

"個人最適"な旅・街歩きを おすすめしてくれるLIKEUP 「東北ハウスAI観光アシスタント」を通じて 東北・新潟エリアの活性化に寄与していく



NTTコムウェアが提供するLIKEUPは、ユーザーの属性や時間帯や現在の位置などのシチュエーションに応じてユーザーのニーズや行動を予測し、ユーザー一人ひとりに寄り添った観光情報・交通情報などをリアルタイムに提供することで、“個人最適”な街歩き体験を実現するとともにエリア全体の活性化に貢献できるサービスである。東日本大震災の発生から10年の節目である今年、東京オリンピックも開催される中で、復興支援への感謝を伝え、東北・新潟の魅力を発信する「東北ハウス」が開催され、NTTグループとして東日本電信電話株式会社（以下NTT東日本）が提供したAI観光案内サービス「東北ハウスAI観光アシスタント」にLIKEUPの技術が採用された。



「東北ハウス」から分かるLIKEUPのポテンシャル、観光へのAIの活かし方

LIKEUPは、利用者（ユーザー）にとって有益な情報を提案するために、ユーザーの価値観や嗜好、時間や位置の状況等に応じてユーザー一人ひとりにより最適な情報をサジェストできるエンジンをコアに持っている。

この技術を活かしたLIKEUPの提供価値は以下となる。



LIKEUPのポテンシャルは「東北ハウスAI観光アシスタント（バーチャル出展：～2021年9月30日

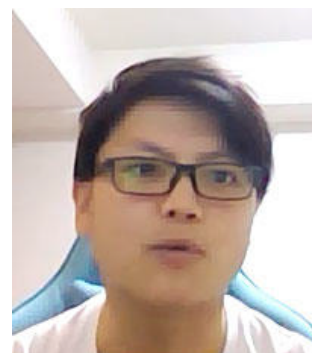
<https://thk-h-kmaas.likeup.net/start>）」ですぐに体験することができる。

（東北ハウスバーチャル開催：～2022年1月24日 <https://www.tohokuhouse.jp/>）

"個人最適"な旅・街歩きをおすすめしてくれるLIKEUP 「東北ハウスAI観光アシスタント」を通じて東北・新潟エリアの活性化に寄与していく

LIKEUPの技術が採用された「東北ハウスAI観光アシスタント」は、自分の好みや目的等を直感的な操作で入力すると自動的におすすめの観光コースを提案してくれるというものだが、個人情報への入力はいらない。サービスの企画開発・導入を手がけた緒方(エンタープライズビジネス事業本部BigDataソリューション部)は、その手応えを次のように感じたという。

緒方:「東北ハウスでタブレット端末から実際に利用いただいたところ、ユーザーからは『こういうサービスがあればとても助かるし、今後、いろいろなところで使えるといいね』『個人への気軽なコンシェルジュのようでおもしろい』という反応をもらっています。UX(User Experience)の観点でも、20～30代ではサービスの説明がなくても直感的に操作しながら楽しんでいただき、40～50代で普段あまりアプリなどに触れないような方でも簡単な補足説明のみですぐにご利用いただけているようでした。東北ハウス実行委員会様からも実現したいと考えていることがユーザーにきちんと伝わっている』と高い評価をいただきました」



緒方 耀
NTTコムウェア株式会社
エンタープライズビジネス
事業本部
BigDataソリューション部



LIKEUPのサジェストを支える、ユーザーの思いをくみ取るUXエンジン

LIKEUPのサービス化には2つの方向性があり、1つは「東北ハウスAI観光アシスタント」のような観光分野、もう1つは日々の暮らしを豊かにしてくれる生活分野である。LIKEUPは個人の趣向やシチュエーションに合わせて最適なサジェストを実現しているが、その精度はUXを考慮したエンジン(UXエンジン)によって支えられている。

同じ時間、同じ場所にいる人たちでも、ゆっくりしたい「お一人様」と、アクティブに動き回りたい「親子連れ」ではそれぞれのニーズに合ったお店や施設は大きく異なる。ショップやレストランが、近くにいるお客さまに対してニーズにあった情報をダイレクトに発信し、例えば「親子連れ」にはお子様向けクーポンを発行することで、ユーザーは自分に合った情報をリアルタイムに受け取ることができ、そのエリアの新たな魅力発見を通じて街歩きをより楽しむことができる。

また、エリアの交通機関やスポットの混雑予測から、ユーザーにその情報とともに個人に合ったおすすめ情報を提供することで混雑のピークとなる時間帯を回避しながらも人々の異なる行動変容を促し、混雑を分散。周囲の人との快適な距離感を保ったエリア全体の賑わいと安全安心をもたらすことができる。



LIKEUPサービスHPはこちら

"個人最適"な旅・街歩きをおすすめしてくれるLIKEUP 「東北ハウスAI観光アシスタント」を通じて東北・新潟エリアの活性化に寄与していく

これらを実現するために、利用する側の「ユーザーの特性」と、情報提供側の「旅行ルートや行き先の特性(観光分野)」あるいは「ショップ、レストラン、スポットの特性(生活分野)」の2つの特性を正確に捉え、「2つの特性をどのようにマッチングするか」の精度をあげるために、カスタマージャーニーマップによる人の行動予測を積極的に活用している。

緒方:「『東北ハウスAI観光アシスタント』は、LIKEUPのUXエンジンをを用いた高度なサジェストはもちろんのこと、『東北の魅力を発信し、“旅のしおり”の1つとして組み立て、ユーザーが実際に旅行をするきっかけが作れる』という発想とその可能性、LIKEUPのコンセプトそのものに高い評価をいただいたと思っています。『東北ハウスAI観光アシスタント』は実証実験の段階ですが、よりよいサービスが実際に提供できるよう、これからもサービスの高度化を積極的に取り組んでいく予定です。また、今後は、ホテルやレストランとの予約の連携などさらなる利便性の向上や、買い物や通勤・通院など日々の暮らしに寄り添ったサービスの提供など、自治体様や企業様と連携して、可能性をより一層広げていきたいと考えています」



3分でわかるLIKEUP
サービスイメージ映像はこちら

東北ハウス実行委員会

一般社団法人 東北経済連合会 交流政策部長 菅原秀徳様

「東北ハウスは東日本大震災から10年の節目にあたって、これまで世界から寄せられた支援への感謝の気持ち、そして着実に復興を成し遂げつつある姿、東北・新潟のさまざまな魅力を発信し、実際に訪れていただけることを願って催されています。また、新型コロナウイルス感染拡大の影響もあり、疲弊した地域経済の回復のきっかけとしても、官民が一体となって取り組んでいるものです。

NTT東日本、NTTコムウェアに協力いただいた『東北ハウスAI観光アシスタント』は一人ひとりが自分の楽しみ方に合った観光モデルコースを知ることができる、たいへん便利なサービスです。『東北ハウスAI観光アシスタント』をきっかけとして東北・新潟に親しみを感じたり、より深く興味を持っていただき、一人でも多くの方が東北・新潟の地に足を運んでいただければ、イベントをいっしょに盛り上げてきた価値が高まります。2022年1月24日までは**バーチャル開催**も実施しており、今後も共に東北・新潟の魅力を発信していければと思います」

NTT東日本 宮城事業部 地域ICT化推進部 担当課長 鈴木隆広様

「NTT東日本は、『東北ハウス』への『東北ハウスAI観光アシスタント』の出展を通じて、“東北・新潟”の魅力を発信を行うとともに、利用者の属性等に応じた地域回遊のレコメンドを行うMaaSに関する実証事業を進めることができました。また、利用者の属性データや旅先での行動・興味関心データの取得、分析を行う観光マーケティングツールとしての実証も行っております。今回の実証で得たデータを活かし、地域活性化やさまざまな社会課題の解決に向けて、よりよいサービスを届けていきたいと思います。NTTコムウェアには、利用者の行動欲求を類推し変容を促すLIKEUPのさらなる機能拡充を期待しています」

"個人最適"な旅・街歩きをおすすめしてくれるLIKEUP
「東北ハウスAI観光アシスタント」を通じて東北・新潟エリアの活性化に寄与していく

東北ハウスAI観光アシスタントとは

『東北ハウスAI観光アシスタント』は、簡単な質問への回答と好みの画像を数枚選ぶことで、AIが利用者のタイプを診断し、嗜好・関心に沿った東北・新潟の観光モデルコースを案内する多言語サービス。AIがエリアや時間帯・気象状況などをもとにレコメンドするため、誰でも気軽に興味関心を高めていただくことができる。

(バーチャル出展: ~2021年9月30日)



「東北ハウス」は2022年1月24日迄、バーチャルでも開催されます。

※「東北ハウスAI観光アシスタント」はNTT東日本 宮城事業部様と協力してNTTグループとして提供しています。



NTTコムウェア株式会社

URL : <https://www.nttcom.co.jp/>

WEB 掲載 : 2021.9