



社長のための 経営雑学

新しい時代を切り拓く実践経営情報紙

第 400 号 令和1年 5月9日 (木)

発行 税理士法人 KJ グループ

〒536-0006 大阪市城東区野江 4 丁目 1 番 6 号

TEL : (06) 6930-6388

FAX : (06) 6930-6389

美容・コスメ業界で注目を集める「スマートミラー」 美容室への展開で動画マーケティングが変わる可能性

今、美容・コスメ業界のみならずファッション業界全般のあり方を激変させる可能性を秘めたプロダクトが登場している。それが「スマートミラー」だ。鏡にセンサーやカメラを内蔵させ、肌解析を行い適切なメイクやスキンケアを提案できるもので、すでに資生堂が店舗に「デジタルカウンセリングミラー」を設置。パナソニックは、BtoB向けの「スノービューティーミラー」を開発中だ。ARや画像合成・処理技術を併用すれば試用・試着などのバーチャル体験も可能で、アパレル分野での活用も有効。「鏡を使うビジネス」のマーケットを押し広げる可能性を秘めている。

これだけでも興味深い話だが、さらに一歩進んだ施策を打つ企業が登場している。技術系インターネット広告代理店フルスピードの子会社であるクライドが、スマートミラーの特許技術と連携して美容室への動画広告提供を開始した。美容室の平均施術時間は1人当たり1時間から1時間半。スマホや雑誌を見ている、ある程度の時間は鏡を見ているため、動画広告の壁とされる再生完了率の向上が期待できる。顔認証技術とAIを組み合わせれば、高精度なターゲティング広告を流すことも可能。エンゲージメント率の向上に寄与するだろう。今後、家庭用の鏡としての利用や、TikTokなどのSNSを絡めた連携が予想される。これからの動画マーケティングは、さらに多様なことを想定し展開する必要があるようだ。