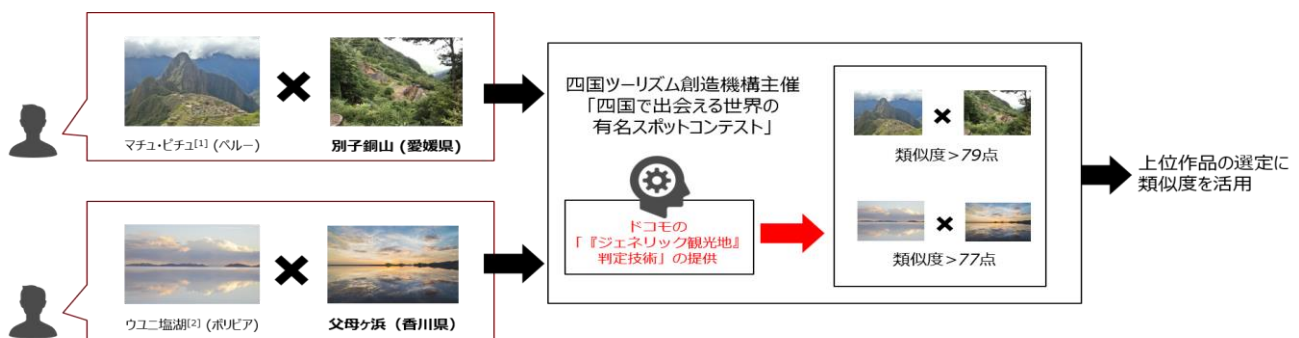


## 日本初！海外の有名スポットにそっくりな四国の景観を発見する フォトコンテストを開催

～遠出が難しい今、海外旅行気分を味わえる場所を発見！風景画像の類似度をAIで判定～

一般社団法人四国ツーリズム創造機構（以下、四国ツーリズム創造機構）と株式会社 NTTドコモ（以下、ドコモ）は、観光地の類似度をAIで判定する「『ジェネリック観光地』判定技術」<sup>※1</sup>を活用した日本初<sup>※2</sup>の実証実験として「四国で出会える世界の有名スポットコンテスト」（以下、本コンテスト）を2021年8月2日（月）から開催します。

「『ジェネリック観光地』判定技術」とは、ドコモのAI技術を活用して海外の世界遺産や絶景などの有名スポットに似た日本の各地のスポット画像がどれだけ似ているか（類似度）をAI技術によって算出する技術です。類似度の高いスポットを新たな観光スポット「ジェネリック観光地」として提示します。



[1] Created by modifying "Machu Picchu, Perú, 2015-07-30, DD\_37.jpg" (© Diego Delso, delso.photo (Licensed under CC BY-SA 4.0))  
[2] Created by modifying "Uyuni Reflection.jpg" (© Marquex bol (Licensed under CC BY-SA 4.0))

本コンテストにおけるドコモの「『ジェネリック観光地』判定技術」を用いた風景画像類似度の算出例 <sup>※3</sup>

日本の各地には、「日本のウユニ塩湖」（香川県の父母ヶ浜など）など、海外の有名スポットに似ていることが話題となり、新たな観光スポットとなった例が多数存在します。本コンテストでは、四国ツーリズム創造機構が海外の有名スポットに似た四国のスポット画像を募集します。応募された画像について、「『ジェネリック観光地』判定技術」を利用して類似度を数値化し、その数値の高かった上位作品を表彰し、全国へ発信します。コロナ禍で遠出を控える方が多いなか、世界の有名スポットに類似した「日本の〇〇」を発掘し、四国の新たな魅力を増やすことを目的としています。コロナ禍の収束後に、本コンテストにて発掘された「日本の〇〇」を多くの方に実際に訪れていただければ、四国の新たな魅力として四国のブランド化につながっていくと考えています。

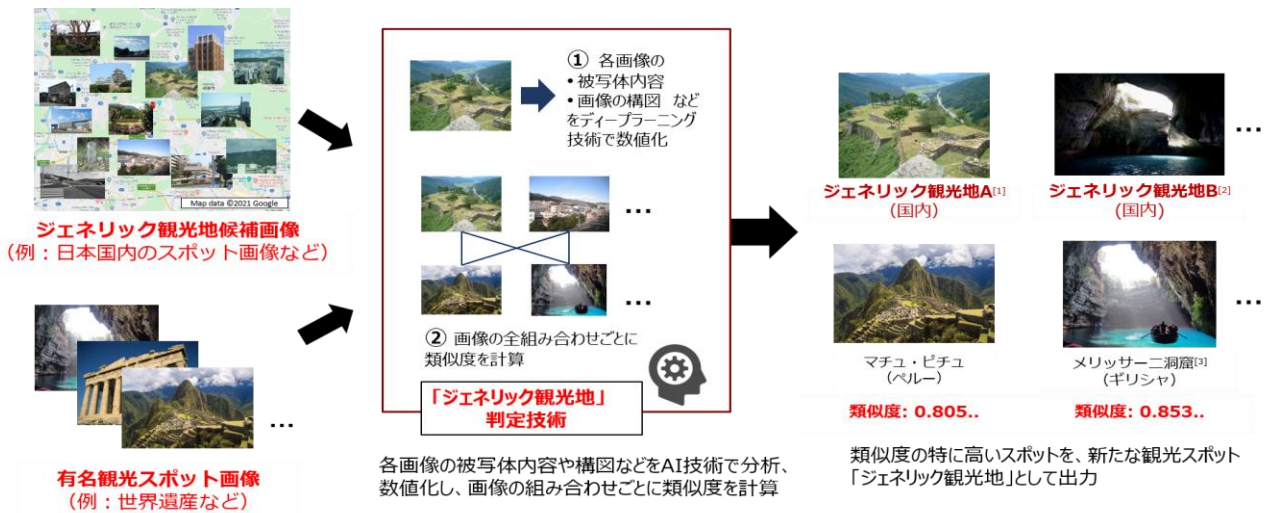
また、四国ツーリズム創造機構とドコモは、AI技術を活用してニューノーマルに求められる新たな観光スタイルを提案するとともに、データ分析、AI技術を活用した観光事業での新たな価値創出を推進していきます。

## 【フォトコンテスト応募方法、期間など】

フォトコンテスト作品の募集期間は 2021 年 8 月 2 日(月)から 2021 年 12 月 31 日(金)です。本コンテストはどなたでもご参加いただけます。四国ツーリズム創造機構公式サイト(<https://shikoku-tourism.com/>)内の「四国で出会える世界の有名スポットコンテスト」サイトへのリンクからご応募ください。

## 【「ジェネリック観光地」判定技術について】

「『ジェネリック観光地』判定技術」とは、風景画像を分析するドコモの AI 技術を活用し、有名スポットに見た目が類似した新たな観光スポット「ジェネリック観光地」を抽出する技術です。本技術では、風景画像のさまざまな特徴から 2 枚の風景画像がどの程度類似しているかを判定し、類似度の高いスポットを新たな観光スポット「ジェネリック観光地」として提示します。これにより、例えば、日本国内でこれまで観光資源と見なされていなかったスポットなどに対して、世界遺産などの海外の有名な観光スポットに似ているという観点から新たな観光価値を見いだすなど、新たな観光資源の発掘につながると考えています。




[1] Created by modifying "竹田城.JPG" (©Wae35244 (Licensed under CC BY-SA 4.0)) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>  
[2] Created by modifying "Tensodo (18865752234).jpg" (© ROBERT JACK (Licensed under CC BY-SA 2.0)) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/>  
[3] Created by modifying "Kefalonia Fae072.jpg" (©Fae (Licensed under CC BY-SA 3.0)) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>

## ドコモの「『ジェネリック観光地』判定技術」概要

※1 「ジェネリック観光地」判定技術は、NTT グループの AI「corevo<sup>®</sup>」を構成する技術です。

※2 2021 年 7 月 14 日(水)時点 ドコモ調べ

※3 7 月 14 日時点のアルゴリズムによる判定で、今後、技術向上により同一画像でも数値が変わる可能性があります。

\*「corevo」は日本電信電話株式会社の登録商標です。(http://www.ntt.co.jp/corevo/) 

本件に関する報道機関からのお問い合わせ先	
<p>&lt;コンテストについて&gt; 一般社団法人四国ツーリズム創造機構 ブランディングチーム 担当: 清水・中村 TEL: 087-813-0431 MAIL: info@shikoku-tourism.com</p>	<p>&lt;「『ジェネリック観光地』判定技術」について&gt; 株式会社 NTT ドコモ クロステック開発部 第 2 企画開発担当 TEL: 03-5156-3958</p>

# 「四国で出会える世界の有名スポットコンテスト」 キャンペーン概要について

(一社) 四国ツーリズム創造機構



2021年7月14日

**目的:** 世界の有名スポットに似た画像を一般の方々に四国内で撮影、投稿していただき、人間の感覚ではなく、(株)NTTドコモの「『ジェネリック観光地』判定技術」を使用して高類似度の作品を表彰し、第二、第三の父母ヶ浜となる新たな観光スポットを創出する。  
そして、四国の新たな魅力を増やし、四国のブランド化に繋げる。

**期間:** 2021年8月2日(月)～2021年12月31日(金)

**応募方法:** Instagramにハッシュタグ(#四国で出会える世界の有名スポット)を付けて投稿

**審査方法:** AIの判定結果を7割、審査員による採点結果を3割として、合計点の高いものを表彰する

**対象外:** 既に類似度で知名度のある父母ヶ浜、別子銅山。海外の有名スポットを人為的に模して作ったスポット、建築物、美術品・展示物等。

**賞品:** 旅行券5万円(1本)、3万円(2本)、その他特別賞を予定



HPのLP(イメージ)

自分で撮影した画像



[1] 父母ヶ浜(香川県)

世界の有名スポット画像



[2] ウユニ塩湖(ボリビア)

2つの画像を合わせて投稿

AI判定

77.6  
点

× 0.7

審査員採点

〇〇  
点

× 0.3

⇒

第〇位

※その他、AI判定によらない特別賞も予定

[1]父母ヶ浜©(一社)四国カメラ部

[2]Created by modifying "Uyuni\_Reflection.jpg" (2020)

(©Marquex bol (Licensed under CC BY-SA 4.0))



	8月2日(月)	10月頃	12月31日(金)	1月	2月	2月～
応募者	・写真撮影・応募	→			・受賞者表彰 (賞品贈呈)	
NTT ドコモ		・9月末までの応募 作品を全てAI判定		・応募作品全てを AI判定		
キャンペー ン事務局 (四国ツー リズム創造 機構)	・キャンペーン 広報	・高類似度の画像を 審査員採点 ・HPで公表 ・景品は無し		・高類似度の画像を 審査員採点 ・別途、特別賞の採 点	・受賞作品決定 (応募数によって時 期が変動) ・HPに受賞作品掲載 ・受賞者に賞品発送	・プレス発表により周 知 ・新たな観光スポットと して、受賞作品をオ ウンドメディアでプロ モーション



# 「『ジェネリック観光地』判定技術」 について

2021/7/14

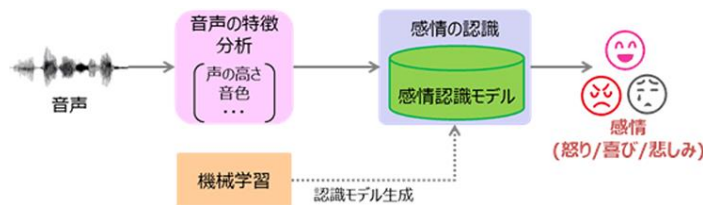
ドコモのR&DではAIやデータ分析技術に関する様々な研究開発を行っています。

- 画像認識エンジン、感情認識技術など
  - 商用化、特許出願などの知財化、国際学会への論文発表などの取り組み

一般物体認識エンジンAPIの学習モデル作成からAPI利用まで(例: 料理の画像を分類したい場合)



画像認識エンジン (料理画像分類の例)



感情認識技術 (声の高さ、音色から感情を識別する)

**R&Dでの研究開発において考案された『ジェネリック観光地』判定技術』の商用化に向けた実証実験として、四国ツーリズム創造機構さまの「四国で出会える世界の有名スポットコンテスト」へ技術提供**

- 日本には香川県の父母ヶ浜のように、海外の有名スポットに見た目が似ていることがSNSなどで話題になり、観光客の呼び込みに成功した例が多数存在
  - 有名なスポットに見た目が似たスポットを「ジェネリック観光地」と呼称



例) 日本のウユニ塩湖 (父母ヶ浜 香川県)



例) 東洋のマチュピチュ (別子銅山 愛媛県)

**データ分析技術を活用して「ジェネリック観光地」を発掘し、地方創生や  
コロナ禍の下での観光に活用できると期待**



- ドコモのAI技術を活用し、海外の世界遺産や絶景などの有名スポットと、日本の様々なスポットの画像を比較し、その類似度合いを点数化する技術



ジェネリック観光地候補画像  
(例：日本国内のスポット画像など)



有名観光スポット画像  
(例：世界遺産など)



ジェネリック観光地A<sup>[1]</sup>  
(国内)



ジェネリック観光地B<sup>[2]</sup>  
(国内)



マチュ・ピチュ  
(ペルー)

類似度: 0.805..



メリッサ二洞窟<sup>[3]</sup>  
(ギリシャ)

類似度: 0.853..

各画像の被写体内容や構図などをAI技術で分析、  
数値化し、画像の組み合わせごとに類似度を計算

類似度の特に高いスポットを、新たな観光スポット  
「ジェネリック観光地」として出力

[1] Created by modifying "竹田城.JPG" (©Wae35244 (Licensed under CC BY-SA 4.0)) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>  
[2] Created by modifying "Tensodo (18865752234).jpg" (© ROBERT JACK (Licensed under CC BY-SA 2.0)) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/>  
[3] Created by modifying "Kefalonia Fae072.jpg" (©Fæ (Licensed under CC BY-SA 3.0)) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>

## 本技術の活用により、新たな観光スポットを発掘できることを期待