

リアルでも EC でもない新たな買い物体験

「REV WORLDS (レヴ ワールズ)」

株式会社三越伊勢丹 (東京都)

[概要]

- 24 時間どこからでも、新宿東口の街の一部エリア(伊勢丹新宿本店～新宿アルタ周辺)と伊勢丹新宿本店などが再現されたメタバースの仮想都市にアクセスできるスマートフォン向けアプリ「REV WORLDS(レヴ ワールズ)」を運営
- 新しい顧客接点の場として、お客様のデジタル上の暮らしも豊かにすることを目指して 2021 年 3 月よりいち早くサービス提供を開始
- 顧客はアバターとして、仮想伊勢丹新宿本店で化粧品や食品などの買い物を楽しんだり、さまざまな出展企業のコンテンツを楽しむことができる
- 買い物をするだけでなく、自分らしくアバターを着せ替えたり、部屋のコーディネートを楽しむことができるほか、チャット機能を使用して友人や家族、初めて出会ったユーザーとも会話を楽しむことができる

[特徴]

- チャット機能を用いての対話や、販売員を 3D スキャンして作成したアバタースタイリストによるお出迎えなど、オンラインでありながら人とのつながりを感じられる買い物体験を提供
- 従来の EC では提供できなかった「誰かと一緒に買い物をする」という体験を提供。また、思わぬ商品やコトに偶然出会える「リアル」の体験価値と、時間や場所に制約のない「バーチャル」の良さをかけ合わせた体験価値を提供
- 従来の EC と比較して、空間やゲーミフィケーションを活用してブランドの世界観を表現したり、商品の使用シーンを想起させる立体的な表現が可能
- 実際の伊勢丹新宿本店で開催される催し物と連動してバーチャル上でも開催。「サロン・デュ・ショコラ」「クリスマスキャンペーン」など人気のイベントや、ラグジュアリーブランドと共創したメタバース上での特別な顧客体験を提供。リアル、EC、メタバースの顧客接点を最適に組み合わせることで、出品企業・イベントと顧客との関係性を総合的に上げることができる
- ゲームユーザーだけでなく、非ゲームユーザーでゲーム操作に慣れていない方など、顧客目線の使用感を念頭に開発。品揃えの豊富さや、頻繁にイベント開催を行うことからアーリーアダプターだけでなく層にも受け入れられている

- 2018 年から立ち上げた社内起業制度を発端に事業化。ビジョン実現のため、CG 制作も内製化。外部の開発パートナーとともに高品質なグラフィックを実現
- 今後は、デザイナーがアプリ上のアバターで新しいデザインの服をテストしてみるなど、ファッションの可能性をアプリならではの手法で広めていく活用も期待できる

[サービスイノベーションの観点から]

優れたグラフィックで丁寧に世界観を創り込み、EC の利便性とリアルな体験価値を複合した買い物体験を提案している。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、適切に価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している



▲実際のスタイリストを CG 化している。リアリティが高い



▲単に「商品を手入手する」のではない新しい買い物体験を提供している

[組織データ]

所在地	東京都新宿区
従業員数	4,331 名
設立	2011 年 (三越伊勢丹)
キーワード	百貨店、社内起業、メタバース
売上規模	1,000 億～1 兆円