

8 実証実験

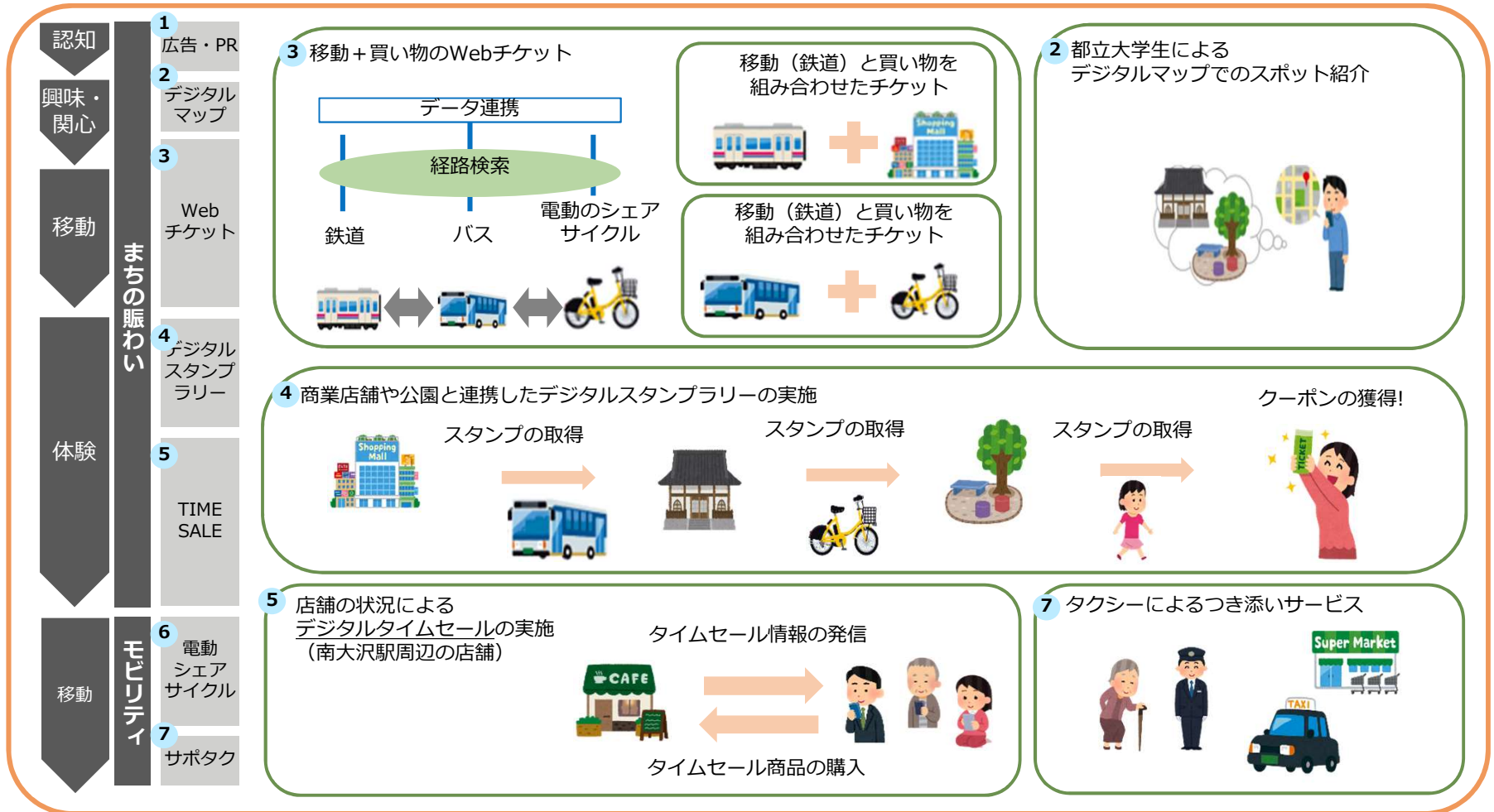
- 8-1 令和3年度実証実験
- 8-2 令和2年度実証実験

8-1 令和3年度実証実験

(1) 概要

- 南大沢への訪問・外出を促進し、エリア内の回遊性向上による活性化を狙い、まちの賑わいやモビリティに関連するデジタルスタンプラリーやMaaS、電動シェアサイクル等による実証実験を行った。

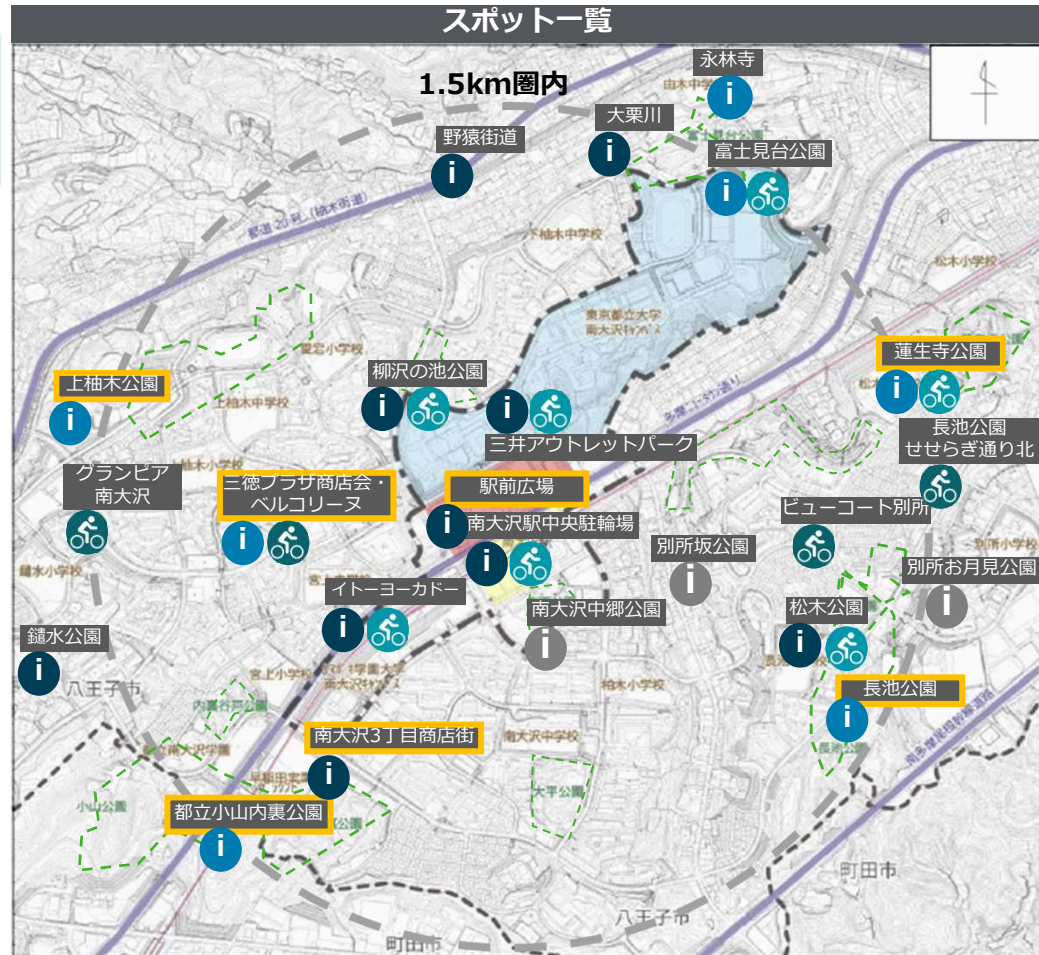
目的	公共性	<ul style="list-style-type: none"> ■ 訪問・外出目的創出 ■ エリア内の回遊性向上 	期間	<ul style="list-style-type: none"> ■ (モビリティ実証) 2021年11月1日～2022年1月31日 ※サポタクは年末年始を除く ■ (まちの賑わい実証) 2021年11月1日～2021年11月30日
	事業性	<ul style="list-style-type: none"> ■ 社会実装を見据え、施策の持続性を検証 		



(2) 内容

- 南大沢エリアにおける回遊性向上のため、電子的なスタンプを集めるデジタルスタンプラリーをはじめ、デジタルタイムセールや電動シェアサイクル、デジタルマップを企画した。

2	デジタルマップ	スポット	スタンプラリー ✓ 7箇所*1 その他シェアサイクル ✓ 6箇所*2 その他地域資源 ✓ 7箇所	うち7箇所は都立大生による情報
		種類	✓ 電車券+お買物券 (126店舗) ✓ バス券+シェアサイクル券	
		ルール	✓ スタンプ設置箇所7箇所の内3箇所 でGPS+QRコードを用いて認証し、スタンプを取得すること	
3	webチケット	種類	✓ 電車券+お買物券 (126店舗) ✓ バス券+シェアサイクル券	デジタルスタンプラリー
		特典	✓ 特定施設・店舗で利用可能なデジタル商品券 (500円券)	
		回遊先	<ul style="list-style-type: none"> 長池公園 蓮生寺公園 上柚木公園 都立小山内裏公園 駅前広場 南大沢3丁目商店街 三徳プラザ商店会 	
4	デジタルスタンプラリー	特典引換所	✓ 駅前の商業施設・テナント126店舗	回遊先
		スポット	✓ 商業施設・テナントや公園21店舗	
5	TIME SALE	スポット	✓ 商業施設・テナントや公園21店舗	
6	電動シェアサイクル	スポット	✓ 南大沢駅周辺11/1より7箇所、11/29より11箇所 所で運用	



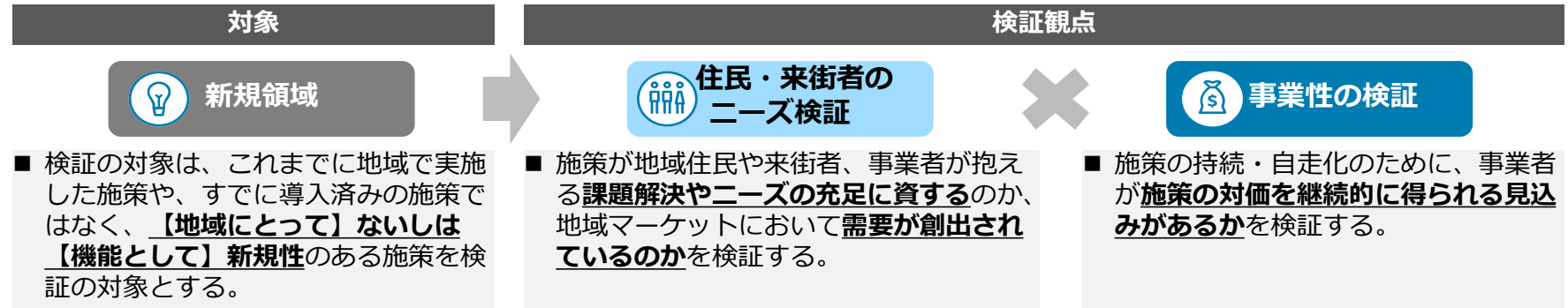
*1 : デジタルマップスポットのうち、スタンプラリースポットの箇所数

*2 : デジタルマップスポットのうち、スタンプラリースポット以外のシェアサイクルスポットの箇所数

デジタルスタンプラリースポット	デジタルマップ
電動シェアサイクルスポット (11/1から運用開始)	事務局作成
電動シェアサイクルスポット (11/29から運用開始)	学生作成
	既存

(3) 効果検証の考え方

- 実証実験は、新規性のある施策に対して、課題解決やニーズの充足に資する公共性及び事業として持続可能かといった事業性を評価する。



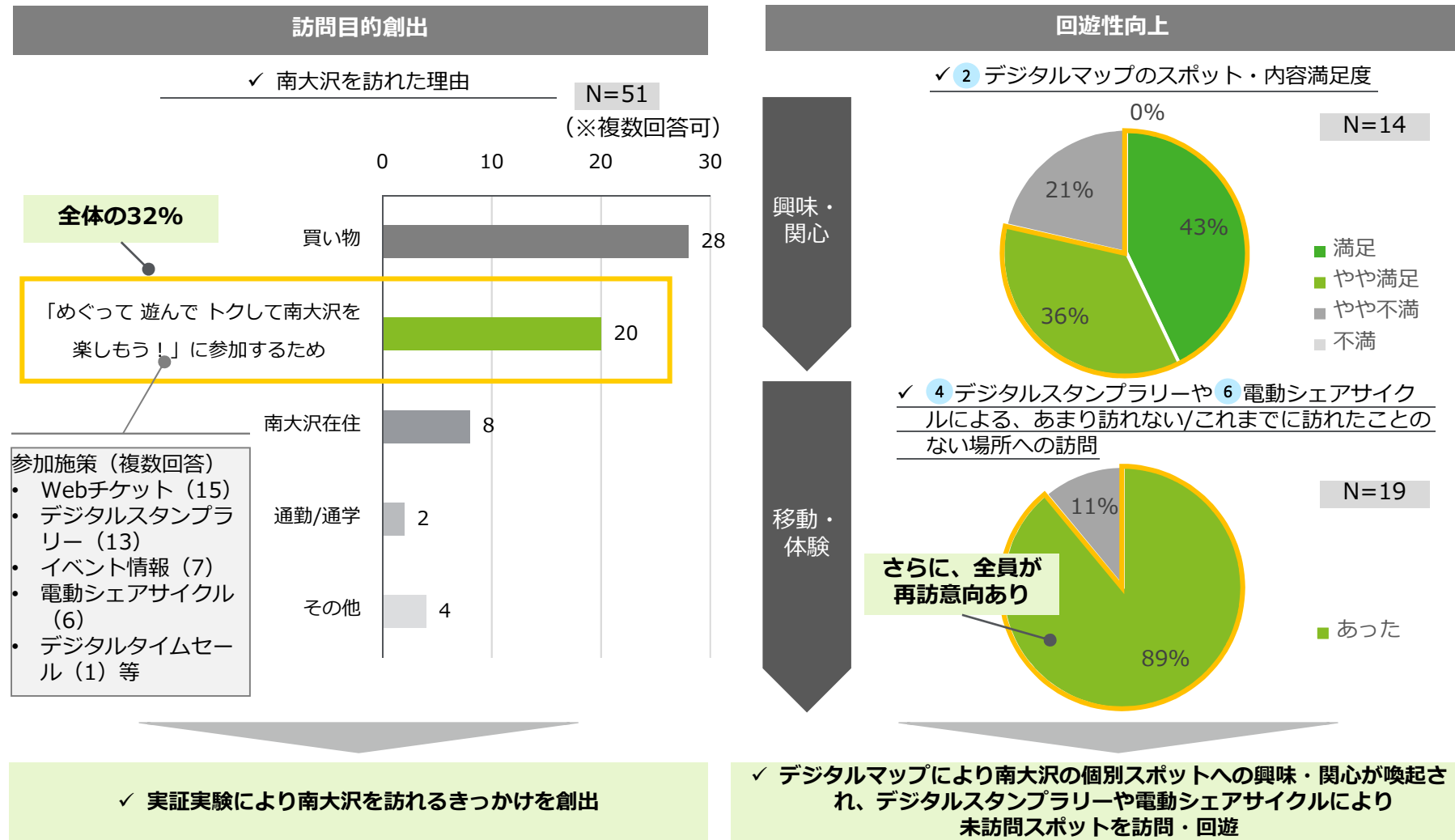
検証方法		ユーザーアンケート	協力事業者アンケート	サービス測定値
属性情報		<ul style="list-style-type: none"> 属性情報に関する設問を設定 		
ニーズ	目的達成の有効性	<ul style="list-style-type: none"> 施策ごとに、目的達成に関する有効性を1問ずつを目安に設定 	(アンケート項目なし)	(対象外)
	サービス改善	<ul style="list-style-type: none"> 満足度と要望に関する設問を設定 		
施策のインパクト	(アンケート項目なし)			<ul style="list-style-type: none"> 施策ごとに利用された数を測定
事業性	事業の継続性	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーが料金を支払う施策について、費用を支払ってサービスを継続利用する意向の設問を設定 	<ul style="list-style-type: none"> 協力事業者が今後手数料等を支払ってサービスを継続利用する意向の設問を設定 	(対象外)
目標回答率(数)		<ul style="list-style-type: none"> 施策参加者のうち 3% (回答数44件*1) 	<ul style="list-style-type: none"> 施策参加事業者のうち90% 	
目標値		<ul style="list-style-type: none"> 4段階評価中 平均2.6以上 	<ul style="list-style-type: none"> 4段階評価中 平均2.6以上 	

*1 母数：2,600、許容誤差：5%、信頼度：95%から統計的に算出
(母数はスタンプラリー・webチケット・TIMESALE目標利用者数の合計)

(4) 結果

①-1 ニーズ目的達成の有効性

- 実証実験により新たな来街の需要が促され、デジタルマップにより地域スポットの興味・関心喚起、デジタルスタンプラリー・電動シェアサイクルによる未訪問スポットへの訪問・回遊が実現した。

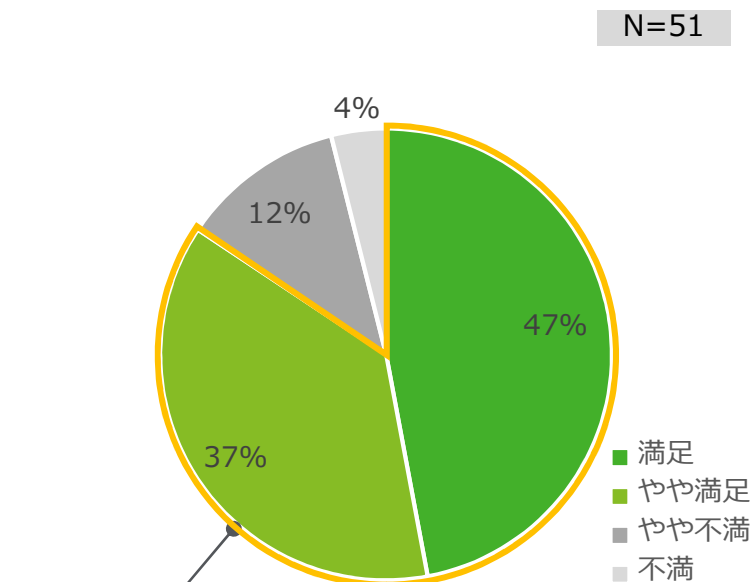


①-2 ニーズ目的達成の有効性

- 実証実験のサービス全体として、平均8割が「満足」・「やや満足」と回答しており、利用者に満足いただける内容を提供し地域の魅力発見・体験に繋がったと考える。

✓ 「めぐって 遊んで トクして南大沢を楽しもう！」の満足度

✓ 満足度理由

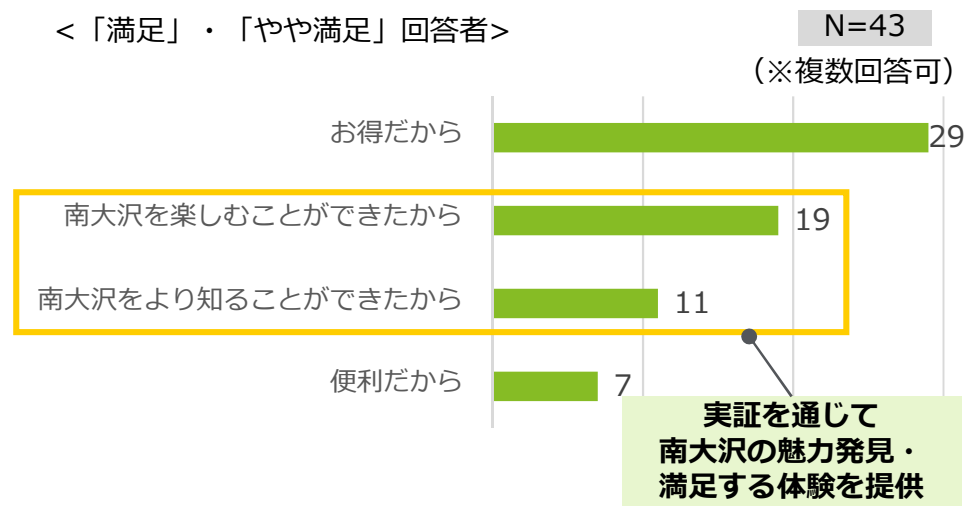


実証全体として
「満足」・「やや満足」が
約8割（平均3.27）

目標値

■ 4段階評価中 平均2.6以上

<「満足」・「やや満足」回答者>

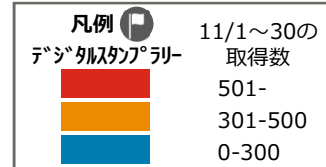


<「不満」・「やや不満」回答者>



②-1 ニーズサービス改善

- webチケットは操作性の満足度が約8割と高い傾向にある。デジタルスタンプラリーは駅中心～南部での利用が多く、駅中心～南部での回遊に寄与したと考える。



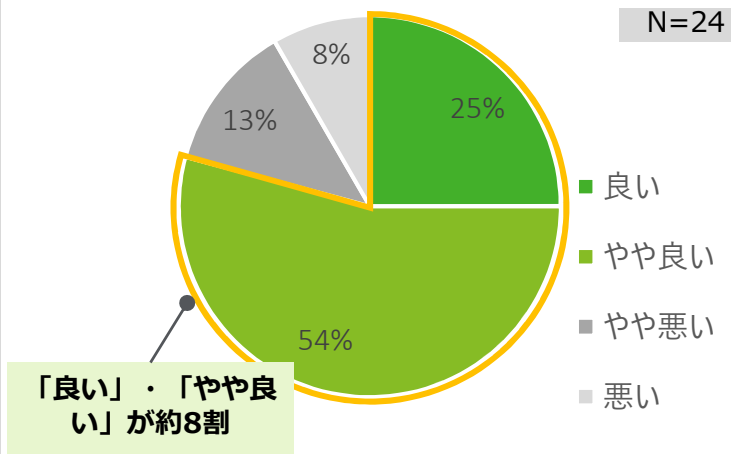
3 webチケット

サービス

- 有人改札はスムーズに通して頂き、**ストレスなく移動することができました**。お買い物券についても、窓口ですぐに対応いただき待ち時間はほぼなかったのが良かったです。

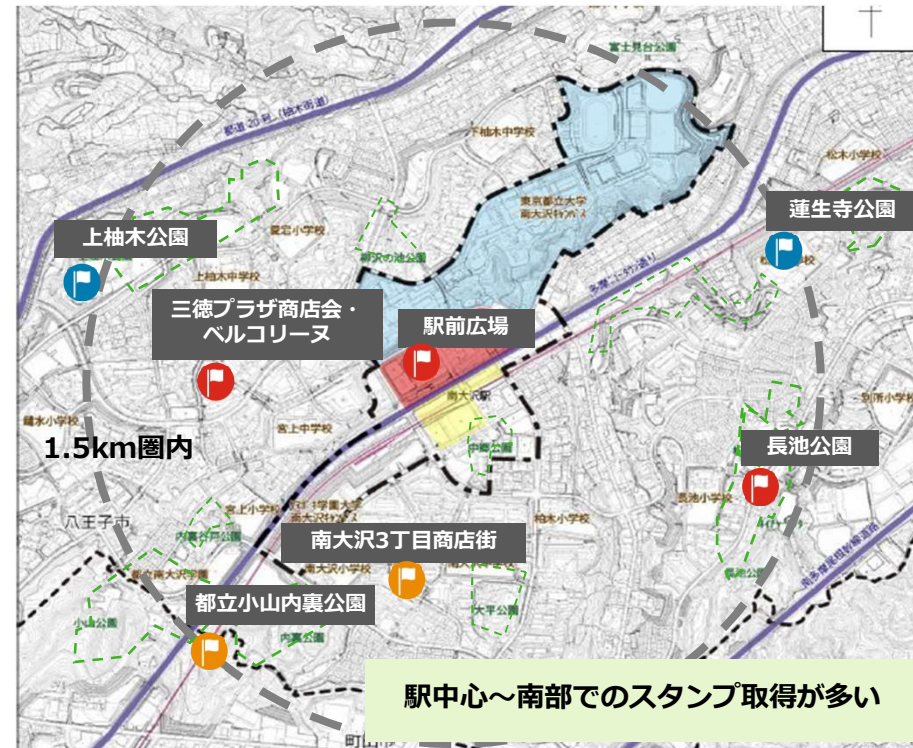
✓ webチケット利用者にとってTAMa-GOの操作性

システム



- 毎回ログインするのが、面倒だった（2件）
- 普段webを扱っている私でも結構扱いが難しかったためより歳を重ねた方には大変

4 デジタルスタンプラリー



ビサ

- 南大沢の**新たな発見**ができてとても良かったです。歩いて4箇所周りました。500円チケットも使って楽しい一日でした。

テシ

- スタンプラリーの**QRコードが分かりづらかった**。（4件）

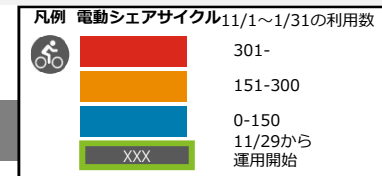
②-2 ニーズサービス改善

- オペレーションや広報面の課題はあったが、実証施策によって地域住民や来街者の移動が促進されたと考える。

5 **TIMESALE**

TIMESALEの個別広告 八王子市ユーザーをターゲットにweb広告 	クリック数 5,940 →TIMESALE LPへ遷移	app DL数 1,640 うち八王子市を対象エリアに選択したユーザー392 参考新規登録値：1,530	CVR 28% サービス <ul style="list-style-type: none"> • タイムセールについては利用しなかったですが、もし自分が近隣に住んでいて、外出先から帰る際に食べ物を買って帰るなどあれば、利用したいサービスだなと思いました。 • 休日で人手が多い日だったためお知らせが無かったが、人手の分散化の狙いならば仕方ないと思う。(3件)
---	---	---	--

八王子市ユーザー向けのweb広告から参考値の1,530を上回る1,640DLを獲得



6 **電動シェアサイクル**

南大沢外からの流入 745

八王子市他地域からの訪問 **535**

東京都八王子市外からの訪問 **187**

東京都外からの訪問 **23**

南大沢エリアでの移動

南大沢周辺での利用が多いが、八王子市内の中距離の移動にも利用

南大沢外への流出 718

八王子市他地域へ **544**

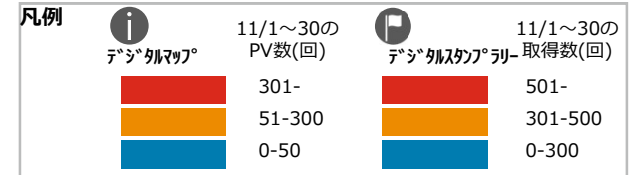
東京都八王子市外へ **155**

東京都外へ **19**

- | | |
|---------|--|
| オペレーション | <ul style="list-style-type: none"> 坂道が多いので電動サイクルは快適だったがバッテリーが足りなかったので小まめに充電してもらえると助かる。(3件) |
|---------|--|

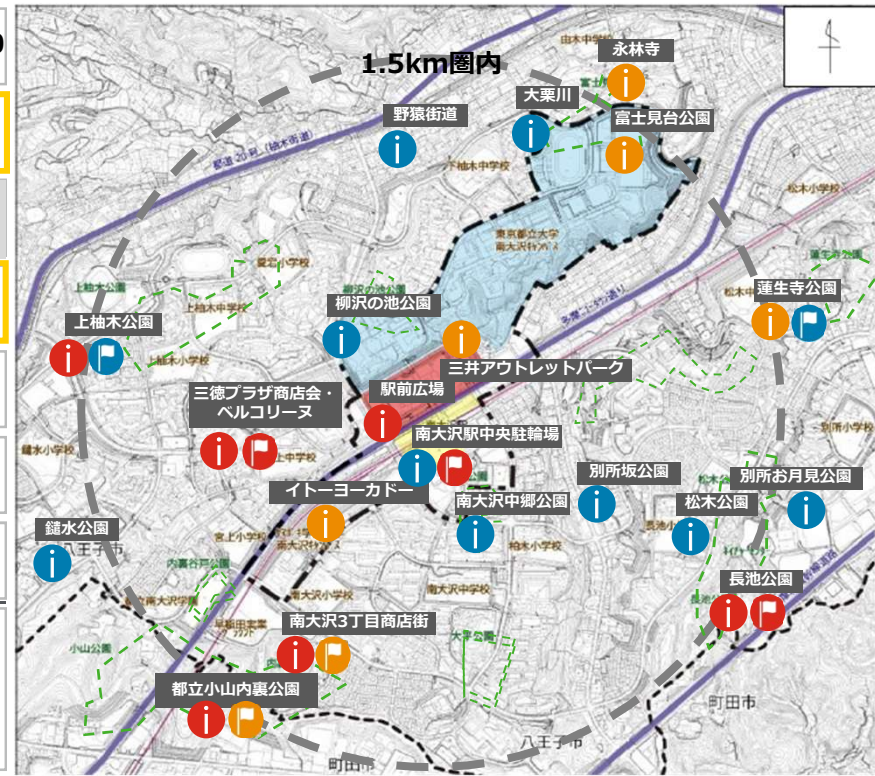
③-1 ニーズ施策のインパクト

- 南大沢駅周辺エリアから南部地域のスポットへの興味・関心や移動が集中している傾向が見られた。



施策ごと利用回数マップ

			単位	11月	12月	1月	合計	参考値	
認知	1	広告・PR	美証LP	PV	40,877	-	-	40,877	16,000
		デジタルマップ	南大沢PV	PV	3,628	-	-	3,628	1,200
興味・関心	2	非公表							
		Webチケット	お買物券周遊券	セット					
移動	3	デジタルスタンプラリー	参加者	回	837	-	-	837	600
		5	新規登録者数	人	392	-	-	392	1,530
体験	5	TIME SALE	登録商品数	品/週・店舗	0.37	-	-	0.37 *1	2.5
			販売成立数	件	14	-	-	14	数値なし
		6	電動シェアサイクル	利用者数	人	317	322	306	504
移動	7		利用回数	回	678	1,025	824	2,527	数値なし
			サポタク	利用回数	回	非公表			



- ✓ 全体 : 駅中心～南部のスポットの興味・関心や移動が集中
- ✓ ② × ④ : スタンプラリースポットほどデジタルマップの閲覧数が多い

*1 期間中の週次の登録商品数から算出した平均値

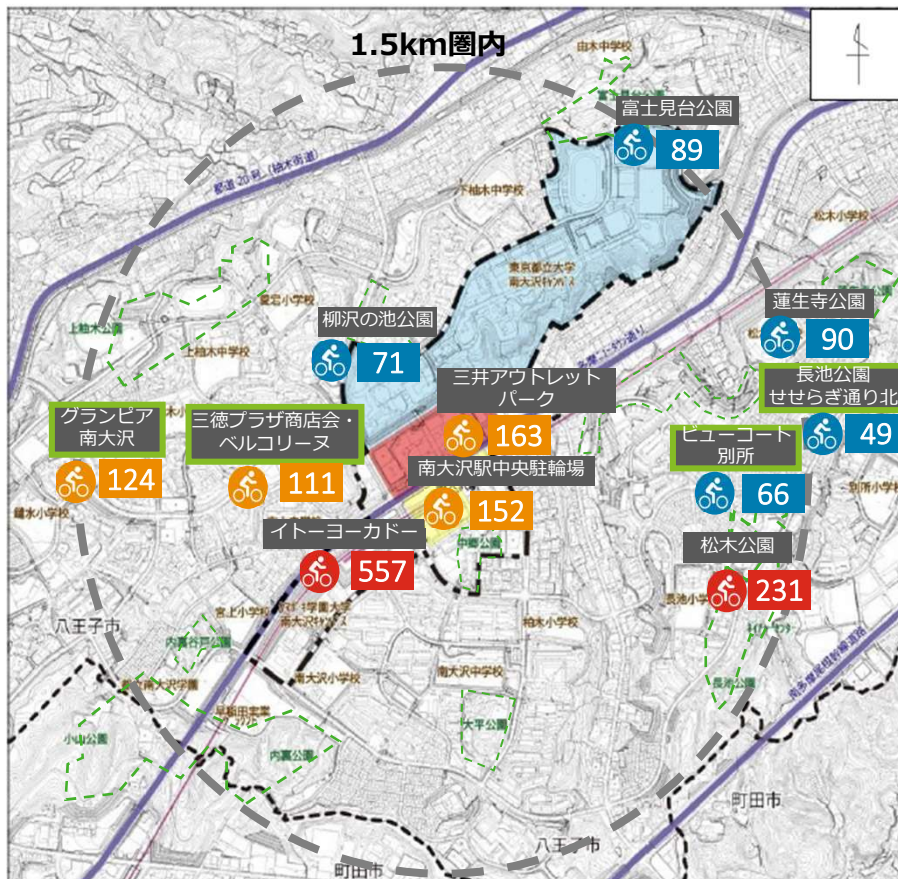
※太字 : 「合計」(実績)が参考値を上回った数値

③-2 ニーズ施策のインパクト

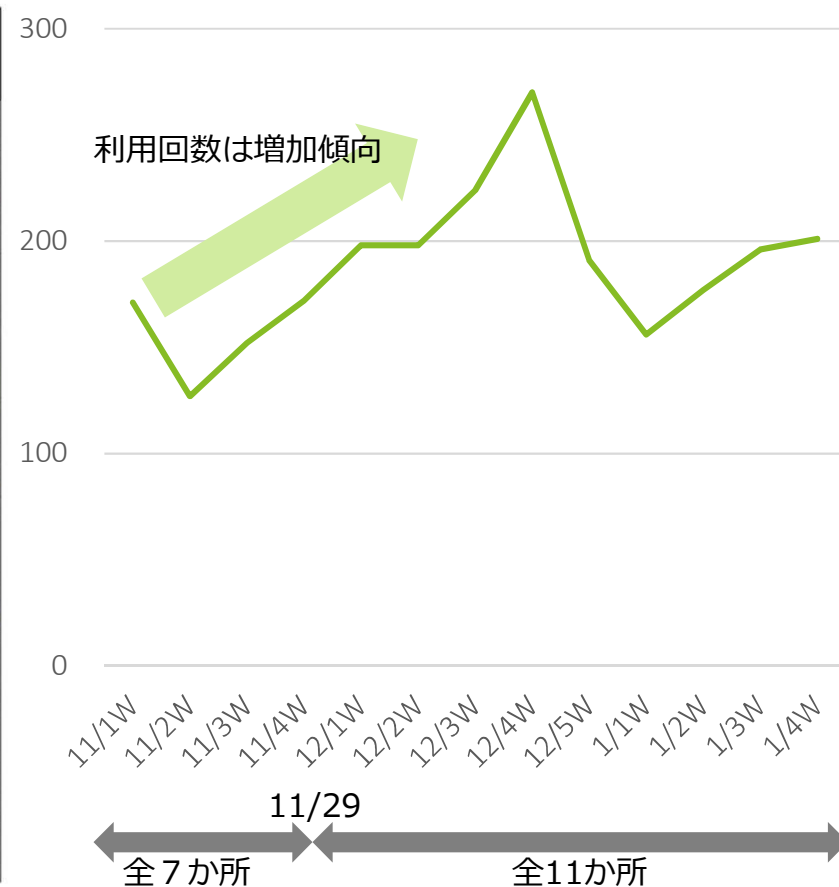
- 電動シェアサイクルは11月開始時は7か所、11月末以降は4か所新たに設置し計11か所ポートが設置されており、年末を除き利用回数は増加傾向となっている。



6 電動シェアサイクルの利用マップ



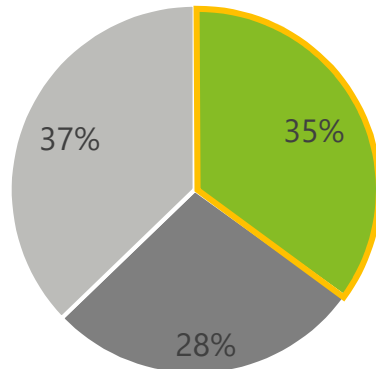
6 電動シェアサイクルの利用推移



④事業性、事業の継続性

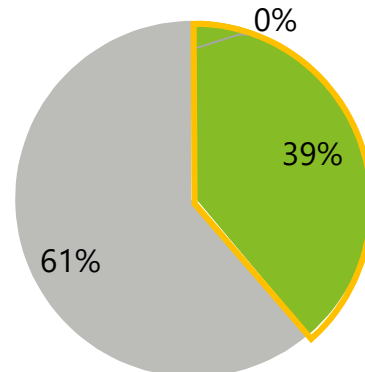
- 費用負担を伴わない場合は施策継続に対して前向きな反応が見られた。施策を継続させるべく、事業者にとどの部分をどのように協力してもらうか、スキームの慎重な検討・調整が必要である。

1 広告・PR
(地域で連携した情報発信)
費用負担：要 N=43



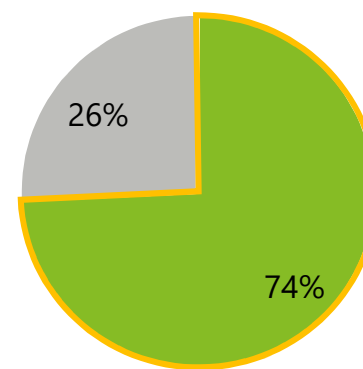
- 事業者間で広告費の調整を行い、連携した広告発信をするのが良い
- 事業者間で連携した広告発信は必要ない
- その他

3 webチケット*1
費用負担：要 N=18



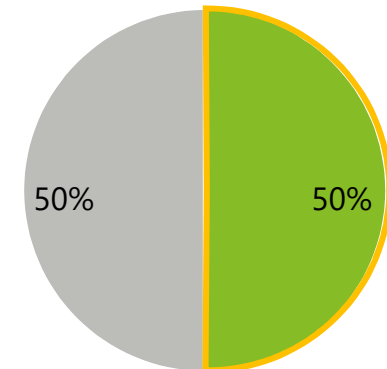
- 決済手数料*2に加え、一定の原資*3の負担をしても続けたい
- 決済手数料*2のみであれば続けたい
- 続けたくない

4 デジタルスタンプラリー
N=35



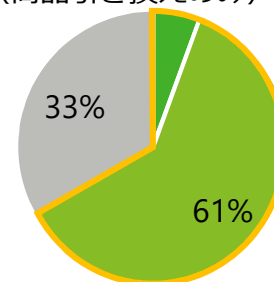
- 続けたい
- 続けたくない

5 TIMESALE
N=12



- 続けたい
- 続けたくない

4 デジタルスタンプラリー
(商品引き換えのみ)
費用負担：要 N=18



- 事業者間で調整を行い、景品等を決めたくうえで参加手数料がかかっても続けたい
- 無料であれば続けたい
- 続けたくない

続けたくない

- 事業者間で連携する際の調整が負担であるため (広告・PR)
- 店舗の決済手段が多くオペレーションが煩雑になるため (webチケット)
- 店舗の売り上げに影響せず、効果が期待出来ないため (スタンプラリー他)
- アプリ自体の認知度が不足していると感じるため (TIMESALE)

*1：手数料や原資の負担がある場合のみ「続けたい」と回答する設計
*2：発売額の3%程度を想定
*3：今回5500円分の商品券を5000円で販売

⑤サマリ

- 実証実験では、「訪問目的創出」及び「回遊性向上」の目的に対しての効果があがった一方、社会実装に向けては利用者に使い始めてもらう・使い続けてもらうためのサービス改善や事業継続のスキームの見直しや関係者の巻き込みが今後の論点となっている。

		ニーズ		事業性
検証観点		目的達成の有効性	サービス改善	
検証方法		ユーザーアンケート		協力事業者アンケート
認知	1 広告・PR	訪問目的創出		
		<ul style="list-style-type: none"> • 内容やインセンティブの分かりやすい訴求が肝要。 		
興味・関心	2 デジタルマップ	(アンケート項目なし)		
移動	3 webチケット	<ul style="list-style-type: none"> • 実証実験により南大沢を訪れるきっかけを創出した。 		<ul style="list-style-type: none"> • 協力事業者からの費用を払っての継続意向は少なく、施策スキームの見直ししないしは協力事業者へのメリット訴求方法の検討が肝要
		<ul style="list-style-type: none"> • サービスの操作への満足度は約8割と高いが、一部操作性改善の要望あり。 		
体験	4 デジタルスタンプラリー	回遊性向上		
		<ul style="list-style-type: none"> • 一部スタンプラリーの読み取りの分かりづらさの声があり、ユーザーへの分かりやすい操作設計が肝要。 		
移動	5 TIMESALE	<ul style="list-style-type: none"> • デジタルマップにより南大沢の個別スポットへの興味・関心が喚起され、スタンプラリーやシェアサイクルにより未訪問スポットを訪問・回遊。 		<ul style="list-style-type: none"> • 別事業で採算見込みのため事業として継続可
		<ul style="list-style-type: none"> • 登録者数はいるものの登録店舗・出品数が少なくユーザーの利用機会が乏しい。 		
移動	6 電動シェアサイクル	<ul style="list-style-type: none"> • バッテリーの充電への不安定なため、安定的な供給が求められる。(バッテリー交換頻度改善済み) 		<ul style="list-style-type: none"> • 未定 (次年度検証)
	7 サポタク	(検証の対象外)		(検証の対象外)

8-2 令和2年度実証実験

(1) 概要

背景と目的

- 南大沢駅周辺地区は、大学や広域商業施設があり多くの人が訪れる賑わい拠点である一方、丘陵地のため居住者の移動に負担があり、高齢化を見据えた取組等が課題
- 「自律走行モビリティ」等を活用した課題への対応
 - ① 高齢者等の徒歩移動負担の軽減
 - ② 手荷物保持による移動負担の軽減
 - ③ モビリティ未利用時の自律回送による利用偏在対応

実施時期

- 実施時期
 - ・2021年3月15日(月)~18日(木)
- 実施時間帯
 - ・3月15日(月) 12:30~15:30
 - ・3月16日(火)~18日(木) 10:30~15:30
- 実施環境
 - ・雨天中止
 - ※ 商業施設内の業務利用 (バックヤード他)
 - ・2021年3月9日(月)~18日(木)

実験機器



今回実証実験と将来展開イメージ

【今回実証実験】

歩行者ネットワーク、施設内等における「自律走行モビリティ」等の実験・検証（自動運転レベル3・4）

▷ 駅前地区において、高齢者等が自動運転車椅子で移動する、買い物客が自動運搬ロボットに荷物を運んでもらう。

- ・車椅子に乗った高齢者・子育て世代が利用
- ・歩行が困難な高齢者、大量に買物した家族連れが利用

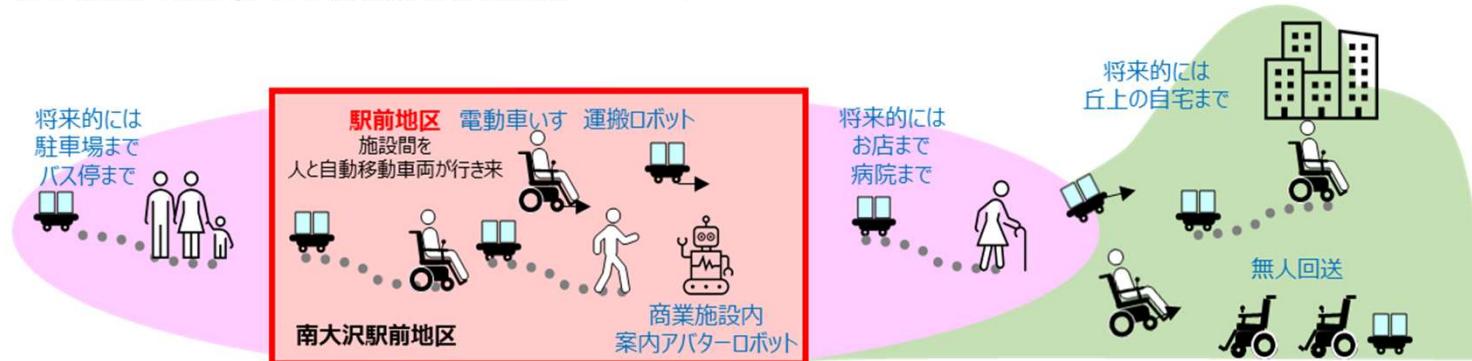
▷ 移動・搬送終了後は自律走行で待機場所等まで戻る。

【将来展開イメージ】

▷ 駅の周辺地区において、自動運転 車椅子等で自宅まで楽に移動できる、自動運搬ロボットが自宅まで荷物を運んでくれる。

- ・駅前地区の駐車場まで、バス停まで
- ・お店まで、病院まで、自宅まで

▷ 移動・搬送終了後は、自律走行でシェアリング駐車場・共同集配所等まで戻る。



(2) 実施場所

①自動走行モビリティ実験

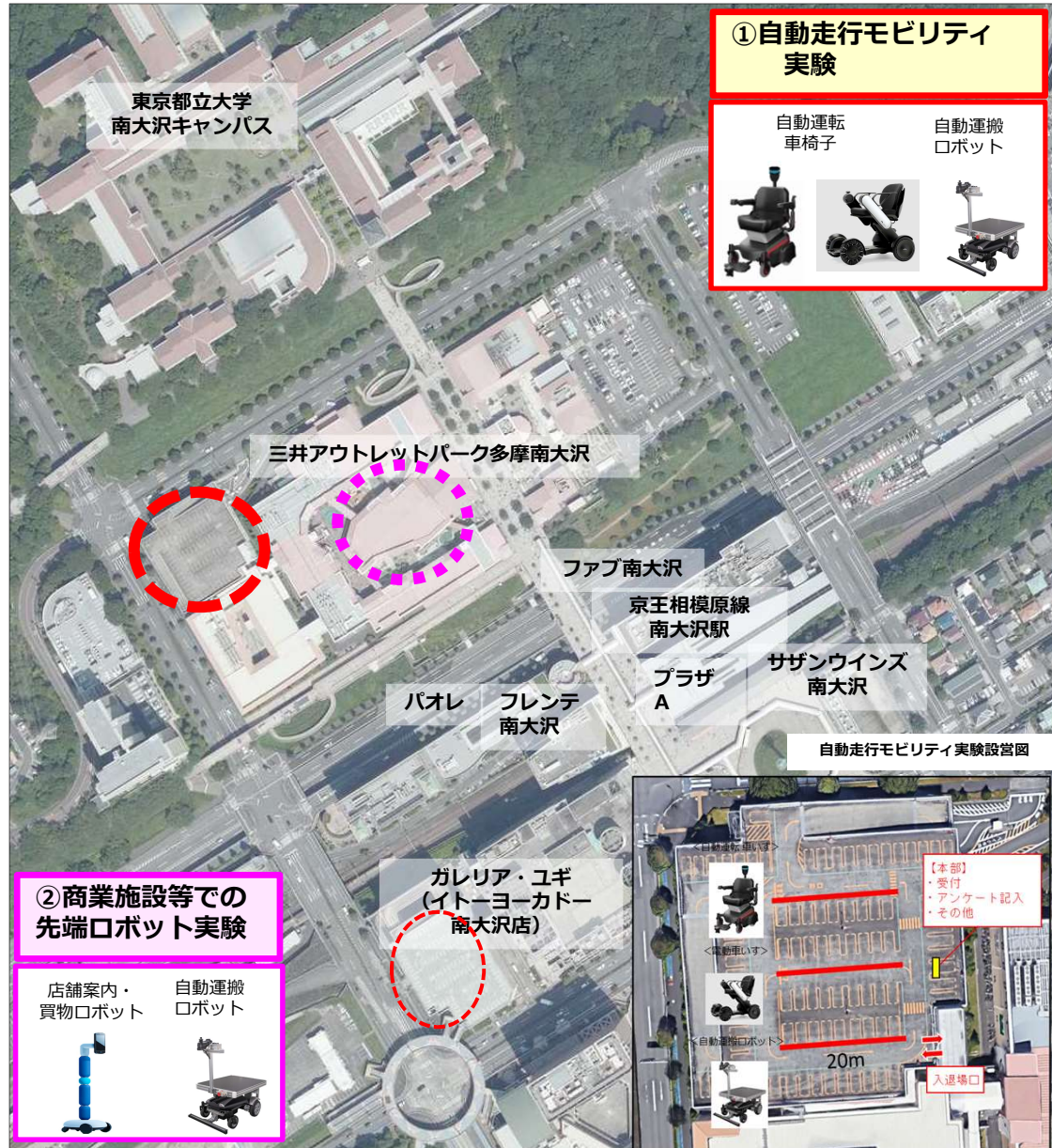
三井アウトレットパーク多摩南大沢 立体A駐車場5階屋上
3/15(月)~18(木)

②商業施設等での先端ロボット実験

三井アウトレットパーク多摩南大沢 バックヤード
・3/9(月)~13(土) 自動運搬ロボット
・3/12(金)~18(金) 店舗案内ロボット (不定期検証)



出典) 多摩ニュータウン開発センター「南大沢グルメマップ」



出典) 国土地理院「地図・空中写真閲覧サービス」

(3) 結果

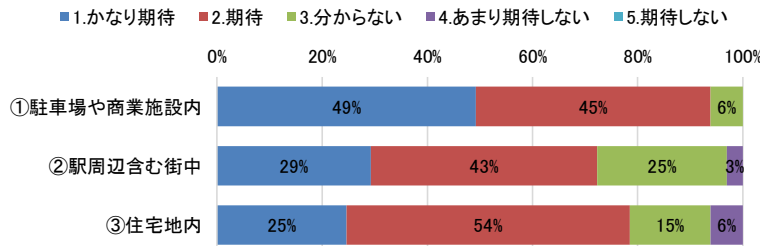
①自動走行モビリティ実験

・ 3/15(月)~18(木)
三井アウトレットパーク多摩南大沢
立体A駐車場5階屋上

- ・ 自動車椅子、自動運搬ロボットについては、駐車場や商業施設、駅周辺含む街中、住宅地内までかなり期待できるとの評価である。
- ・ 自動車椅子は高齢者の日常移動に、自動運搬ロボットは高齢者や子連れの買物時にかなり有効との評価である。

■自動車椅子、自動運搬ロボット

○近い将来、南大沢内を行き来することへの期待

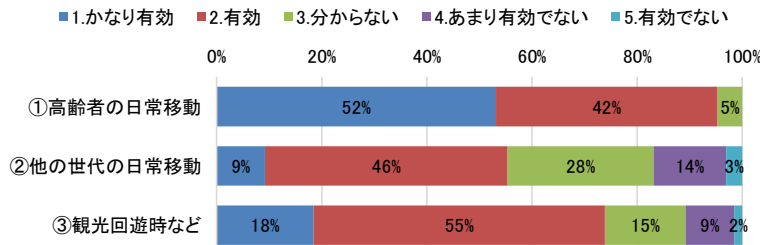


自動車椅子の自動運転の後を自動運搬ロボットが自動追従

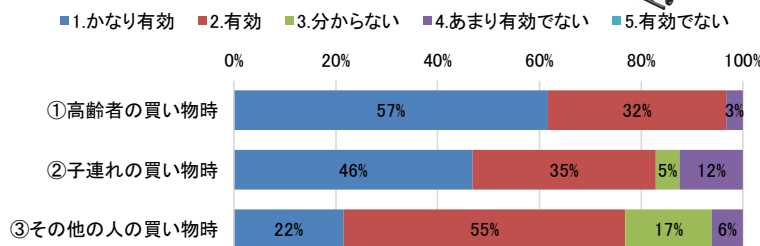


自動運搬ロボットの自動追従

○自動車椅子はどの程度有効か



○自動運搬ロボットはどの程度有効か



自動車椅子が駐車場の傾斜スロープを走行

実証実験アンケート 3/15(月)~18(木)4日間 N=65

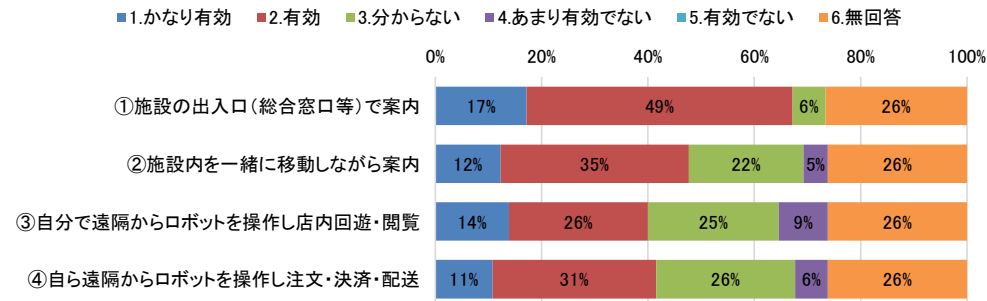
②商業施設等での先端口ロボット実験

三井アウトレットパーク多摩南大沢

- 自動車椅子、自動運搬ロボットについては、駐車場や商業施設内、高齢者向けで評価が高い。
- アバターロボットについては、施設の出入口や街中では駅前交通広場での案内で有効との評価が高い。

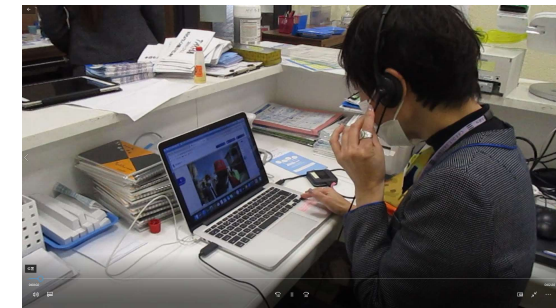
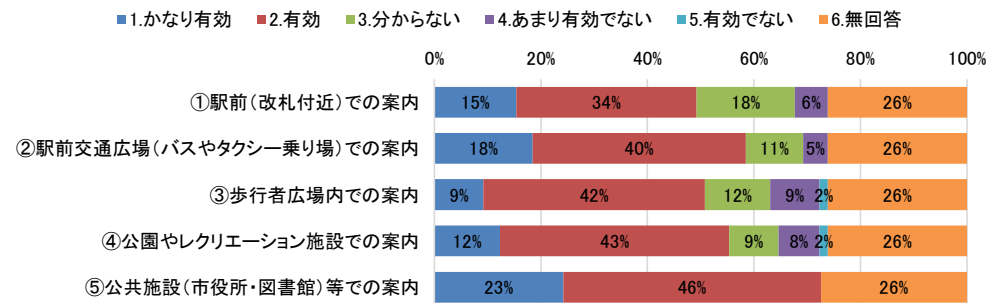
■アバターロボット

○南大沢の商業施設内でのアバターロボットによるサービスはどの程度有効だと思うか



商業施設入口に設置したアバターロボットにて店舗の案内

○南大沢の街中でアバターロボットはどの程度有効だと思うか



対応スタッフは離れた総合案内カウンターから対応

実証実験アンケート 3/15(月)~18(木)4日間 N=65