



2017年2月21日

## **BMW i が Google Play に AR ビジュアライザーを導入**

- **世界的に成功をおさめたパイロット・プログラムに続くプロジェクト**
- **実物大 3D プロダクトを、いつでも、どこでも視覚化可能に**
- **ユニークなインタラクティブ・カスタマー・エクスペリエンスを提供、設計・開発は Accenture 社**

### **ミュンヘン発:**

BMW i は、Google Play に Tango を利用した拡張現実 (AR) 製品ビジュアライザーを発表した。これは、いつでも、どこでも、顧客自身が設定した理想の BMW i3 や BMW i8 を体験できるというものである。これにより BMW i は、AR による自社製品の立体像の視覚化を提供する世界で最初の自動車メーカーとなった。Google のスマートフォン用拡張現実 (AR) 技術である Tango を使用することで、革新的な BMW i モデルを実物大のインタラクティブ・ビジュアルとして視覚化し、体験できる。

世界中から選ばれた一部のディーラーで採用して成功を収めた試験的プログラムに続くプロジェクトとして、この BMW i ビジュアライザー・アプリは Tango 対応の端末であれば世界中の誰でも、Google Play を通じてダウンロードできる (中国および米国ではこの四月以降にダウンロードが可能)。アプリをダウンロードした後は、AR を使って作成された BMW i3 や i8 などのプロダクトを視覚化した 3D イメージを使い、例えばドアやテールゲートを開け、車内に乗り込み、内装を間近に見るといったようにインタラクティブな体験ができる。もちろん各種のインテリア・トリムやエクステリア・カラー、ホイールの違いを視覚化することも可能である。

「当社のお客さまは忙しい日々を送っており、私たちは彼らの生活に適合させる必要があります」BMW グループのセールス・ストラテジー&フューチャー・リテイル担当副社長であるアンドレア・カストロノヴォはこのようにコメントし、「Google Play で BMW i ビジュアライザーを利用できるようになると、いつでも、どこでも、まさにインタラクティブで楽しく製品を体験できるようになります。私たちのクルマはエモーショナルなプロダクトであり、感情に訴える体験を得るためには、それをリアルに体験する必要があります」と彼は続けた。アンドレア・カストロノヴォは、欲しい製品がすぐに入手できない状況では、この視覚化が次善の策であると考えている。この方法で作成した画像のクオリティは実際極めて現実的である。「パイロット・プロジェクトでは、皆さんがクルマを体験・探索して楽しい時間を過ごしました。たとえば実際にそこにルーフが存在しているかのように頭をかがめさせたのです」カストロノヴォはこのように述べ、「お客様に隔々にわたるディテールを提供できるこのテクノロジーは、現実的な付加価値を提供することができるのです」と彼は続けた。

Google の AR ビジネス開発担当責任者であるエリック・ジョンセン氏は次のように語った。「Tango の明確な違いは、それ自身が存在する空間のコンテキスト (背景や事象) を理解して

いるという事実にあります。ですからホイールは実際に接地していますし、そのあらゆる体験がはるかに現実的な感覚となるのです。」

BMW i は、このインタラクティブな体験を顧客に提供するために自動車ブランドとして初めて Tango を採用した。「BMW i は BMW グループのイノベーションの先駆けであり、このアプリにとって疑う余地のない選択肢だと言えます」BMW グループの BMW i イノベーション・セールスの責任者であるステファン・ビーアマンはこのように述べた。BMW i ビジュアライザー・アプリは、約 3 年前に発表された BMW グループのフューチャー・リテイル・プログラムにおける最新の革新技術あり、顧客のクルマを買うという経験に変革をもたらす。プロダクト・ジニアス (Product Genius) やバーチャル・プロダクト・プレゼンター (Virtual Product Presenter) など、将来的な小売販売業の重要な要素の多くに関し、自動車業界のベンチマークを確立する。

BMW i ビジュアライザーはアクセンチュア社が設計・開発し、そのカスタマー・エクスペリエンス・エージェンシーであるアクセンチュア・インタラクティブ社が Tango テクノロジーを使用して BMW i の画像データをアプリに統合した。できるだけ直感的かつ簡単にユーザー・エクスペリエンスを提供できるようにするため、このアプリは完全なコンフィギュレーターとしてではなくビジュアライザー(視覚化する道具)として作られており、画面をタッチするだけでインテリアやエクステリアの色やホイールなどの装備品を変更できる。一度視覚化を終えたデータは顧客が保存して、電子メールまたはソーシャル・メディアを通じて他のユーザーと共有することができる。将来的にはビジュアライザーからのデータを顧客の取引のあるディーラーのフル BMW i コンフィギュレーターに直接転送することができるようになる。

「当社の調査によると、消費者はクルマの購入プロセスで AR のようなテクノロジーを使って、オンラインやオフラインでの体験をより魅力的に改善したいと感じています」アクセンチュア社のオートモーティブ・プラクティス担当マネージング・ディレクターのクリスティーナ・ラーブはこのように述べ、「BMW i が Tango テクノロジーを使用して販売店や既存のコンフィギュレーション・ツールを統合することで、顧客が求めるシームレスなマルチチャンネル・エクスペリエンスを構築できます」と語った。

BMW i ビジュアライザー・アプリは、今月末にバルセロナで開催される Mobile World Congress に於いて、アクセンチュア社およびすでに Tango 対応デバイスを製造しているレノボ社の両社から出展される予定である。いずれ近いうちに業界内でも多くの企業が様々な AR 対応デバイスを利用できるようになる。「今後 2~3 年で Android 端末のプレミアム機種の大半が Tango 対応となります」エリック・ジョンセンはこのように述べ、「拡張現実 (AR) は小売業にとって大きな可能性を秘めており、私たちはまだスタートしたばかりです」と続けた。