

ルグラン

気象データで女性にファッション提案 1kmメッシュ予報から720パターンに分類

マーケティング支援のルグランは気象データを基にした女性向けファッション提案サービス「TNQL（テンキュール）」を運営する。1kmメッシュの天気予報と利用者のファッションの好みを基に、720パターンの中からその日に合ったコーディネートを選び出し、イラストで提案する。

コーディネート提案に当たり、利用者にはまずファッションの好みを「インポートセレクト」「エレガンス」など5つのスタイルから選んでもらう。そこからその日の気象に応じてファッションを提案する。サービスは無料で提供する。

気象は、最高気温が5度未満から30度以上までの9区分、午前中の降水量が0mmから5mm以上の4区分、午後の降水量も同様に4区分で、その日の天気を144（9×4×4）パターンに分ける。気温は最低と最高の差の大きさも考慮している。そして5つのスタイルを掛けた720パターンの中から、当日の天気と利用者の好みに合ったコーディネートをイラストで提案する。地域は利用者が1kmメッシュで指定する。

利用者は提案が気に入らなければ、別のコーディネートを参照できる。また、翌日、明後日の予報に基づく提案を見ることもできる。TNQLは提案の中から何を選んだかを学習して、より好みに合う提案をしていく。

ネットを参照できる。また、翌日、明後日の予報に基づく提案を見ることもできる。TNQLは提案の中から何を選んだかを学習して、より好みに合う提案をしていく。

TNQLのターゲット層は20～30代を中心とした働く女性。営業などで人と会い、天気や気温、その日の予定を考慮してコーディネートを考えるのに毎朝苦労しているような人だ。

利用者が選んだコーディネートや実際に服を着た自分の写真をカレンダー形式で残せる「コーデログ」機能も備える。同じ人に別の日に会う場合、以前着た服は着たくないという女性視点の機能だ。

ルグランは同機能で、利用者のファッションの好みをよりの確に捉えられる。アパレル企業向けに、利用者が好きな素材や色合いに基づく服を紹介するターゲティング広告商品などの提供が可能になる。利用者の地域と気温が把握できるので、「寒の戻りが来た地域の利用者向けに冬物セールを告知する」といったことも可能だろう。

気象データはハレックスから提供を受けた。ルグランとハレックスは以前から、気象データを天気予報以外に活用できないか探ってきた。当初はアパレル企業の需要予測への活用を検討したが、商品の売れ行きは気象以上に、店舗の競合状況やチラシを中心としたプロモーションの影響が大きかったという。生産計画への活用となると長期予報の精度は低く、業績を大きく左右する決断に使うのは難しいのが実情だった。そこで、人々の生活にインパクトを与えるサービスを作ろうとTNQLの開発へ方針転換をした。

TNQLはその日の気候と利用者の好みに応じたコーディネートイラストを提案する



「コーデログ」機能で利用者がその日選んだコーディネートや実際のファッションを記録できる



業種

自動車
電機・機械
食品・日用品
医療・健康
その他製造
流通
通信・情報
運輸
金融・保険
サービス
住宅・建設
エネルギー
公共
その他

業務

経営企画・事業開発
情報システム
企画・開発
仕入れ・調達
製造・生産
物流・SCM
販売・マーケティング
人事・管理
運用・サポート
データ専門

テクノロジー

AI
画像・音声認識
自然言語処理
IoT
ドローン
ロボット
ウェアラブル
スマートデバイス
ID・POS
GPS/ビーコン

利用データ

購買行動
位置
その他行動ログ
健康・医療
ソーシャル
気象
オープンデータ
センサー
カメラ・画像
パーソナルデータ