の冊子と交換できるなど、ゲーミフィケーション<sup>(注4)</sup>と連動したイベントを楽しむことができます。日本ユニシスでは、先月カメレオンコードを活用した食博覧会のテストマーケティングを行い、ゲーミフィケーションとの連動は、会場内の回遊に有効性があるだけでなく、利用ユーザーアンケートでの再利用意向も高く、イベント後のリレーション構築にも効果的なソリューションとして注目しています。

## ■「サステイナブル・カスタマーバリュー」の概要



### ●シナジー020™： オムニチャネル型

リアル(実店舗)とネット(EC サイト)のシームレスなメディア設計により相乗効果と困り込みを主目的とした020。

### ●アクション020™： クロスチャネル型

リアル(実店舗)または、ネット(EC サイト、ウェブサイト)の単チャネルをベースに、キャンペーンやコミュニケーションなど販売促進を主目的とした020。

### ●スマート020™： エリアチャネル型

特定地域での休眠コンテンツ・デットスポットの活用や参加型イベントなど地域活性化を主目的とした020。

### ●グロース020™： 社会インフラ型

複数のエリアや企業の異業種提携が生み出す共創モデルを主目的とした020。

#### 注1：カメレオンコード

カメレオンコード (Chameleon Code®) は、株式会社シフトが開発した、シアン・マゼンダ・イエロー・ブラックを基本色とした、高速で高精度の複数同時認識が可能な2次元カラーコードです。QRコードのように接写する必要がなく、離れた場所からスマートフォンなどの端末をかざすだけで現在位置などの情報を読み取ることができます。2013年4月26日から5月6日まで、インテックス大阪で開催した「'13食博覧会・大阪」で実証実験を行いました。

#### 注2：O2O (オンライン・トゥ・オフライン、オフライン・トゥ・オンライン)

ECサイトやソーシャルメディアなどインターネットベースのプラットフォーム(オンライン)と店舗・販売店・リアルイベント(オフライン)における顧客の購買活動を、双方向に連携・融合させるための施策のことです。

### 注3：音波を利用した位置情報連動型 O2O サービス

スマートフォンと音波を利用した位置情報連動型サービスです。スピーカーから出る音響信号を携帯端末のマイクで受信し、情報配信する仕組みです。ユーザーはスピーカーに近づくだけで、最新情報やポイント・クーポンの入手、Web サイトへのアクセスなどのサービスが利用できます。

### 注4：ゲーミフィケーション

顧客ロイヤリティの向上や顧客獲得などに、ゲーム製作のノウハウを利用することです。

\*BITS、Sustainable Customer Value／サステイナブル・カスタマーバリュー、シナジーO2O、アクションO2O、スマートO2O、グロースO2O、LoMeS、Future.me／フューチャーミー、めちやかわ！は、日本ユニシス株式会社の登録商標または商標です。

\*Chameleon Code は、株式会社シフトの製品であり、株式会社シフトの登録商標です。

\*PASSMART、プチポルタ／PetitPorta、スマートショッパー／Smart Shopper、QUEMA は、大日本印刷株式会社の商標または登録商標です。

\*その他記載の会社名および商品名は、各社の商標または登録商標です。

\*関連 URL： 「サステイナブル・カスタマーバリュー」 <http://www.unisys.co.jp/solution/o2o/>  
「BITS 2013」 <http://bits.unisys.co.jp/2013/exhibition.html>

※掲載のニュースリリース情報は、発表日現在のものです。その後予告なしに変更される場合がありますので、あらかじめご了承ください。