

2025年4月16日

NTT コミュニケーションズ株式会社
株式会社 NTT コノキュー
株式会社広島三越
株式会社岩田屋三越

デジタル技術を活用して地域百貨店での新たな接客を実現する取り組みを開始

NTT コミュニケーションズ株式会社(以下 NTT Com)と株式会社 NTT QONOO (以下 コノキュー)は、三越伊勢丹グループの株式会社広島三越(以下 広島三越)、株式会社岩田屋三越(以下 岩田屋三越)と、デジタル技術を活用した新たな接客の実現をめざすための取り組み(以下 本取り組み)を開始しました。



<実際のデジタル技術を活用した接客の様子>

1.背景

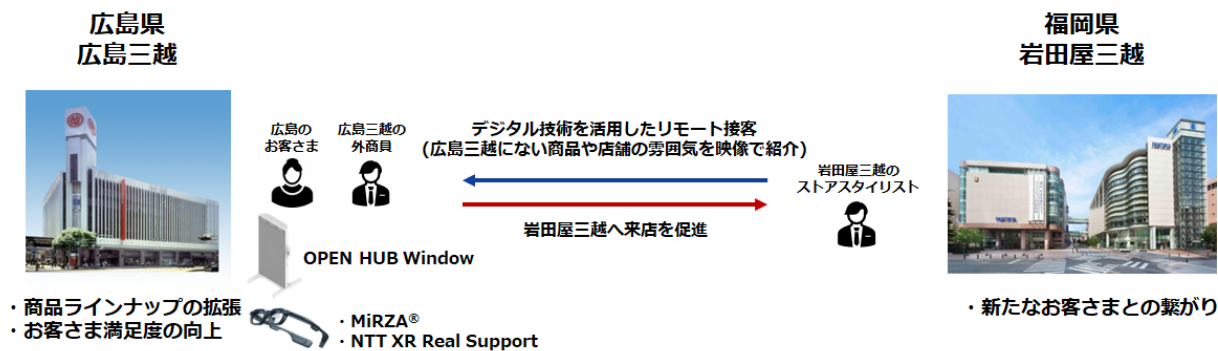
三越伊勢丹グループは、地域百貨店においてエリアでの集客とお客さまとの関わりを深める取り組みを行っています。その一環として、首都圏などの主要店舗と地域百貨店が連携した販売体制を強化することで、それぞれの店舗でのお客さまの満足度向上とご利用拡大をめざす活動を進めています。

広島三越では、広島県内のお客さまが首都圏の店舗へ来訪する際に外商員が同行して商品をご紹介するなど、お客さまのニーズに合わせたサービスの提供に取り組んでいます。今回、NTT Com とコノキューのリアルタイム映像伝送の技術を用いてリモートでも明瞭度の高い商品紹介を可能にすることで、首都圏など主要店舗に行くことが難しいお客さまにも高品質なサービスを提供するための取り組みを行いました。

2.本取り組みの概要

広島三越と九州一のブランドラインナップを誇る福岡の岩田屋三越でリアルタイム映像伝送が可能な環境を構築し、広島三越にいるお客さまに対してリモートで岩田屋三越の商品をご紹介します、地域間の顧客送客の可能性を検証しました。

今回は、NTT Com が提供する「OPEN HUB Window」とコノキューが提供する「MiRZA®(ミルザ)※¹」、「NTT XR Real Support※²」を用いて約 250km 離れている広島と福岡を接続し、広島三越にはないブランドの商品など、離れた店舗にある商品が手元にあるように感じる新しい購買体験を実際のお客さまに提供しました。体験いただいたお客さまにはアンケートを行い、実際に福岡の岩田屋三越に来店し、買い物をしたくなるかを検証しました。

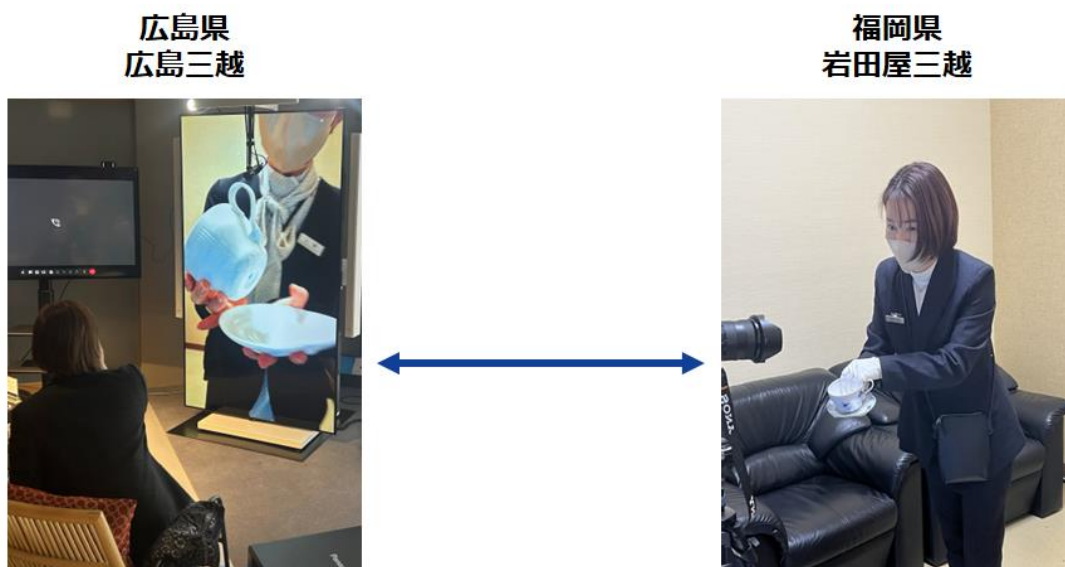


<本取り組みのイメージ>

本取り組みで活用したデジタル技術は以下となります。

・ OPEN HUB Window

高精細 (4K)・等身大での映像・音声通信を低遅延で実現し、離れていても同じ場所にいるかのようなコミュニケーションを可能にするディスプレイ型のコミュニケーションデバイスです。



広島三越に来店されたお客さまへ、岩田屋三越のストアスタイリストからご挨拶や商品紹介を実施
4Kの高精細な映像を通じてリアルタイムな双方向コミュニケーションを実現

<OPEN HUB Window を活用した実際の遠隔接客の様子>

- ・MiRZA[®]、NTT XR Real Support

NTT コノキューデバイスが開発した XR グラスで、着脱のしやすさ・疲れにくさを重視し、約 125g の軽量で一般的なメガネに近い形状を実現した「MiRZA[®]」と、XR グラスのカメラ映像の伝送、および MR 技術^{※3}を活用したビデオ通話機能を持つ「NTT XR Real Support」を組み合わせ提供しました。

XR グラスを活用することで、ハンズフリーで遠隔地と会話をしながらの商品のご紹介・接客を可能にしました。



<MiRZA[®]と NTT XR Real Support を活用した接客のイメージ>

3.各社の役割

- ・ NTT Com :
本取り組みの企画、プロジェクト管理、「OPEN HUB Window」の提供、映像伝送システムの構築・提供
- ・ コノキュー : 「MiRZA[®]」、「NTT XR Real Support」の提供
- ・ 広島三越、岩田屋三越 :
お客さまの集客、外資員・ストアスタイリストによる接客、テナント企業への協力依頼

4.今後の展開

本取り組みで体験いただいたお客さまからは、「OPEN HUB Window の映像が鮮明で商品細部まではっきり見えたので、本当に来店した感覚を味わえた」「(MiRZA をかけて) 店舗を歩いている視点からの映像を見られたので、生中継感がありワクワクした」との評価をいただきました。また本取り組みでの接客体験後、実際に広島から福岡の岩田屋三越へ来店されたお客さまもいらっしゃることから、地域間の顧客送客の実現に一定の効果を確認できました。

今後は、「OPEN HUB Window」や映像伝送システムに加え、将来的には IOWN^{※4}や AI などのデジタル技術を活用して、首都圏の店舗と地方店舗を繋ぐことで、地域のお客さまのニーズに対応した高品質な接客の実現をめざします。

※1 : MiRZA[®] (ミルザ) は、コノキューデバイスの登録商標です。

<https://www.devices.nttqonoq.com/mirza>

※2 : MR 技術によって、遠くにいても隣にいるかのように作業支援ができる遠隔作業支援ソリューションです。

<https://www.nttqonoq.com/service/real-support/>

※3 : MixedReality(複合現実)の略で、現実世界に仮想の世界(デジタルコンテンツ)を高度に融合させて表示することで、さまざまな角度や距離から体感し操作することができる技術です。

※4 : あらゆる情報を基に個と全体との最適化を図り、光を中心とした革新的技術を活用し、高速大容量通信ならびに膨大な計算リソースなどを提供可能な、端末を含むネットワーク・情報処理基盤です。

<https://www.rd.ntt/iown/>

ONTT コミュニケーションズ株式会社について

NTT コミュニケーションズ株式会社は 1999 年に設立され、通信事業者ならではの高品質なインフラと技術を活かし、ネットワーク、クラウド、コロケーション、アプリケーション、セキュリティなどの多岐にわたる ICT サービスを展開しています。2022 年よりドコモグループにおける法人事業の中核を担う企業となり、社会・産業のグローバルレベルでの構造変革や、新たなワークスタイルの創出、地域社会の DX 支援などの価値を提供しています。

詳細は <https://www.ntt.com/> をご確認ください。

○株式会社 NTT コノキューについて

2022 年 10 月 1 日より株式会社 NTT ドコモ 100% 子会社として事業を開始いたしました。

法人のお客さま・個人のお客さまに対して、VR(仮想現実)や AR(拡張現実)、MR(複合現実)など XR を用いて、メタバース・デジタルツイン・XR デバイスの 3 つの事業を柱に、さまざまなサービス、ソリューションを提供いたします。

HP : <https://www.nttqonoq.com/>

○株式会社広島三越

1973 年に広島市中区胡町に(株)三越広島店を開業。

2010 年 4 月に(株)広島三越として三越伊勢丹ホールディングス傘下の地域事業会社として事業展開しています。三越伊勢丹グループの店舗として、上質感あふれるライフスタイルをご提案する店づくりと合わせて、岩田屋三越・伊勢丹新宿本店・三越日本橋本店と連動し、最高の品揃えとサービスをご提供いたします。

○株式会社岩田屋三越

1935 年に福岡市天神町にて(株)岩田屋を開業。その後、2009 年 10 月 15 日に三越伊勢丹 HDS の完全子会社となり、さらに福岡三越と統合したことで、2010 年 10 月 1 日より(株)岩田屋三越が誕生しました。

福岡、天神地区で、九州 NO.1 の百貨店として、「岩田屋本店」「福岡三越」という 2 つの〈のれん〉で百貨店業を中心に事業を展開しています。

私たちが目指しているのは「九州、アジアの高感度上質消費において岩田屋三越が最も支持され、お客様の人生・暮らしを豊かにすること」です。

詳細は、下記よりご確認ください。

<https://www.iwataya-mitsukoshi.mistore.jp/common/company.html>