

通信・ITネットワークの分野では、日々新しい技術が開発され、より効率的で、より安価なサービスが次々と生み出されています。知らないことは、イコール企業利益の損失です。そこで私たち大和電設工業は、情報通信やITソリューションの『知って得する最新情報』を、お世話になっている皆様に定期的にお伝えしていきます。隔月発刊のDDK通信、ぜひお楽しみください。

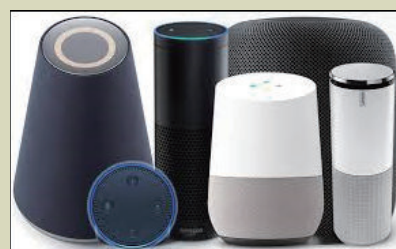
「OK、Google」って恥ずかしい？

2017年は「Google Home」「Amazon Echo」「LINE Clova Friends」などスマートスピーカーが日本で発売され、音声入力がより身近になった年でした。2016年に米国で発表された未来のネット予測レポート「INTERNET TRENDS2016」では、2020年には音声によるWeb検索は50%を占めるようになると予想されていました。

しかし、いまだに「音声入力は恥ずかしい」と思っておられる方はかなり多いのではないのでしょうか。2017年にKDDIが行った調査では「日本人の7割が人前で音声検索をするのは恥ずかしいと感じている」というものでした。確かに街中など公共の場で音声入力をするのは少し気後れしますが、家の中で使うスマートスピーカーはどうでしょうか。意外と多いのは「起動ワード(ウェイクワード)」に関する声でした。音声アシスタントを使わない理由としては、「突然Hey、Siriなんて言うのはおかしい」「OK、Googleという言葉が恥ずかしい」など、ウェイクワード自体が日本人になじんでいないという指摘は少なくありません。「もしもし」「すみません」など、より日常会話に近い導入の方がいいという声も上がっています。



「スマホの音声入力機能を普段から利用している」人の割合は10代が最も高く、「時々利用している」を含めると50～60代の高齢者の割合が増えています。キーボードによるタイピングが身につけているPC世代に比べ、スマホ世代の10代は音声入力への抵抗が少ないと結果がでています。また、スマホの小さい画面で文字入力するのが苦手な高齢者も音声入力なら、簡単に操作できるということがあるのでしょうか。



しかし、高齢者にとってWi-Fiやスマホアプリ設定のハードルはまだ高く、また、「スマホで十分」と考える10代にスマートスピーカーをどうアピールすれば良いかという課題もあります。スマートスピーカーが超えるべき壁はまだ多いようです。

日本のスマートスピーカー

海外のライバルに対して日本国内の動向は、LINEとNAVERが共同開発するクラウド AIプラットフォーム「Clova」を搭載したLINEのスマートスピーカー「WAVE」が、LINEと連携してメッセージ・LINEニュースを読み上げたり、LINEの通知などコミュニケーションにも利用できる機能や、「LINE MUSIC」のユーザーの好みを学習することで、その時の気分や雰囲気に合わせてオススメの楽曲をレコメンドするサービスを提供するとしています。



LINEのスマートスピーカーの強みは、何と言っても国内企業が提供する安心の日本語対応と、国内企業とのサービス連携の可能性、「LINE MUSIC」など親和性の高い既存コンテンツ、そして日本をはじめ、台湾やタイなどで展開する「メッセンジャーサービス」の運用ノウハウを活かしたサービス展開です。

そして、カラーコンテンツになると思われるのが、LINEというコミュニケーションインフラを活用した各種サービスとの連携で、これは他社には実現できない領域になります。また、モバイル利用を意識したLINE「CHAMP」に対して、国内の通信事業者がSIMを提供してセット販売すれば、一気にブレイクする可能性もあります。さらに、生活支援サービスの分野では、自動車向けの展開として

トヨタが提唱するコネクテッドカー規格との連携、新たなコンビニエンスストア向けの展開としてファミリーマートは「Clova」を用いた各種サービスを次世代型店舗に導入することについても協力していくとしています。今年には様々な業界において、スマートスピーカーの開発競争から派生した、オンラインとオフライン、そして業界の垣根を越えた、熾烈な戦いが本格化する予感がします。

