

プレスリリース
報道関係者各位

マーケターを成功に導くゲーミフィケーションを再定義

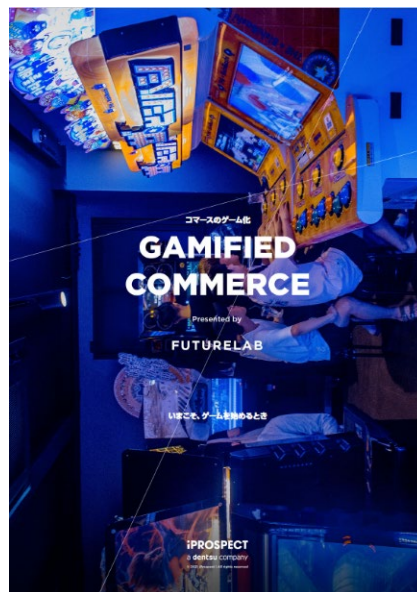
アイプロスペクトの FUTURE LAB*がブランドの成長に不可欠なコマースのゲーム化を解説したホワイトペーパー「Gamified Commerce」を発表

iProspect Japan (アイプロスペクト・ジャパン株式会社、CEO：金井 耕一、所在地：東京都港区) はこの度、近年ますます存在感を高めるゲーミフィケーションとそのコマース領域における主要トレンドを分析した最新レポート「Gamified Commerce - コマースのゲーム化」を発表いたしました。

パンデミックの余波は2022年の今なお世界の社会経済活動に大きく広がり、とりわけ消費者のデジタル行動の変化は予測を上回るスピードで新たな段階に突入しています。「Gamified Commerce - コマースのゲーム化」では、昨今の消費者のブランドに対する期待の変化と顕在化するゲーミフィケーションの影響、コマースのゲーム化を形成する最も重要な5つのトレンドを解説し、ブランドが存在感を高めるマーケティング活動のためのヒントと事例を提示しています。

【取り巻く環境や生活様式の変化に呼応して、消費者が最高のブランドに期待するポイントにも変化が表れている】

消費者行動においては、**コマース**（オンラインショッピング）、**コンテンツ**（ストリーミング配信など）、**カンパセーション**（ビデオ通話など）の急速な浸透と成長に伴い、デジタル化したライフスタイルが消費者のアテンションスパンに影響を及ぼしていると本レポートは述べています。また、パンデミックによる行動制限が変化をもたらし、ブランドに対する消費者の新たな期待の高まりが見られます。昨今のブランドには「サービスや商品を即時に提供できる対応力」「現実世界から離れ気晴らしとなるエンターテインメントの提供」「人々や環境に向けた責任ある発信力」などが求められ、そうした消費者のインサイトを理解できるブランドには大きな成長機会が見込まれます。



【ゲーミフィケーションは、ソーシャルアプリやゲームに囲まれて育った次世代の定番に】

古くから、ゲームにみられる「遊び」の効果は人々を進化させ、成長させると言われており、現代ではゲームをすることがもはやニッチではなくメインストリームへ台頭しています。これを鑑みると、マーケティング活動におけるゲーミフィケーションが、ソーシャルアプリやゲームに囲まれて育った次世代の定番になっていく潮流は大変自然であると言えます。ゲームの要素（ポイントの獲得や他者との競争、ルール）を取り入れたゲーミフィケーションの流儀は、ヘルスケアや金融などをはじめ、次世代消費者をターゲットにした幅広い領域へと拡大を続けています。本レポートでは、自社製品やサービスに対するエンゲージメントの向上を目指しオンラインマーケティングの手法としてゲーミフィケーションを活用しているグローバルブランドの例を挙げて紹介しています。

【コマースのゲーム化を形作る5つの主要トレンド】

プラットフォームエコノミーの発展や次世代がリードする新たな行動様式によって、コマース領域へのゲーミフィケーションの導入は、今後ますますブランドの成長に欠かせない要素となるでしょう。その成長の可能性を引き出すために重要な5つのトレンドを検証しています。

1. 集客のゲーミフィケーション

位置情報などのテクノロジーを活用し、客足を妨げている障壁を遊び心のある要素に変え、店舗に存在価値を与えて来店を促す。

2. 活発なロイヤルティ

顧客のインサイトを理解し、自社ブランドが提供できるエクスペリエンスを工夫して、深く長期的な関係構築につなげる。

3. ドロップ

ソーシャルやリアル空間を活用した限定リリースでマーケティングを盛り上げ、自社の大切な顧客の心に響くブランドエクスペリエンスを提供する。

4. カルチャーハック

ゲーミングカルチャーを限定的な領域と捉えず、多方面に存在する潜在的オーディエンスをよく分析し、ブランドに新しいターゲット層を開拓する。

5. ストーリーのゲーム化

ブランドストーリーにユーザーを主役として引き込む没入感のあるコミュニケーションで、新規顧客の獲得と同時に既存顧客のエンゲージメントを強化する。

以上のポイントを踏まえ、**ゲーム化されたプラットフォーム**、**ゲーム化されたエクスペリエンス**、**ゲーミング戦略**の観点からコマース領域におけるゲーミフィケーションに取り組むことで、新しい行動様式がニューノーマルとなる時代においてもブランドの成長機会は高まります。5つのトレンドに着目し集めた事例の分野は多岐にわたり、ゲーミフィケーションを活用してブランドの成功を目指すマーケティングに向けて解説しています。

より詳細な「**Gamified Commerce – コマースのゲーム化**」本編（日本語版）は下記特設サイトにてダウンロードが可能です。<https://www.iprospect.com/ja/jp/news-and-insights/insights/gamified-commerce>

*Future Lab とは、iProspect Global でソートリーダーシップやイノベーション事業の開発・普及に取り組む専門チームです。

iProspect (アイプロスペクト)について

iProspect は、dentsu グループに属し、グローバルに展開するデジタルファースト・エンドツーエンドメディアエージェンシーです。メディア戦略とストーリーテリング、デジタルの専門性およびオーディエンスに対する知見を組み合わせ、パフォーマンス主導のブランド構築という新領域を定義します。iProspect は、人を中心としたソリューション（human-centric solutions）の提供により、Sonos、Cox、LG、Hilton、Levi's、Budweiser、Microsoft、Procter & Gamble など、世界を代表するブランドの成長を加速させています。世界93か国、8,000人を超えるメディアとパフォーマンスのエキスペルトで構成されたiProspectチームがグローバルネットワークで活躍しています。（<https://www.iprospect.com/ja/jp/>）。

■iProspect Japan (アイプロスペクト・ジャパン) の概要

会社名 : iProspect Japan (アイプロスペクト・ジャパン株式会社)

代表者 : CEO 金井 耕一

所在地 : 東京都港区東新橋 1-8-1

設立 : 2003年12月

URL : <https://www.iprospect.com/ja/jp/>