

2021年10月28日

キャラクター×テクノロジーで、企業の顧客体験（CX）を総合的に向上させるサービス 「キャラクターCXソリューション」を提供開始

－ 電通独自のテクノロジーで、デュアルファネル®全体をカバーするマーケティングコミュニケーションを実現－

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：五十嵐 博、以下「電通」）の社内組織である、CXCC（カスタマーエクスペリエンス・クリエイティブ・センター）※1は、複雑化する企業のマーケティング活動を、「キャラクター」によって認知フェーズからロイヤルカスタマー化までデュアルファネル®※2全体で効率化・効果的なものにする「キャラクターCXソリューション」の提供を10月28日から開始いたします。電通の強みであるキャラクター開発に関する知見・クリエイティビティと、独自の最新テクノロジーを掛け合わせることで、企業のマーケティング活動をより一層進化させ、より良い顧客体験（CX）を生み出す、新しいマーケティングコミュニケーションを実現します。



(キャラクターCXソリューションの紹介動画：<https://www.youtube.com/watch?v=zOlrXPyrTgk>)

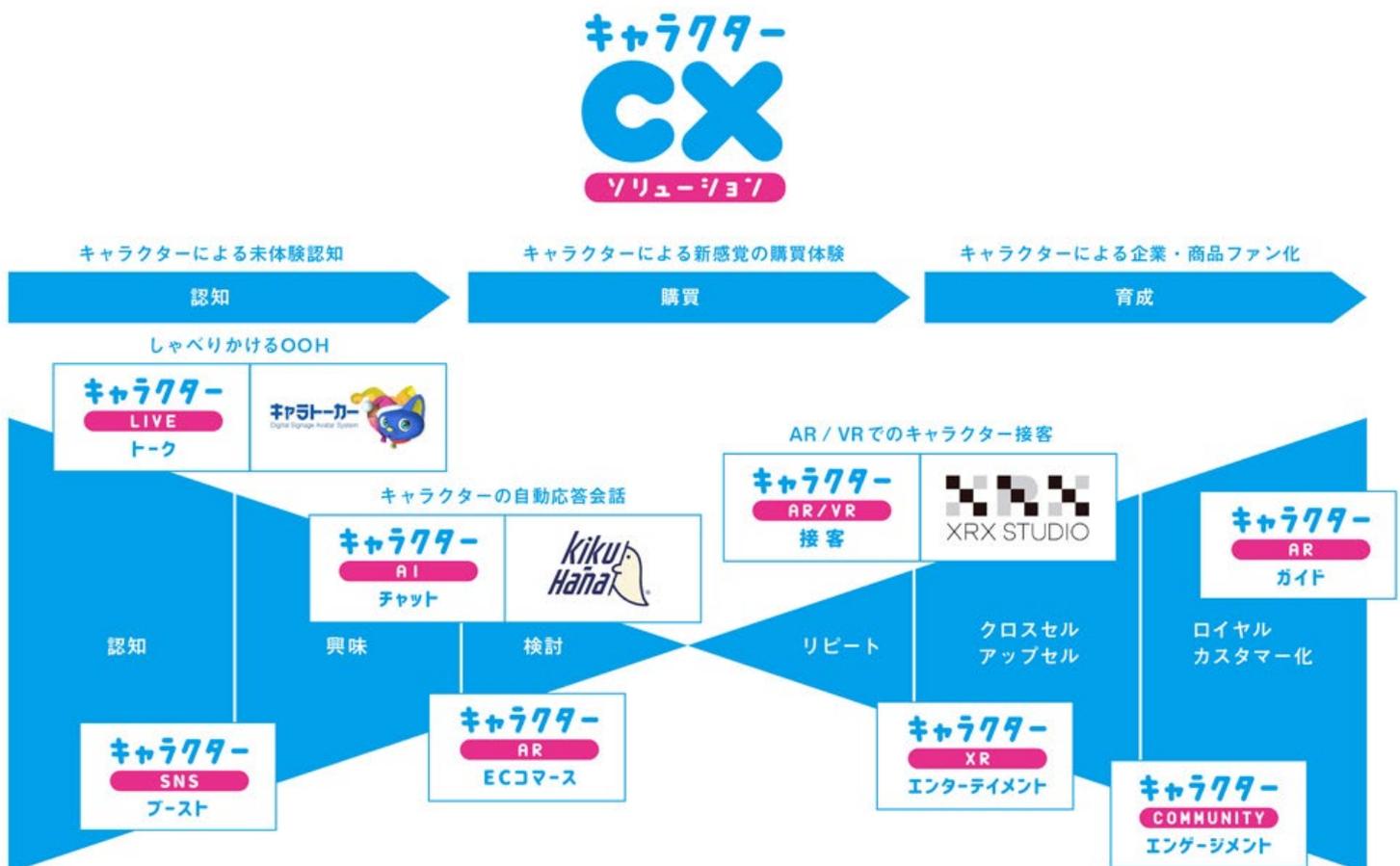
<キャラクターCXソリューションの開発の背景と強み>

昨今、顧客体験（CX）はどの企業にとっても最重要課題ですが、コミュニケーションが複雑化していることにより、その領域に割くリソースが増大しているのが現状です。顧客が企業の商品に興味を示せば示すほど、無数のバナーの制作や、Always OnのSNS施策、デジタル動画の作り分けや、店頭での接客など、実際のコミュニケーション量や担当者の作業量は増大していく一方です。

「キャラクター」を企業のマーケティング活動に使う場合の強みとして、①タレントと比べて全てのコンタクトポイントで柔軟に活用することができるため、認知フェーズからロイヤルカスタマー化まで企業の顧客体験（CX）に統一感をもたらすことができること。②その結果、「キャラクター」は単なるアイコンではなく、企業の顧客体験（CX）の中心・エンゲージメントハブになることが可能で、企業が顧客と関係を作り続けていくための重要な役割を担うことができることです。

本ソリューションは、さまざまなキャラクターを開発してきた電通の知見・クリエイティビティと、キャラクターを質の高い顧客体験（CX）に生かす独自のテクノロジーを掛け合わせることで、キャラクターが持つ2つの強みをさらに磨き、デュアルファネル®全体のマーケティングコミュニケーションの効率化・効果の最大化に貢献します。また、本ソリューションは、既存キャラクター・キャラクターの新規開発のいずれにも活用することが可能です。

<キャラクターCXソリューションの概念図と3つのソリューション例>



以下、3つの事例をご紹介します。

●しゃべりかけるOOH広告「キャラLIVE」

電通独自開発のアバターキャラクターソリューション「キャラトーカー」^{※3}を利用した「キャラLIVE」^{※4}は、インタラクティブなOOH広告商品。屋外大型ビジョンにキャラクターが現れ、通行人とリアルタイムにコミュニケーションが可能。



(第1弾として、10月21日(木)に原宿表参道ビジョン、NEWNO・GS新宿ビジョン、池袋パルコビジョンで、株式会社ロイヤリティマーケティングの「ポンタ」によるリアルタイムイベント「ポンタが街にやってきた」を実施。ポンタが通行する人々に向かって、「みなさん、こんにちは！いい天気ですね」と話しかけたり、じゃんけんをしたり、歌ったり手を振ったり、と楽しくコミュニケーションをとった。当日の様子はPonta公式Twitter (@Ponta) に投稿し拡散された。【動画】<https://youtu.be/4t3tWScD6pQ>)

●AIを使って、さまざまなインターフェース上で1to1の自然対話を可能にする「Kiku-Hana」

電通が提供するAI自然対話エンジン「Kiku-Hana（キクハナ）」^{※5}を活用し、さまざまなインターフェース上で1to1の自然対話を自動ですることが可能。キャラクター性のある対話設計/表現をもとにしたキャラクターとの会話など、ユーザーとの豊かなコミュニケーションも行うことができる。



●メタバースやVR空間でのキャラクター接客「キャラクターVR」

企業がイベント等でVR空間やメタバースを活用する事例が増加している中、「キャラクターVR」はVR空間やメタバースでキャラクターが接客や企業紹介を行うなど、2Dの平面的なコミュニケーションから、3Dの体験型コミュニケーションを可能にする。



（キャラクターVRは、電通のグループ横断のXR専門組織「XRX STUDIO」^{※6}が保有するVR技術と連携している。）

電通のCXCCは、今後もメディアプラットフォームとの連携や、ファンコミュニティの拡充など、「キャラクター」の強みを生かせる領域でのコラボレーションを増やし、キャラクターの新規開発はもちろん、デュアルファネル[®]全体で企業の顧客体験（CX）を最大化するキャラクターコミュニケーションを強化してまいります。

- ※1 「CXCC（カスタマーエクスペリエンス・クリエイティブ・センター）」は、2021年1月に発足した電通の社内組織です。およそ100人のクリエイターが在籍。CXCCの独自のメソッドや、最新のCRソリューションを活用しながら、新規顧客獲得から既存顧客のファン化まで、デュアルファネル[®]でジャーニーを設計し、CRのプランニングを行います。
- ※2 「デュアルファネル[®]ソリューション」は、企業が抱える「新規顧客の獲得」「既存顧客の育成」という2つの課題への対応を一本化し、連携してマーケティングROIの向上を実現する電通独自のソリューションです。
- ※3 「キャラトーカー」は、「企業キャラクターアバターバンク」として展開している電通独自のアバターソリューションです。企業キャラアバターをオンライン/オフライン問わずあらゆる生活者の接点に、簡単に導入することが可能で、親しみやすい企業コミュニケーションをサポートします。【紹介動画】<https://www.youtube.com/watch?v=epNYOsY8coQ>

- ※4 「キャラLIVE」は、キャラトーカーと株式会社パス・コミュニケーションズ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：星野二郎）の屋外媒体ネットワークを組み合わせたデジタルサイネージ商品です。http://pas-com.co.jp/news/wp-content/uploads/2021/10/news_20211022.pdf
- ※5 「Kiku-Hana」は、自然言語解析や理解、推論などに最適な論理型プログラミング言語AZ-Prologを採用し、これまで難しいとされてきた「日本語の意味」を解析することで、ユーザーが求める人間的な会話、情報提供を可能にしたAI日本語自然対話サービスプラットフォームです。【公式サイト】<http://www.kiku-hana.jp>
Kiku-Hana：<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2018/0322-009497.html>
Kiku-Hana for LINE：<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2021/0726-010416.html>
- ※6 「XR STUDIO」は、「テクノロジー」「コンテンツ」「アイデア」「ビジネスパートナー」の力を掛け合わせ、企業の事業成長の実現を目的にXRテクノロジー（VR・AR・MRなど、架空と現実を融合させる技術の総称）の活用を推進する共創型組織です。ビジネスデザイナーからクリエイティブ、テクノロジスト、データアナリストまで幅広い職種と協力企業を抱えたチームを構成。多様化する課題に対し、ソリューション開発からビジネス開発までをワンストップで提供します。【公式サイト】<https://www.xrx.jp/>

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報局 事業広報部
薩摩、王
Email：koho@dentsu.co.jp

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 カスタマーエクスペリエンス・クリエイティブ・センター
糸乗、下倉
Email：charactercxsolution@dentsu.co.jp