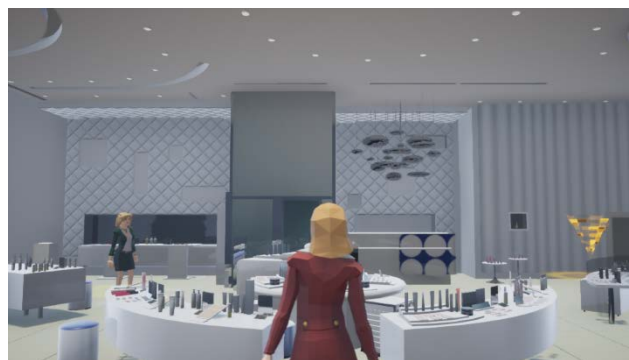


「バーチャル銀座」で街の魅力再発見、地域活性化へ ～ニューノーマル時代の 3D アバターによる周遊・ゲーミフィケーション体験～

株式会社 NTT ドコモ(以下、ドコモ)は、松竹株式会社、株式会社歌舞伎座、歌舞伎座サービス株式会社、株式会社ポーラ、日産自動車株式会社と連携し、バーチャル空間上に再現された銀座(以下、「バーチャル銀座」)において、周遊やゲーム感覚で買い物をすることにより地域の魅力向上や経済活動の活性化につながる実証実験に向けた検討を開始します。リアルな世界をバーチャルに表現する「デジタルツイン」※1により構築された 3D 空間で提供するサービスの提供価値を検証していきます。実証実験期間は、2021 年 9 月～2022 年 3 月(予定)です。



バーチャル銀座で再現した歌舞伎座の外観



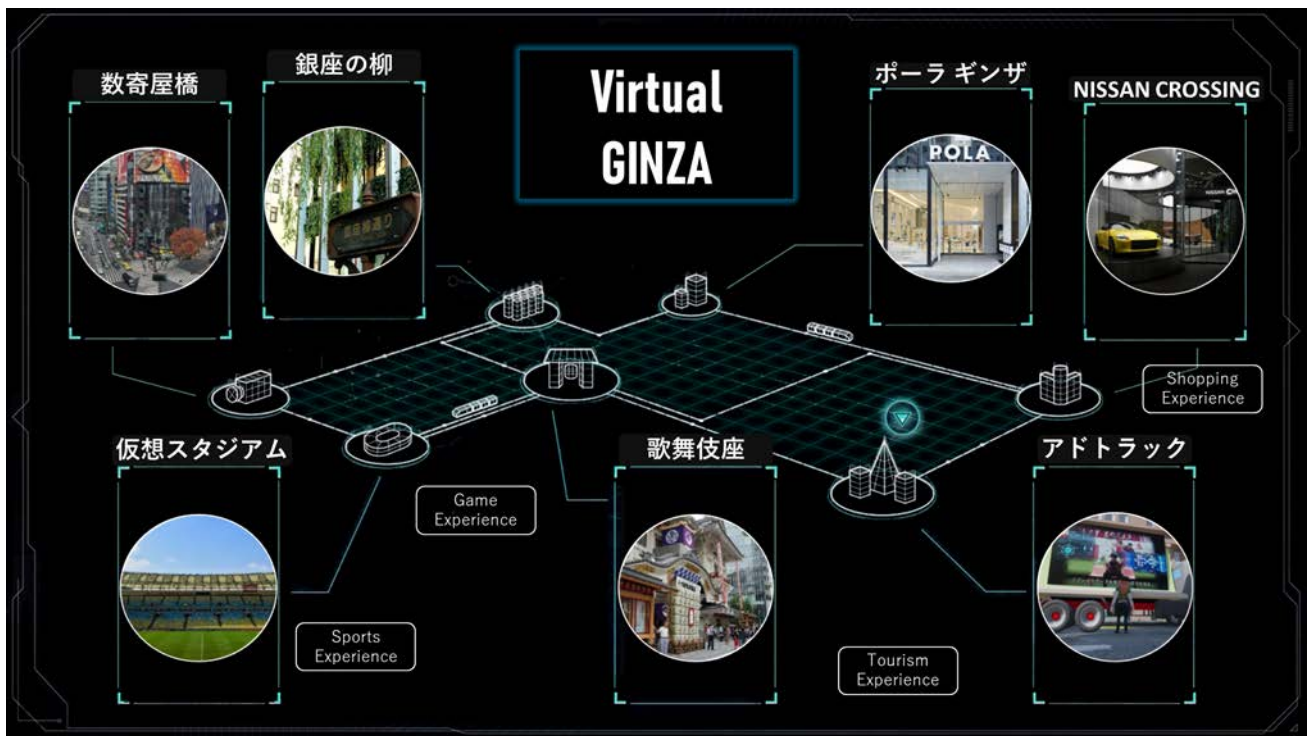
バーチャル銀座で再現したポーラ ギンザ

本実証実験では、銀座の歌舞伎座や数寄屋橋のほか、ポーラ ギンザ、NISSAN CROSSING (ニッサンクロッシング)を 3D 空間「バーチャル銀座」上に再現します。お客さまが 3D アバターになって、街を周遊しながら銀座の街並みの魅力に触れ、ゲーム感覚で街の歴史や文化を知ったり、デジタル広告を通じて新たなブランドに出会ったり、バーチャル店舗に訪れてデジタルアイテムを購入体験することを計画しています。

ドコモはこれまでに、国土交通省が整備する 3D 都市モデル ※2を用いてバーチャル空間を構築し、街中や建物の上などをアクロバティックな動きで駆け巡る非日常的な体験や、複数ユーザーでコミュニケーションを取りながらレースを楽しむ体験、周遊スポットを回遊する体験を実現しました。そして 3D 空間ならではの世界観への共感、バーチャル空間を通じた街の魅力の再発見につながることを確認してきました。

本実証実験で検討している実施内容では、銀座の街の魅力を発信し、現地訪問への関心を喚起できるか、歌舞伎座、ポーラ、日産自動車の商品やサービス、そしてブランドの魅力の認知度向上や購買機会の創出につながるか、また、リアルな店舗に送客できるかを検証していきます。

本実証実験を通じて、ユーザーが日常的に利用するサービスとして確立することで、多様な文化と歴史を持つ銀座の魅力を発信し、ニューノーマル時代の地域活性化に貢献してまいります。



バーチャル銀座概要イメージ

- ※1 「デジタルツイン」とは、現実世界に存在する場所、モノや事象を、さまざまなデータをもとにデジタル空間上に双子のように再現する技術です。
- ※2 「3D 都市モデル」とは、国土交通省が Project PLATEAU の一環として整備する、実世界(フィジカル空間)の都市を仮想的な世界(サイバー空間)に再現した3次元の地理空間データです。 <https://www.mlit.go.jp/plateau/>

<p>本件に関する報道機関からのお問い合わせ先</p> <p>株式会社 NTTドコモ</p> <p>サービスイノベーション部 第2 サービス開発担当</p> <p>E-mail: virtual-ginza-ml@nttdocomo.com</p>
--

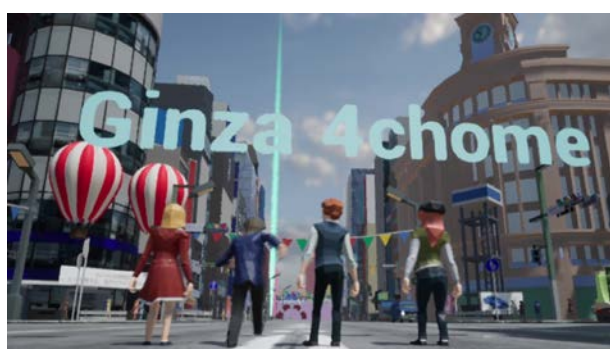
実証実験概要

1. 目的

バーチャル空間上に再現された「バーチャル銀座」で、3D アバターとなってゲーム感覚で街の中を周遊したり、お買い物体験やゲームをしたりすることができます。実証実験を通じて、銀座の歴史・文化の発信、商品やサービス、そしてブランドの魅力の認知度向上や購買機会の創出、リアルな店舗に足を運ぶなどの行動変容を促すことができるかを検証します。

2. 実証実験項目

- ゲームフィクション：
周遊スポットを巡るミッションで、バーチャル店舗へ送客します。そのほか、2人一組でのパルクールによる競争ゲームで交流をします。
- バーチャル店舗：
「バーチャル銀座」上に店舗を再現し、バーチャルならではのブランド体験の提供や、商品やサービスの発信、EC サイト連携をします。
- 3D デジタル広告：
3D 音響効果による迫力ある動画広告を、自分が見たい角度・場所で、他の 3D アバターと交流しながら視聴できます。
- 販促プロモーション：
名産物や商品を 3D アバターのスキルを向上するデジタルアイテムにすることで、プロモーションにつなげることができます。



バーチャル銀座で周遊している様子



バーチャル銀座でアドトラックを視聴している様子

3. 連携パートナーとの実施内容

連携パートナー名	実施内容
松竹株式会社 株式会社歌舞伎座 歌舞伎座サービス株式会社	<p>歌舞伎座外観および地下にある木挽町広場をバーチャル空間上に再現します。歌舞伎に関するデジタルアイテムのゲーミフィケーション上の購入体験のほか、木挽町広場の EC サイト連携などを実施予定です。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
株式会社ポーラ	<p>ポーラ ギンザをバーチャル空間に再現します。ポーラ ギンザでのデジタルアイテムのゲーミフィケーション上の購入体験、EC サイト連携などを実施予定です。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
日産自動車株式会社	<p>NISSAN CROSSING をバーチャル空間に再現します。バーチャルならではの新しいブランド体験の提供、3D デジタルサイネージの掲出、日産車によるアドトラックの展示、デジタルアイテムのゲーミフィケーション上の購入体験などを実施予定です。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>

4. 実証実験期間

2021 年 9 月～2022 年 3 月(予定)