



自分の声でインターネットにアクセスする「Vポータル」。簡単に言えば、0570-0033-03に電話をかけて、インターネット上にある音声ファイルを、「はい」や「いいえ」という声で操作しながら楽しむというものだ。そして、この新しいメディアVポータルは、今まさにインターネット黎明期のような様相を呈し、さまざまなVポータル専用コンテンツが生まれようとしているのだ。ただし、そこは新しいメディア。まだ、誰もどのようなコンテンツがキラコンテンツになるのか、正解をつかめないでいる混沌とした状況だ。ここVポータル企画道場では、そのようなカオスの世界にあえて身を投じる、勇気ある「道場破りたち」を紹介していく。

Vポータル企画道場!

Vポータルの音声認識システムを支える“頼れる技術集団”

これまでさまざまなコンテンツプロバイダーを紹介してきた魁! Vポータル道場だが、今回紹介する道場破り「NTTアイティ」はほかのプロバイダーとは少し毛色の違う企業だといってもいいだろう。というのも、この会社はCTI (Computer Telephony Integration) の分野で日本でも有数の技術力を持ち、Vポータルの音声認識システム自体の開発を行っているというバックグラウンドを持っているからだ。

だからといって、この会社がコンテンツを作っていないというわけではなく、音声認識システムのプロという目から、「ディズニープリンセス (ディズニー)」「ゲームセンター (NTTコミュニケーションズ)」など、さまざまな企業が提供するVポータルコンテンツの作成も手がけている。今回は音声認識システムのプロが作っている、そしてこれから作ろうとしているコンテンツのアイデアからVポータルの未来を占ってみる。

今月の道場破り!

【NTTアイティ株式会社】

今回の道場破りは、高性能音声認識システムの開発、提供に力を入れるNTTアイティ。Vポータルの心臓的企業だ!



NTTアイティ

Vポータルチームの面々
まさにVポータルのコア。彼らによって、Vポータルの音声認識システムは日々進化しているのだ。

音声応用部

部長 北井幹雄さん

Vポータルプラットフォーム開発の親分。会社に泊ると靴下をすぐ脱ぐのが特徴だ!

音声コミュニケーション事業部

営業課 課長代理 後藤浩二さん

NTTアイティ、Vポータルチームの“顔役”。個性豊かな面々をまとめ、音声認識によるサービスのさらなる発展を夢見る!

企業のマーケティングツールとして Vポータルプラットフォームを使う

「Vポータルはオープンな音声認識プラットフォームであるという点が重要です。これまで企業がコールセンターのような音声応答サービスを提供しようとするると専用の機器を購入しなければいけませんでした。Vポータルならばそういったものを導入しなくても、企業がVポータルのプラットフォームを使って、簡単に音声応答サービスを構築できます。これは、大きなインパクトがあると思います」というのは音声コミュニケーション事業部の後藤浩二課長代理だ。現在、後藤さんの言う企業の「ツール」としてのVポータルの方向性は「Vポータルダイレクト」というメニューで実現されている。これは音声応答サービスを作りたい企業に、Vポータルのプラットフォームを利用して、簡単、低コストで音声応答サービスを作ってもらおうというメニューで、たとえば「自社の製品の使い方のヘルプを音声で提供したい」というメーカーがあれば、「Vポータルダイレクト」で音声応答のヘルプを提供するというサービスが行えるわけだ。

実際にNTTアイティが現在作成しているコンテンツはパチンコメーカー「マルハン」が「Vポータルダイレクト」を使って提供している一種の懸賞コンテンツだ(右コールフロー)。このコンテンツはパチンコファンが電話をかけるとその場で音声による抽選が始まるというもの。マルハンにとっては、抽選の際に簡単なアンケートを実施しているのもマーケティングツールとしてVポータルが使えるというメリットがある。

アクセス数を上げるために ユーザーの“動機”をしっかりとつかめ

「この仕組みならコンテンツのアクセス数が上がらないという心配はありません。なぜなら、“パチンコファン”というある程度マーケットを決め打ちしたコンテンツですから。たしかにコンテンツの構造をわかりやすくするなどといったアクセスの上げ方もあるでしょう。ただ、いちばん重要な

コールフロー	ガイダンス例
	<p>マルハン・パチンコ・ナビダイヤルへ、お電話ありがとうございます。各店舗の情報をお聞きになりたい場合は「1」を、キャンペーンへのご応募の場合は「2」をプッシュして下さい、それではどうぞ。</p>
	<p>それでは初めに、あなたの電話番号を入力して下さい。この番号はキャンペーンに参加したり、当選者の確認をするために必要です。尚、この電話番号を本キャンペーン以外で利用することはございません。</p>
	<p>初回アンケート(基本事項の登録)を行う</p> <p>それではこれから、いくつかの質問にお答えいただきます。まず、お客様の性別を教えてください。男性の場合、1を、女性の場合2をプッシュして下さい、それではどうぞ。</p>
	<p>女性、ですね。間違えている場合だけ、0を押してね。</p>
	<p>次に、お客様のよく行くマルハンの店舗を教えてください。1番、新宿店、2番、渋谷店、3番、池袋店・・・、それではどうぞ。</p>
	<p>新宿店、ですね。間違えている場合だけ、0を押してね。</p>
	<p>【初期アンケート項目】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年齢 ・好きなタイプ(パチンコ/パチスロ) ・好きな台 ・利用頻度 <p>等、1回の通話につき2項目程度を想定</p>

コールフロー	ガイダンス例
	<p>アンケートへのご回答、ありがとうございます。それでは、お待ちかね、抽選ゲームを始めます。いきますよ!</p> <p>【効果音】</p>
	<p>はすれ ガイダンスへ</p>
	<p>当たりましたー!おめでとうございます。それでは商品の発送に必要な情報をお伺い致します。まず、お客様の名前を声でおっしゃって下さい。それではどうぞ。</p>
	<p>***様ですね。間違えている場合だけ、0を押して下さい。</p>
	<p>次にプレゼントの発送先住所を声でおっしゃって下さい。それではどうぞ。</p>
	<p>****ですね。間違えている場合だけ、0を押して下さい</p>
	<p>新宿店、ですね。間違えている場合だけ、0を押してね。</p>
	<p>当たった方にも、はずれた方にも、嬉しいお知らせです。次回キャンペーンは来週*月**日からスタートです。今度は期間中、*名様に***が当たっちゃう!ふるってお電話下さいね。お待ちしております。お電話ありがとうございました。</p>

パチンコメーカー「マルハン」がVポータルダイレクトを使って提供しているコンテンツのコールフロー。シンプルだが連絡先を登録制にしたりと、アンケートをとったりと、企業にとっては重要なマーケティングツールになっている。

は、このコンテンツを聞きたいというユーザーの“動機”をいかにひきつけるかです。Vポータルダイレクトのマルハン様のコンテンツの場合、“新台の情報をいち早く知りたい”といった動機がユーザーをひきつけます。多かれ少なかれVポータルダイレクトで提供されるコンテンツにはこのような優位性があると思います（後藤さん）。たしかに、メーカーが自社の製品を売り、そのユーザー向けに「ヘルプ」などのVポータルのコンテンツを作れば、それは確実にマーケットの存在するコンテンツということになるだろう。そして、その商品の「ヘルプ」を聞きたいという思いは、製品を買ったにもかかわらず使えずにいるユーザーにとっては非常に強烈な動機になる。ただし、後藤さんの、そしてNTTアイティの考える“Vポータル”の形は決して、“ツール”のままでは終わらない。

“そこに行けば何でもある”がVポータルの最終形

「だからと言って、Vポータルの使い方がすべてVポータルダイレクトのものになるかと言えば、そうはならないでしょう。もちろんVポータルのコンテンツにもおもしろいものが多くありますし、これから出てくるはず。そのときに、そのコンテンツがVポータルダイレクトのものなのかVポータルのものなのか、ということにはユーザー

にとっては、あまり意味がなくなると思いますね。（後藤さん）ここで後藤さんが言いたいのは、あるジャンルでVポータル、Vポータルダイレクトにかかわらず多くのコンテンツが存在するようになれば、そのジャンルに関しては“そこに行けば何かがある”とユーザーに思ってもらえるということだ。つまりパチンコで言えば、メーカーがVポータルダイレクトとして提供する新台情報や、出版社がVポータルコンテンツとして提供する攻略情報などが多くVポータルプラットフォーム上にあり、ユーザーはそのコンテンツを「これはVポータルダイレクトだ」というふうに認識せず、「ここにはパチンコの情報がたくさんあるからアクセスしてみよう」といった気持ちでアクセスしてくるということなのだ。

「そうなったとき、ユーザーももちろんそうですが、コンテンツプロバイダーも“パチンコ”とさえばすぐにパチンコに関するコンテンツがいくつも出てくるようなVポータル版検索エンジンなどがほしくなる。ただ、これはまだまだ技術的に難しい。私たちは幸いVポータルの音声認識システムに関わることができています。今後、音声を使った検索エンジン開発には力を注ぎたいですね（後藤さん）。コンテンツが多くなったときに、自社のコンテンツがすぐに



コンテンツ提供をしていたからこそNTTアイティが開発できたVポータルエディター。このツールのおかげで多くのプロバイダーが“自分でコンテンツを作って参加する”という方法を探れているのだ。

ユーザーに届くように検索エンジンを作してほしい。この後藤さんの意見はまさにコンテンツプロバイダーの視点から出たものだ。そして、NTTアイティは同時にシステムを開発できる技術を持っているので、その要望を即座にシステムに反映させることができる。このNTTアイティの独特な立場によって、これまでVポータルを大きく活気付けたことがあった。それが、Vポータルコンテンツを簡単に作れるウェブ上のツールVポータルエディター（VPE）の開発だ。

後藤さんは「いくらVポータルがVXMLでコンテンツを作れると言われても、そもそも『VXML自体がよくわからん!』というプロバイダーの意見を多く聞いたし、実際自分たちもかなり苦労しました。そこでこれをもっと簡単に使えるツールはないかと思って開発したのがVPEだったのです」と言う。実際VPEができたことで、多くの人がコンテンツ作りに参加できるようになり、この時期Vポータルのコンテンツは一気に増えていったのだ。

先の検索エンジンにしてもVPEにしても、システム開発者の目とコンテンツプロバイダーの目をそろえたNTTアイティだからこそ実現できるものだ。NTTアイティ、その独特な存在によってこれからもVポータルはユーザーにとってはより便利に、企業にとってはより参加しやすいプラットフォームとして発展していくだろう。



ここがNTTアイティの根城。音声認識システム開発のプロたちが日夜、Vポータルを使いやすくするために働いている。ちなみにサービス提供開始時には、ほとんどの人がここで寝泊りしていたとの噂が。

続々道場破り中!



今日現れた道場破りたち紹介!

新しいメディアVポータル。現在、このメディアに殴り込んでいるコンテンツプロバイダーが続々現れている。このコーナーでは今後続々と殴り込んでくる“道場破り”たちを紹介していくぞ。これからVポータルを盛り上げていくのはこの人たちだ!

【ペーパーハウス】

「ナックロプレゼント」「クロスワードDay」など、人気のパズルをテーマとした雑誌を発行しているペーパーハウス。これらの雑誌の人気は、読者がクロスワードなどのパズルを解くと、その答えをペーパーハウスに送ることで豪華商品がもらえるという点。ペーパーハウスは現在、ウェブやブラウザフォンなどからも、応募を受け付けているが今回Vポータルを通して応募できるというサービスを開始した。「はがきでの応募が普通なのですが、これだと集計などが大変。その点、Vポータルならばデータ

ベースとして集計できるので、そのあたりはメリットだと言える。そのほか携帯やパソコンが使えない人たちにとっては声で応募できるから、いいツールだろうね」とは、ペーパーハウスの岩尾収蔵社長だ。



ペーパーハウスはウェブやブラウザフォンでも答えを募集している。問題の正解者が翌月には発表になるのが好評!

URL <http://www.ph-q.com/>

【エンパワーメント】

もともと携帯サイトやウェブサイトでダイエット情報を発信しているエンパワーメント。「それらのサイトで100ワード程度のメールマガジンを流しているのですが、それをVポータルで、声で伝えられればなと思いVポータルでコンテンツを提供し始めました」というのは取締役の杉田真浩取締役だ。

現在は、このメールマガジンの3秒でできるダイエットのコツの内容を読み上げてくれるほか、血液型などでダイエット診断をしてくれるという内容だが、今後は「太る最大の原因はストレスで

す。ですから、ストレスを解消してくれるようなヒーリング音楽を流したりしたい。また、いまは機械の音声で提供していますから、これを人の声にして行きたいですね(杉田さん)と、新たな展開を目指している。



Vポータルのコンテンツと連動しているのがこの「ダイエット専科」。ここでも、簡単にやるための方法を公開しているぞ。

URL <http://www.dietsenka.com/>

富山湾や北アルプスなど、富山の大自然を多くの方に味わってもらうために「富山の宿」をVポータルで紹介しているのがメディアプロだ。なぜ、メディアプロがVポータルに進出したかというと、パソコンに不慣れた中高年、熟年層には「声で聞くお宿情報」が最適だという点に注目したから。今後は、Vポータルでメール登録をしてもらった人に季節の話題をメール配信することも企画しているとのことだ。また現在の登録数は13件だが、富山県全域の旅館、ホテルを網羅することを目指して

いるとのこと。豊富な海の幸、山の幸の旬の情報や、人情あふれる温泉情報などをベースに、宿泊券プレゼントや温泉イベントご招待など、Vポータル特性を活かした企画が予定されているぞ。



メディアプロはウェブの制作、運営、またシステムの構築までを手掛ける会社だ。

URL <http://www.media-pro.co.jp/>

Vポータルで岐阜県の観光情報などを提供しているのがデジタルアーカイブズだ。

「試作版は、お話をいただいてからわずか2日で作れちゃいました。いままで、このような音声システムを作ろうと思えば、専用機器を買ったりしなければならず、かなりコストがかかったのですがパソコンでこのように簡単に作れるのが、Vポータルの最大のメリットですね」とはCTOの古瀬幸弘さんだ。実際、古瀬さんは試作版のVポータルコンテンツを作るにあたり、自前のDATで録音まで担当したそう。今後は岐

阜県の意向があれば、情報を多くしていく予定だが、そのほかにも「人気の出るアイデアは山のようにありますよ!(古瀬さん)とのことなので、乞うご期待。



岐阜県情報以外にもネットワーク上で、知的財産を共有する「honya」のサイトでもデジタルアーカイブズは有名だ。

URL <http://hanakiko.jp/pc/>

【メディアプロ】

【デジタルアーカイブズ】



皆さんのアイデアをVポータルコンテンツにするぞ!

慶応大学大学院 政策・メディア研究課在籍中の石田剛朗さんが選別に選んだ外部ブレン軍団「石田さんとゆかいな仲間たち」。先月は、ついにVポータルコンテンツ作成に向けて走り出したが、わずか1か月の間に、石田さんの「ゆみネエのVコンパ」、久松さんの「AIBOと一緒に」がコンテンツ完成一歩手前までたどり着いたぞ。今回は実際にその完成までの道のり、そして立ち上がりはかかる大きな壁をレポートする!

インターフェイスはすぐできる問題はデータベースとのやり取り

久松さん(以下久) どうっすか? 「ゆみネエのVコンパ」はうまく動きそうっすか?
石田さん(以下石) うーん、スタートガイドスなどのインターフェイス自体は「Vポータルエディター」(VPE)でサクッとできたんだけど、「ゆみネエのVコンパ」でいちばん重要なのは、みんなでいっせいに集まって楽しむというところじゃない。そこで、ちょっとつまづいているなあ。あ! 先月号を読んでない人は下のコールフローで「ゆみネエ」のVコンパがどんなコンテンツか

確認してください。

久 うん? どうしてそこでつまづいているんすか?

石 「ゆみネエ」では、さまざまな質問をゆみネエが出して行って、それをコンパに参加している人が同時に答えていき、そのつど答えをデータベースとして集計して、そのデータベースから「いちばんナルシストなのは ちゃんね」といった解析結果を出すという形。でも、コンパに参加している人の答えの集計を、どのタイミングで始めるのかがわからなければ、つまりデータを集計する範囲がどこからなのが決まらな

だよ。たとえば、幹事の人が特別なキーを持っていて、みんながVポータルにアクセスしたのを確認して、「ここからスタートです」というと、データの集計、つまりコンテンツそのものが始まるという仕組みにする手もあるけど、そういうことはできるのかな? できたとして、途中から参加したい人の答えはデータベースにどう登録するの? 携帯電話だから途中で電話が切れて再接続した場合はどうするの? といった点がある。

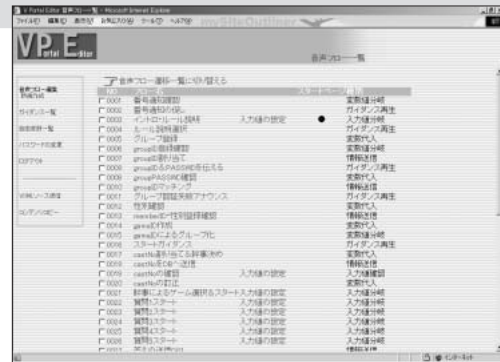
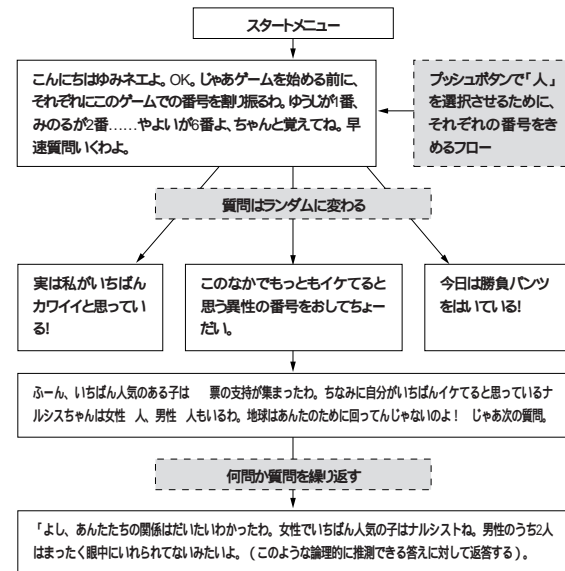
久 たしかに、そこはもうチョイ詰めていく必要がありそうっすね。

石 スケーラビリティも考慮しないかね。



石田剛朗さん「ゆみネエのVコンパ」

みんなが集まった場所でVポータルにアクセスし、流れてくる「ゆみネエ」の質問に答えていけば、「ゆみネエ」から「ちゃんね」といった反応が聞けるといコンテンツ。アクセスしているユーザーそれぞれの答えををデータベースに登録し、その解析結果をもとに、「ゆみネエ」のコメントが変わっていく。



「ゆみネエのVコンパ」をVPEで作ると、このような構造に、参加した人を特定するためのメンバーIDの登録や、データベースとのやり取りのフローまで入って、かなり複雑にできている。



データベースを解析した結果を上のようなゆみネエのコメントと結びつける。解析結果によって、このコメントがどのように変わるかがおもしろさのキモ。

たとえば参加者が大人数になったとき、答えの解析に時間がかかると、早く答えを入れた人が待たされることになる。それだとそこで切られちゃうので、Vポータルサーバーと、データベースのサーバーのやり取りのスピードも含めてシステム自体のスケラビリティを考えないといけない。ただ、これは作りながら追い追いついた感じだね。そりゃそうと、久松の「AIBOと一緒に」はどこまでできているのよ。コールフローはシンプルだったから簡単だったでしょ？

ユーザーの入力をそのままガイダンスで繰り返すには

久 うーん、僕のほうもガイダンスを作るのはVPEで簡単にできたんですけど、ユーザーからの入力が であつたときに「答えは ですよいいですか？」という答え

を返すところでつまづいてますね。「AIBOと一緒に」がどんなコンテンツかは下のコールフローを見て下さいね。

石 うん？ それ、このVPEのマニュアルに書いてあるんじゃない？

久 おお！ たしかに！ 「入力値確認」の「確認ガイダンス」で「ガイダンス追加」のテキストボックスに「答えは」を入力。確認値追加の画面で「」の部分の変数を指定、最後に「ガイダンス追加」でテキストボックスに「ですよいいですか？」を入力……。わかりました。これで、問題クリアです。

石 じゃあ「AIBOと一緒に」はすぐサービス開始できるじゃん！

久 それが、暗礁に乗り上げちゃって。それはVPEがどうこうって問題じゃなくて、どこからAIBOを動かす音を作るかということなんだけど……。「AIBOマスタースタジオ」と

いうソフトがあるんですが、これを使わせてもらって音を作るか、昔クリエのおまけデータとして、AIBOを操作する音のデータが付いていたので、それを使うか。いづれにしてもソニーさん、よろしくって感じですね。

石 つまりソニーさん口書き落とせれば、「ゆかいな仲間たち」1号のコンテンツが出来上がるわけだ！

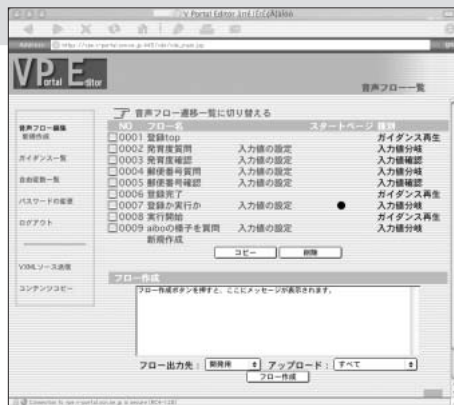
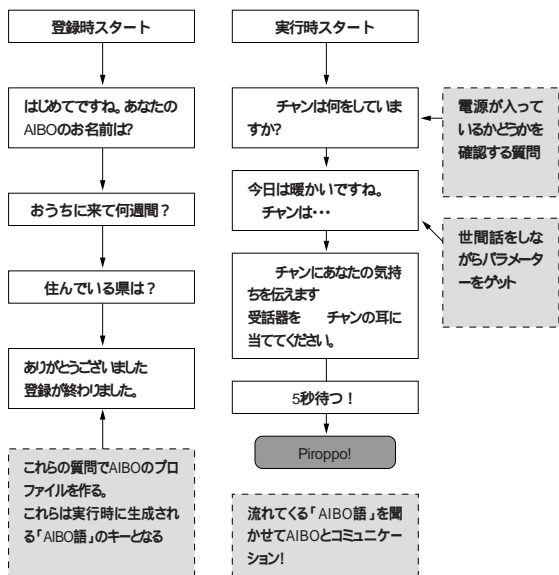


思った通りのコンテンツを作成するために、VPEやデータベースサーバーと格闘し続ける「ゆかいな仲間たち」の2人。



久松慎一さん「AIBOと一緒に」

自分の飼っているAIBOのプロフィールを入力しておき、Vポータルにアクセスすると、独自の「AIBO語」が流れてくるというコンテンツ。入力確認のフローと、流す「AIBO語」をどうやって手に入れるかが現在最大のハードル。



「AIBOと一緒に」をVPEで作ると、このような構成になる。今回は郵便番号などを入力してもらうことで、「AIBO語」のキーとなるプロフィールを作成するので、「郵便番号入力」のガイダンスがあるのがわかるだろう。



確認値追加の画面で「」の部分の変数名を指定、「ガイダンス追加」のテキストボックスに「ですよいいですか？～」を入力すると問題の受け答えは完成。実はVPEのバージョンアップで、このあたりの説明と実際の画面が大きく変わっていたことが、久松さんの操作を狂わせていた！



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp