

2019年3月11日  
東日本電信電話株式会社  
株式会社アクアビットスパイラルズ  
エプソン販売株式会社  
株式会社エヌケービー

“店舗のガラス面を活用した連動型クラウドサイネージ”ならびに“画像認識 AI”を用いた  
訪日外国人観光客向け「飲食店プロモーション」の実証実験について  
～クラウドサイネージと画像認識 AI による新たな飲食店プロモーションソリューション～

東日本電信電話株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：井上 福造 以下、NTT 東日本）、株式会社アクアビットスパイラルズ（本社：東京都港区、代表者：萩原 智啓 以下、アクアビットスパイラルズ）、エプソン販売株式会社（本社：東京都新宿区、代表者：佐伯 直幸 以下、エプソン）、株式会社エヌケービー（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：外谷 敬之 以下、NKB）は、「スクリーンフィルム」を利用し店舗のガラス面に、NTT 東日本のクラウドサイネージサービスである「ギガらくサイネージ」と「スマートプレート<sup>※1</sup>」を連動させた“連動型クラウドサイネージ”、および、画像認識 AI サービス「かざして案内<sup>※2</sup>」を活用し、築地場外市場（Smart Refund 築地場外市場、築地魚河岸）、函館（函館ベイエリア、函館朝市どんぶり横丁市場）において、訪日外国人観光客に向けた新たな飲食店プロモーションを行う共同実験（以下、本取り組み）を2019年3月11日（月）から実施します。

※1 アクアビットスパイラルズが提供する QR コード、NFC に対応したクラウドコントロール型の情報配信デバイスで、スマートフォンをかざすと、設定されたデジタルコンテンツが即座に表示されます。

※2 スマートフォン等のカメラを物体にかざすだけで情報を入手できるサービス。日本電信電話株式会社の登録商標です。

## 1. 本取り組みの背景と目的

2020 年に向け、訪日外国人観光客の人気観光スポットである築地では、年々訪れる外国人の数が増加しております。また、函館市も 2018 年度上期の訪日外国人宿泊客数が約 22 万 1 千人<sup>※3</sup>と 2 年連続で過去最高を更新しており、函館ベイエリアやどんぶり横丁市場等をはじめ、外国人にとってホットな観光スポットとなっております。

こうした背景のもと、飲食店においてはサイネージを活用した多言語でのプロモーションのニーズはあるものの、サイネージ用大型モニタ等を店舗内外に設置するスペースの確保が課題となっております。また、訪日外国人観光客は、飲食店街等でお店を選ぶ際に、店舗前に置かれたメニュー表やサンプルだけではお店の情報が十分に取得できず、お店選びに迷っているケースがあります。加えて、店内ではメニューが読めない、店員との意思疎通が難しく不満を抱いている等の課題も存在しています。

本取り組みでは、飲食店等に向けて夜間を中心に、これまでプロモーションに利用しにくかった店舗ガラス面にスクリーンフィルムを貼り、「ギガらくサイネージ」でコンテンツを投影することで、低廉で手軽な省スペースのサイネージ環境を実現します。あわせて、スクリーンフィルムと同場所に設置した「スマートプレート」にお客さま保有のスマートフォン等を近づけることで、プロジェクターからスクリーンフィルムに表示されているサイネージコンテンツの詳細情報を多言語で即座に取得できるサービス（以下 連動型クラウドサイネージ）を提供し、送客促進による飲食店の集客拡大に向けた飲食店プロモーションの実証実験を行います。

また、訪日外国人観光客に向けて、画像認識 AI の活用により保有のスマートフォンでお店をかざすだけで、画像認識 AI の活用により、そのお店の情報が多言語で手軽に取得できるサービスを提供します。

これらの取り組みを通じて、技術検証および集客拡大についての効果測定を行います。

※3 出展元：函館市 観光企画課による「来函観光入込客数推計」

<https://www.city.hakodate.hokkaido.jp/docs/2015062500021/>

## 2. 本取り組みの概要

### 【築地場外市場における取り組み】

(1) 内容： 築地魚河岸および Smart Refund 築地場外市場のガラス面にスクリーンフィルムを設置し、プロジェクターによる「ギガらくサインージ」を活用した大画面クラウドサインージにより店舗プロモーションや来訪者へのアナウンス等のコンテンツを投影します。

また、Smart Refund 築地場外市場では、連動型クラウドサインージを活用し、プロモーション映像とクーポンを配信するとともに、晴天時と雨天時で配信する情報を切り替えます。

<連動型クラウドサインージ配信情報>

築地魚河岸 : 店舗 PR、マナー喚起 等

Smart Refund 築地場外市場 : 店舗 PR、外貨両替優遇レートクーポン、傘の割引クーポン（雨天時）

(2) 場所： 築地魚河岸・Smart Refund 築地場外市場

### 【函館における取り組み】

(1) 内容： 函館ベイエリアでは、いかいか亭および西波止場のガラス面にスクリーンフィルムを設置し、プロジェクターによる「ギガらくサインージ」を活用した大画面クラウドサインージにより店舗プロモーションや函館関連情報を投影します。また、連動型クラウドサインージを活用し、両店舗間の回遊を促進する相互送客クーポン配信の仕組みを提供します。

さらに、函館ベイエリア、どんぶり横丁市場、函館駅周辺、五稜郭周辺、などでは、スマートフォンのカメラアプリをリーフレットや店舗看板にかざすと、お店のメニュー等の有用な情報が多言語で得られる「かざして案内®」を提供し、訪日客の送客効果や利便性向上度等を調査します。

<連動型クラウドサインージ配信情報>

いかいか亭：自店舗および系列店舗の PR、函館観光情報、裏メニュークーポン

西波止場：自店舗および系列店舗の PR、函館観光情報、割引クーポン

(2) 場所： 函館ベイエリア（いかいか亭・西波止場）、どんぶり横丁市場、函館駅周辺、五稜郭周辺、他

\*「かざして案内®」実施施設については、実証期間中に函館市内のホテルや観光施設等に設置するリーフレットに記載しております。

### 【実施時期】

2019年3月11日（月）～

\*「かざして案内®」の実施は3月22日（金）まで

### 【検証項目】

<NTT 東日本>

・連動型クラウドサインージを活用した飲食店プロモーションの有効性の把握

<アクアビットスパイラルズ>

・フィルムスクリーン+「ギガらくサインージ」における「スマートプレート」の有効性の把握

<エプソン>

・フィルムスクリーン利用環境の把握・分析及び最適なプロジェクターの選定（築地）

<NKB>

・連動型クラウドサインージ、およびかざして案内®を活用した飲食店プロモーションに対する店舗オーナーならびに外国人観光客のニーズ、有効性の把握

### 3. 各社の役割

#### <NTT 東日本>

- ・ネットワーク環境（フレッツ光、ギガらく Wi-Fi 等）、クラウドサイネージ環境（ギガらくサイネージ、フィルムスクリーン等）の提供と運用サポートの実施

#### <アクアビットスパイラルズ>

- ・「スマートプレート」の提供および運用サポートの実施

#### <エプソン>

- ・プロジェクターの選定・施工および運用サポートの実施（築地）

#### <NKB>

- ・実証実験参加店舗の開拓、コンテンツ制作・プロモーション等のトータルコーディネーションを実施

### 4. 今後の展望

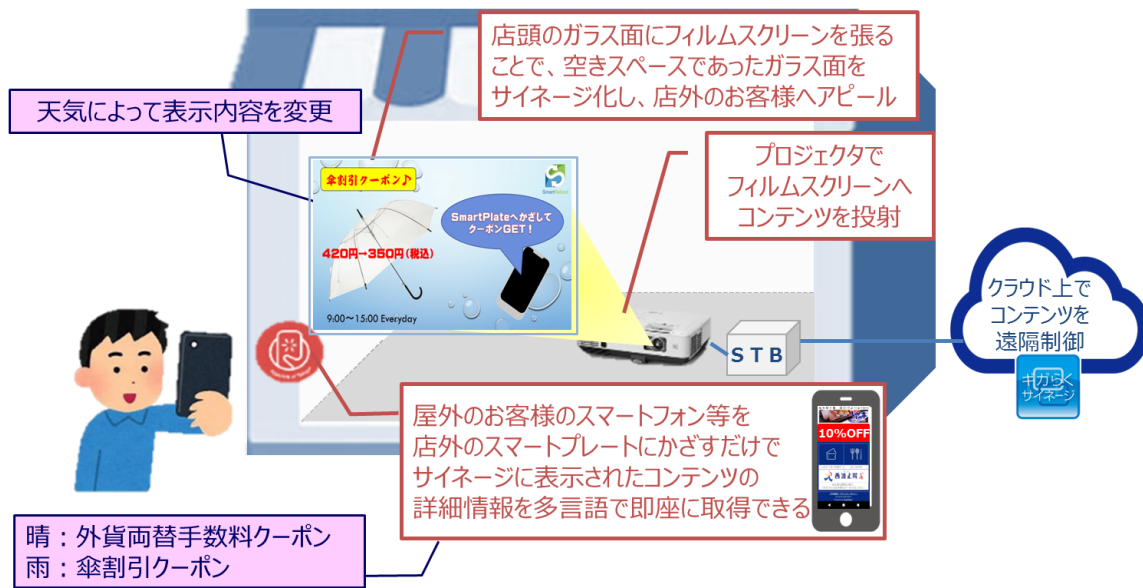
訪日外国人観光客に向けた飲食店等のプロモーション分野において、本ソリューションの本格展開の検討を行うとともに、商業施設や個人経営店舗等、様々な業種業態で簡易に利用できる新たなプロモーションソリューションへの展開を図っていきます。

《参考》

【実証実験イメージ】

＜スクリーンフィルム+「ギガらくサイネージ」+「スマートプレート」を活用した飲食店プロモーション（築地場外市場）＞

《屋外（ガラス面スクリーンフィルム+ギガらくサイネージ）》



＜スクリーンフィルム+「ギガらくサイネージ」+「スマートプレート」を活用した飲食店プロモーション（函館 [いかいか亭-西波止場]）＞



<「かざして案内®」を活用した飲食店プロモーション>

～看板・リーフレットへかざして案内®～

