

2021 年 6 月 3 日
NTT コミュニケーションズ株式会社
三井不動産株式会社

NTT Com と三井不動産が、デジタル空間上に構築した 「Hisaya Digital Park」とバーチャル店舗を活用した新たな 顧客体験創出の共同実験を開始

NTT コミュニケーションズ株式会社(以下 NTT Com)と三井不動産株式会社(以下 三井不動産)は、愛知県名古屋市の久屋大通公園の北エリア・テレビ塔エリア(全長約 900m、敷地面積約 54,500 m²。以下 Hisaya-odori Park)において、2021 年 6 月 3 日より共同実験(以下 本実験)を開始します。本実験は、Hisaya-odori Park の実店舗、デジタル空間上に構築した「Hisaya Digital Park」とバーチャル店舗の運営を通じて、リアルとバーチャルの垣根を越えて位置情報データや来店データなどを統合的に分析し、「周辺エリアの回遊性の向上」や「新たな顧客体験の創造」をめざすものです。

■Hisaya Digital ParkURL :

<https://hisayadigitalpark.jp> (6 月 3 日 11 時 30 分より有効)



<推奨環境>

スマートフォン推奨 iOS 12 以降、Android 9 以上

※パソコンでのご利用の場合、スマートフォン用のレイアウトで表示されます

※Internet Explorer には対応しておりません

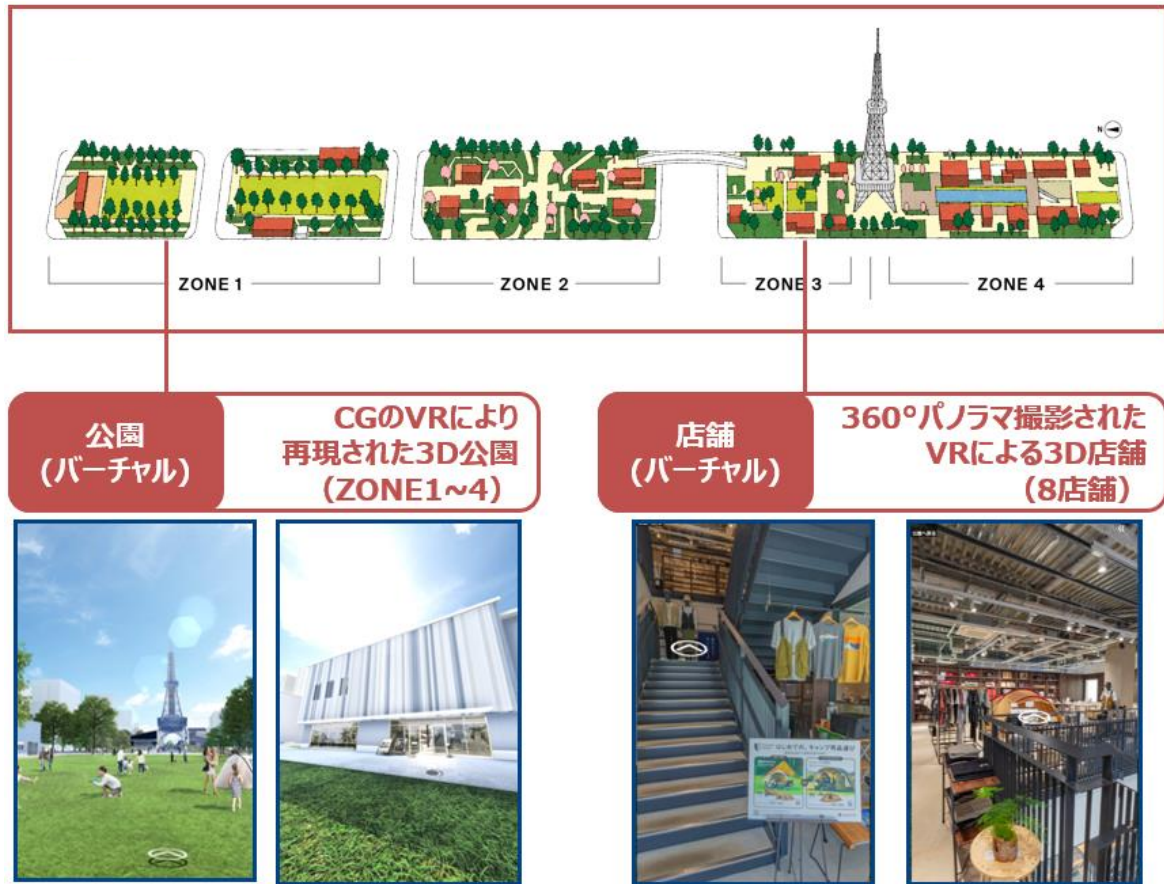


Hisaya-odori Park 外観



Hisaya Digital Park

<バーチャル化のイメージ>



1. 背景

NTT Com は、ICT を活用した都市における社会的課題の解決と経済発展の両立をめざし Hisaya-odori Park における検証^{※1}に参画してきました。

三井不動産は、Park-PFI 制度^{※2}によって開発した Hisaya-odori Park の指定管理者として、来園者や店舗のお客さまの利便性の向上と、新たな価値を発信する場所をめざし、様々なステークホルダーと協同した取り組みを進めています。

今回両社は、公園や店舗というリアルの方とデジタル空間を活用し「新たな顧客体験の創造」をめざすとともに、DX によるお客さまとの接点を強化する「Smart Customer Experience」^{※3}（以下 Smart CX）の観点で共同実験を行います。

2. 本実験の内容

（1）公園および店舗をバーチャル空間上に再現

全長約 900m に渡る Hisaya-odori Park を CG の VR により「Hisaya Digital Park」としてバーチャル空間に再現します。加えて、バーチャル空間に配置された店舗は、実在する 8 店舗を高精度カメラで 360°パノラマ撮影した映像でリアルに再現されたもので、お客さまのパソコンやスマートフォン、タブレットなどから、いつでもどこでも、リアリティのある Hisaya-odori Park 散策を楽しむことができます。

また、バーチャル空間上では店舗のサービス情報や動画コンテンツも視聴可能です。

(2) 実店舗とバーチャル店舗の連携による価値創造

実店舗とバーチャル店舗上の来店情報などを統合し、お客さまのライフスタイルを可視化することで、実店舗・バーチャル店舗間の相互送客によるお客さま接点の拡大をめざします。

また、公園内における来園者層の違いやその行動パターンを分析し、お客さまへのよりきめ細やかなサービス提供をめざすほか、出店者のお客さま接点の強化への有効性を検証します。

なお、本実験で利用するデータは実験目的の範囲内で利用します。

3. 本実験の期間

2021 年 6 月 3 日～2021 年 12 月 31 日（予定）

4. 今後について

本実験結果を活かし、両社はより多くのお客さまが自らの嗜好にあった店舗で飲食・ショッピングなどを安心安全に楽しめる、にぎわいと魅力にあふれた空間形成をめざします。また、今後バーチャル空間を活用したイベントなども検討しており、リアルイベントとの連携とあわせて、将来的に公園周辺や栄エリアの賑わいの波及をめざしていきます。

今後、対象店舗や公園近隣施設への拡大も予定しています。さらに、本実験以外のエリアでもバーチャル公園やバーチャル店舗を構築し、リアルとバーチャルの融合による新しい顧客体験や価値の創出・向上を検討していきます。

※1: 「NTT Com と三井不動産が、公園整備運営事業において「安心安全な街づくり」の実現に向けた検証を開始」（2020 年 9 月）

<https://www.ntt.com/about-us/press-releases/news/article/2020/0914.html>

※2 : Park-PFI 制度とは、平成 29 年の都市公園法改正により新たに設けられた、商業施設などの公園利用者の利便の向上を図る施設設置と、その収益を活用して周辺の整備・改修等を一体的に行う業者を公募により選定する「公募設置管理制度」のことです。

※3: 「Smart Customer Experience」とは、NTT Com が推進する、DX によってお客さまとの接点強化をめざす事業です。NTT Com のデータ流通基盤である「Smart Data Platform」上にて、オンラインとオフラインの融合を実現する OMO（Online Merges with Offline）プラットフォームの構築をめざし、さまざまなデータを連携させ、統合的に分析することで、お客さまの利便性を拡大させていきます。