

札幌国際大学観光学部
川名典人 千葉里見
2018年 3月31日

- AI搭載人型ロボットを利用した観光地での”もてなし”戦略 -

2017年度の本研究目的は、2017年5月に導入されたAI搭載人型ロボットを利用した観光情報発信手法である。その理由は、訪日外国人観光客が毎年増加する中で、北海道のインバウンドも前例ない勢いで増加しているため、多くの観光地では多言語でどのように増加する外国人観光客に対応すべきかが大きな問題となっているからである。AI搭載の人型ロボットは3ヶ国語に対応する特性を持っている。本研究ではその特性を利用した多言語発信の基礎的な研究を行うことを目的としている。



○研究方法

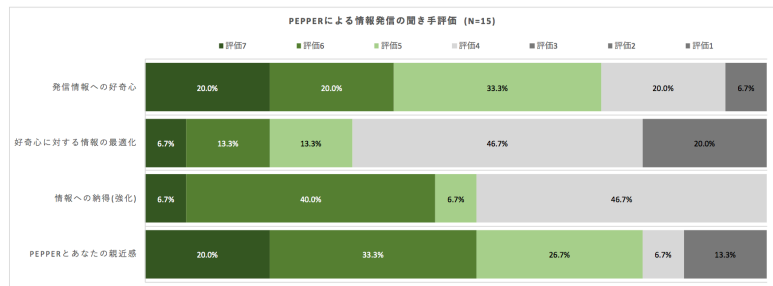
2017年度取り組んだ具体的な研究は、ロボットを利用したホテルオリジナルの商品説明である。ロボットが多言語（日本語、英語、中国語）で胸部のデジタルディスプレイに表示された商品を効果的に説明する手法を研究した。

研究対象となる”北こぶし知床 ホテル&リゾート”のギフトショップには北海道を代表するお菓子や地元知床の材料を使った多彩な商品が陳列されている。今回の研究ではその中からホテルオリジナルのお土産に特化した商品を8つ選び、その商品を3ヶ国語でロボットに解説させ、その評価を調査した。

○成果と課題

アンケート調査から次の点が明らかになった。

*”母語が通用する日本人に対しては特に、ただ一般的な情報内容の発信をしているのでは、商品の購買など聞き手の行動へ繋がらないと考えられよう。今後は、人からの情報とAI搭載人型ロボットからの情報との融合による情報発信と受けてのコミット強化が求められよう。”



この点に関しては、プレゼンテーション形式で正確に情報を伝える意図でコンテンツを作成したため、ロボットが本来持っている、“可愛らしさ”や”予期せぬ驚き等のジェスター”、そして”イントネーションやスピード感”で聞き手に面白さや好奇心を与えることができなかつたことに原因があると考えられる。今回作成した商品紹介コンテンツは多言語を意識して、インバウンドの方にどんな商品か理解してもらうことを意識して作成した。しかしながら、この手法では音声を中心に流す手法と同じであり、効果的な商品紹介とはならない。

○今後の研究

本研究では、商品紹介をロボットの胸部にあるタッチパネルディスプレイで行なったが、iOSを利用してタブレット端末やスマートフォンを利用してリモートで操作しながらデジタルサイネージ画面に表示することも視野に入れていた。また、サイネージ画面に表示された画像に対してARアプリを利用して追加情報をだす仕組みも計画していた。これらの計画はOSや同期の調整が不調のため実現できなかった。今後の研究では本年度予定していた研究内容の完成と、ロボットの利用を最適化する手法、つまり観光情報や商品をいかに効果的にロボットを利用してアピールできるかという点を調査し、提案していきたい。