

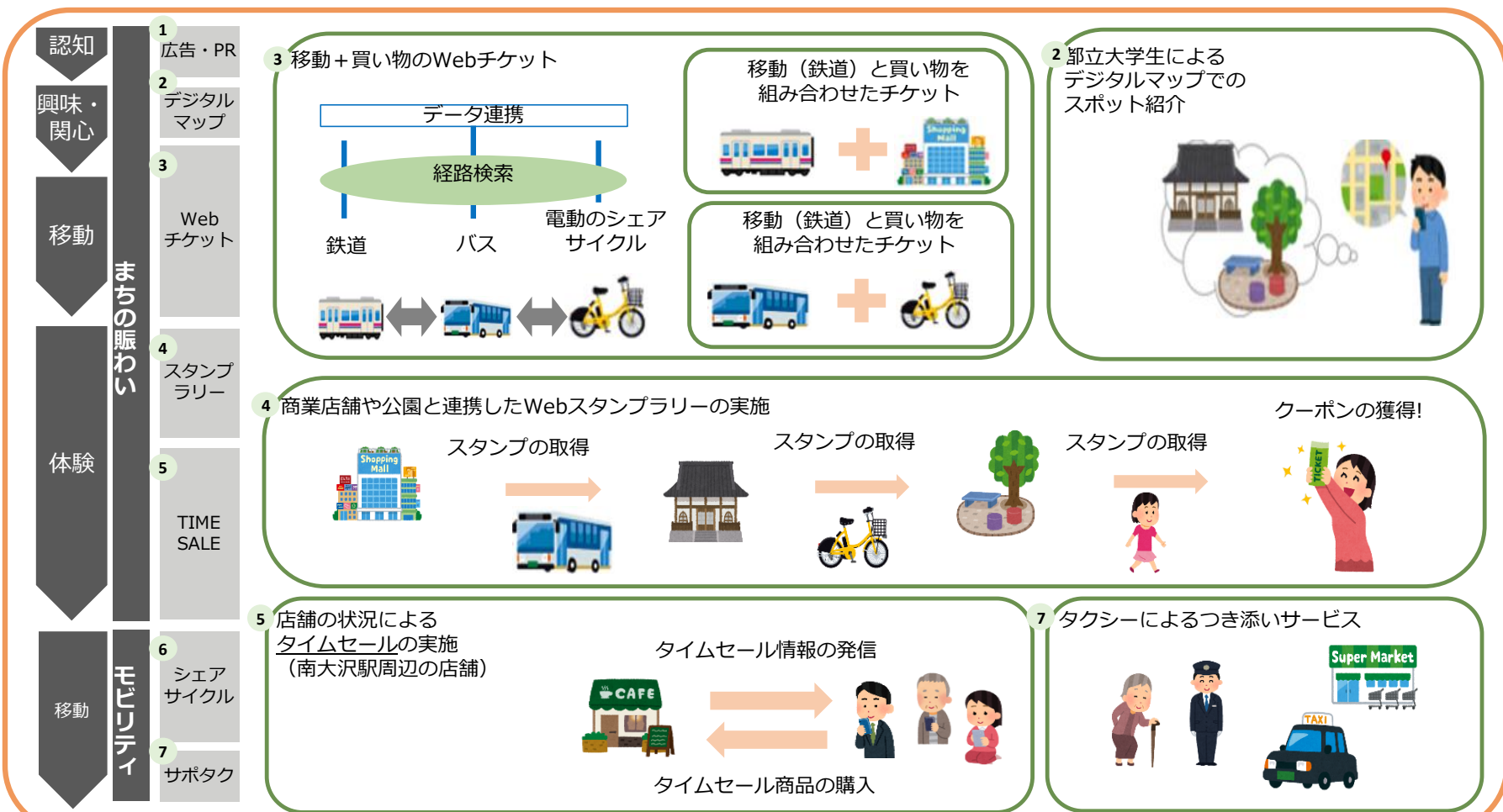
南大沢スマートシティ 令和3年度 実証実験報告

令和4年3月

南大沢スマートシティ協議会

・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webスタンプラリーやMaaS、シェアサイクル等による実証実験を行った。

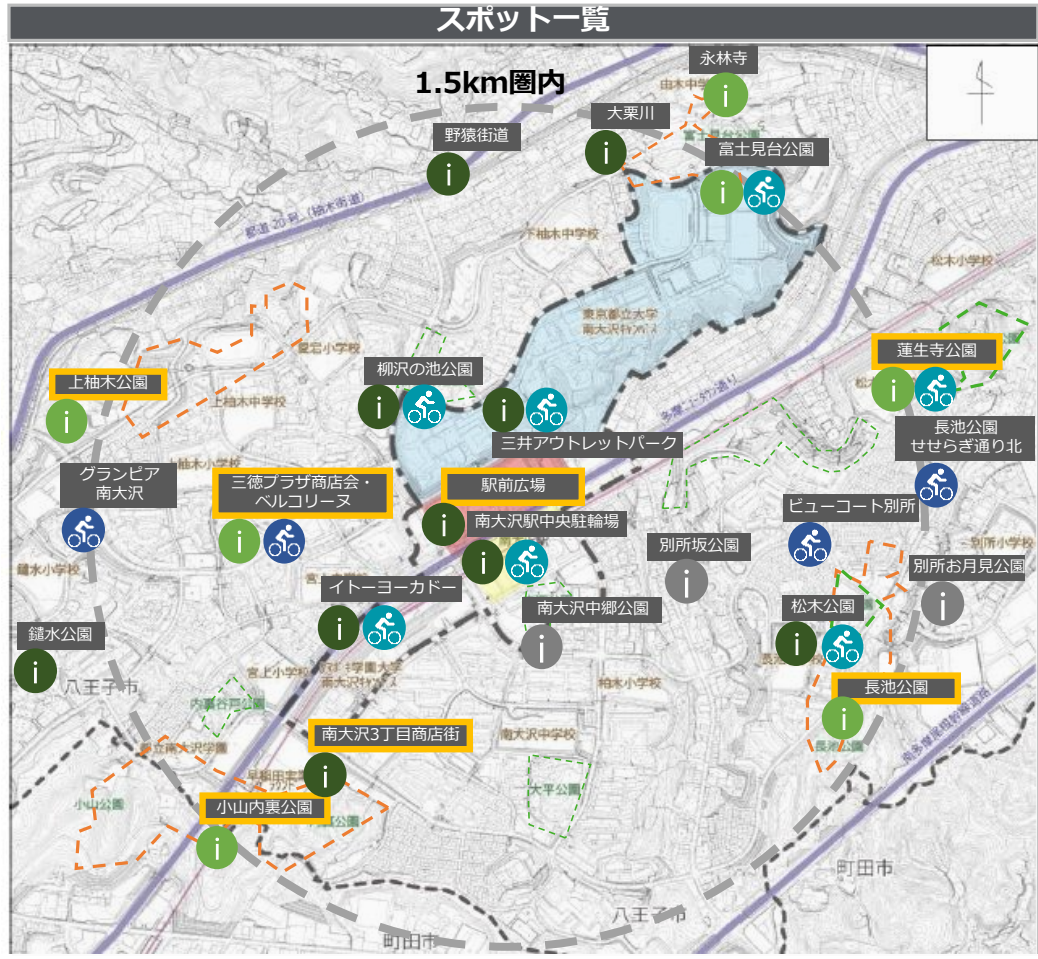
目的	公共性	<ul style="list-style-type: none"> ■ 訪問・外出目的創出 ■ エリア内の回遊性向上 	期間	<ul style="list-style-type: none"> ■ (モビリティ実証) 2021年11月1日～2022年1月31日 ※サポタクは年末年始を除く ■ (まちの賑わい実証) 2021年11月1日～2021年11月30日
	事業性	<ul style="list-style-type: none"> ■ 社会実装を見据え、施策の持続性を検証 		



2 令和3年度実証実験の内容

・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スタンプラリーをはじめ、タイムセールやシェアサイクル、デジタルマップを企画した。

スタンプラリー	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							
	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 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 							
	特典引換所	✓ 駅前の商業施設・テナント 126店舗							
タイムセール	スポット	✓ 商業施設・テナントや公園 21店舗							
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 で運用							
webチケット	種類	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 電車券+お買物券(126店舗) ✓ バス券+シェアサイクル券 							
デジタルマップ	スポット	<table border="0"> <tr> <td>スタンプラリー</td> <td>✓ 7箇所^{*1}</td> <td rowspan="3">うち7箇所は都立大 学生による情報</td> </tr> <tr> <td>その他シェアサイクル</td> <td>✓ 6箇所^{*2}</td> </tr> <tr> <td>その他地域資源</td> <td>✓ 7箇所</td> </tr> </table>	スタンプラリー	✓ 7箇所 ^{*1}	うち7箇所は都立大 学生による情報	その他シェアサイクル	✓ 6箇所 ^{*2}	その他地域資源	✓ 7箇所
スタンプラリー	✓ 7箇所 ^{*1}	うち7箇所は都立大 学生による情報							
その他シェアサイクル	✓ 6箇所 ^{*2}								
その他地域資源	✓ 7箇所								



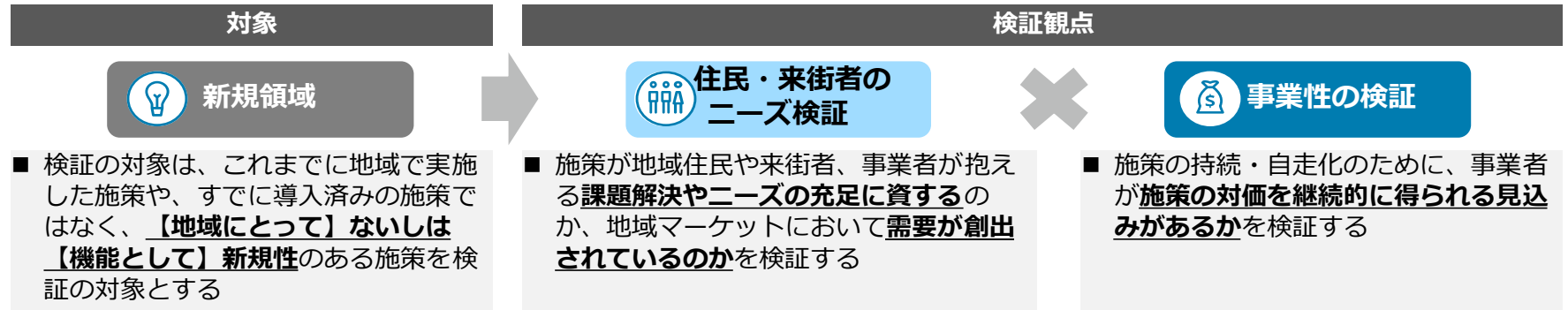
*1: デジタルマップスポットのうち、スタンプラリースポットの箇所数
 *2: デジタルマップスポットのうち、スタンプラリースポット以外のシェアサイクルスポットの箇所数

凡例

- スタンプラリースポット (Green 'i' icon)
- シェアサイクルスポット (Blue bicycle icon)
- シェアサイクルスポット (Blue bicycle icon)
- デジタルマップ (Blue 'i' icon)
- 事務局作成 (Green 'i' icon)
- 学生作成 (Grey 'i' icon)
- 既存 (Grey 'i' icon)

3 実証実験における効果検証の考え方

・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		
		ユーザー向けアンケート	協力事業者向けアンケート	サービス測定値
属性情報		■ 属性情報に関する設問を設定		
ニーズ	目的達成の有効性	■ 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	■ N/A	■ N/A
	サービス改善	■ 満足度と要望に関する設問を設定		■ 施策ごとに利用された数を測定
	施策のインパクト	■ N/A		
事業性	事業の継続性	■ 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	■ 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	■ N/A
目標回答率(数)		■ 施策参加者のうち 3% (回答数44件*1)	■ 施策参加事業者のうち 90%	
目標値		■ 4段階評価中 平均2.6以上	■ 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)

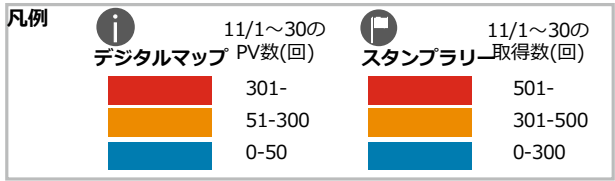
4-1 実証実験の結果サマリ

・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。

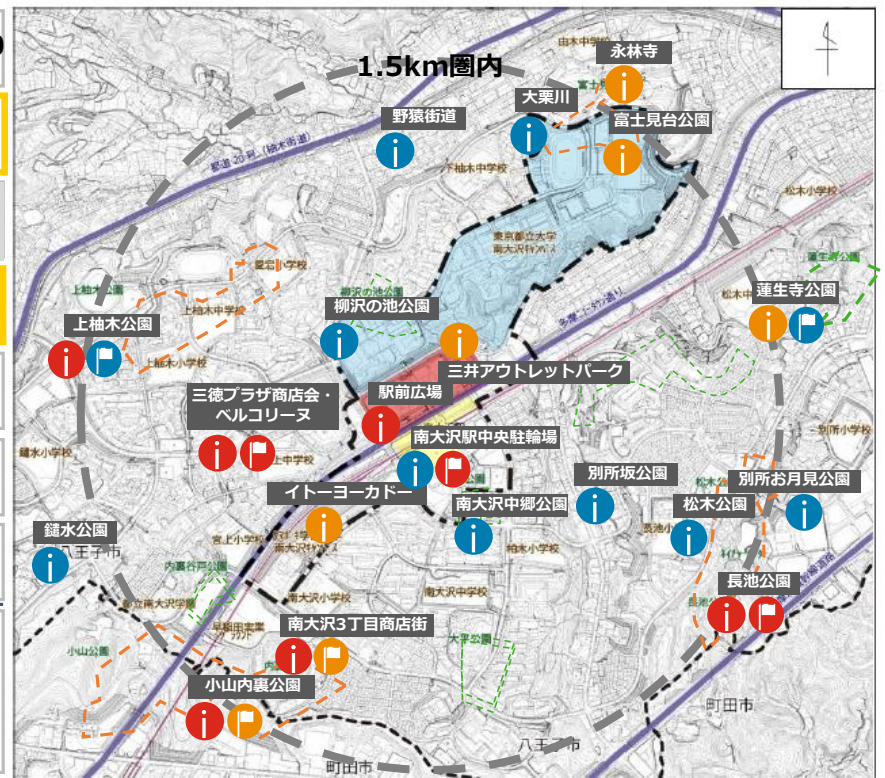
		ニーズ		事業性
		目的達成の有効性	サービス改善	
		検証観点	検証方法	
		利用者webアンケート	利用者webアンケート・ワークショップ	協力事業者webアンケート
認知 興味・関心 移動 体験	まちの賑わい	広告・PR		<ul style="list-style-type: none"> 協力事業者からの費用を払っての継続意向は少なく、施策スキームの見直しは協力事業者へのメリット訴求方法の検討が肝要 別事業で採算見込みのため事業として継続可 TBD
		デジタルマップ	訪問目的創出 <ul style="list-style-type: none"> 内容やインセンティブの分かりやすい訴求が肝要 N/A 	
		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 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 	
		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 	
	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 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	モビリティ	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) 	
		サポタク	(検証の対象外)	(検証の対象外)

4-2 実証実験結果(1)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



✓ 全体 : 駅中心~南部のスポットの興味・関心や移動が集中
 ✓ × : 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

			単位	11月	12月	1月	合計	参考値	
認知	広告・PR	実証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	Webチケット	お買物券周遊券	セット	非公表					
	スタンプラリー	参加者	回	837	-	-	837	600	
移動	まちの賑わい	新規登録者数	人	392	-	-	392	1,530	
		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	N/A
体験	モビリティ	シェアサイクル	利用者数	人	317	322	306	504	N/A
			利用回数	回	678	1,025	824	2,527	
			サポタク	利用回数	回	非公表			

*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

4-3 実証実験結果 (2) シェアサイクル

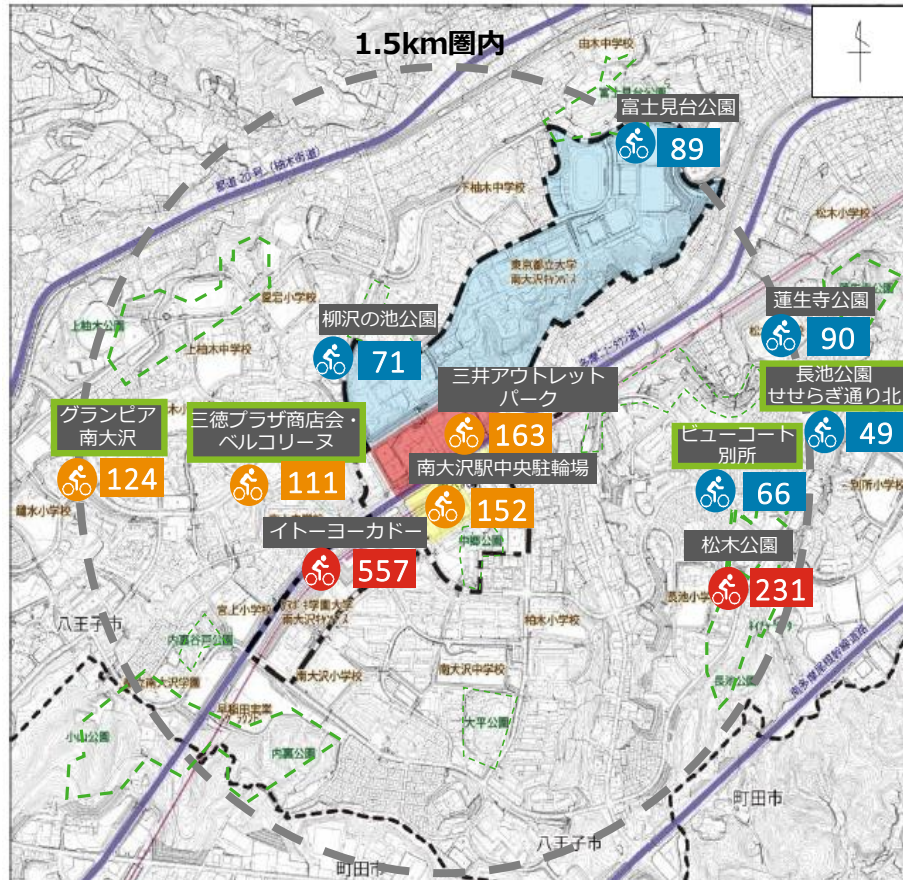
・シェアサイクルは11月開始時は7か所、11月末以降は4か所新たに設置し計11か所ポートが設置されており、年末を除き利用回数は増加傾向となっている。

凡例 

シェアサイクル (下車)

	301-		11/29から運用開始
	151-300		
	0-150		

シェアサイクルの利用マップ



利用推移



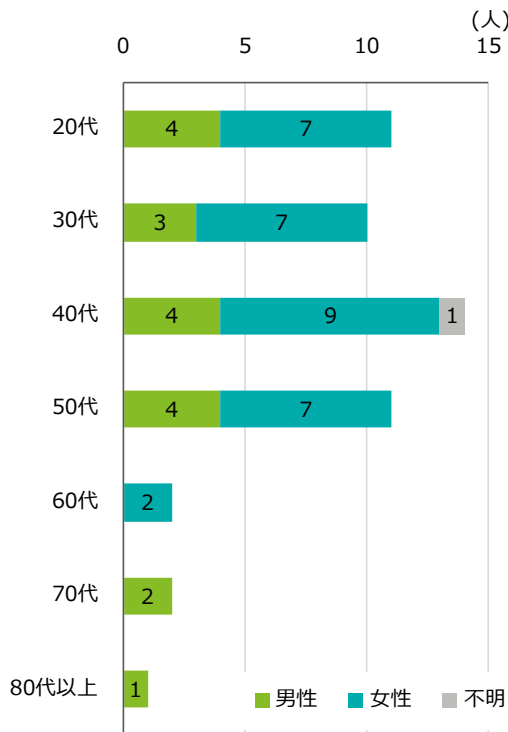
5-1 令和3年度実証実験共通アンケート調査概要

・実証実験参加者を対象としたアンケートを実施した。

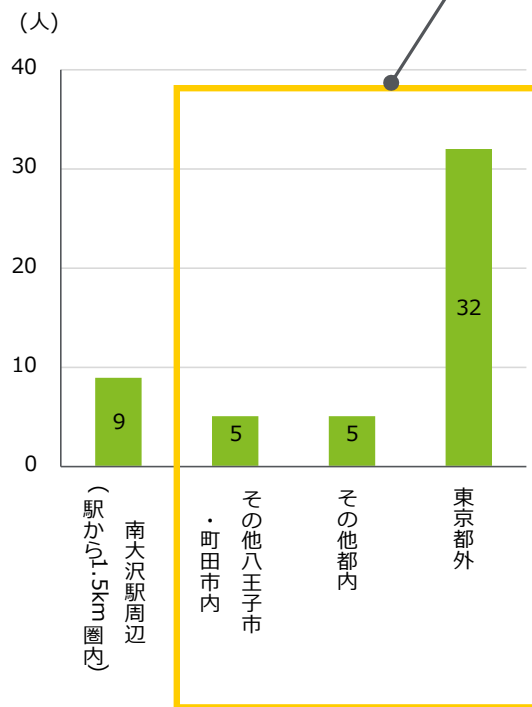
共通アンケート概要

- 期間：11月1日（月）～12月13日（月）
- 対象：実証実験の参加者（N=51）（目標回答率（数）：施策参加者のうち **3%**（回答数44件））
- 形式：web

アンケート回答者の年代と性別



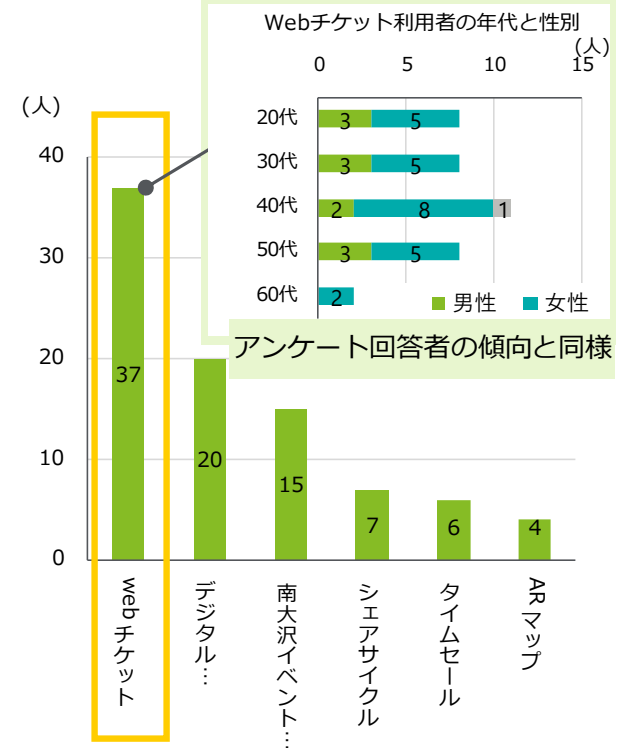
アンケート回答者の居住エリア



南大沢以外の利用者が多い

(※複数回答)

アンケート回答者の参加施策



アンケート回答者の傾向と同様

5-2 令和3年度実証実験共通アンケート調査結果(1)

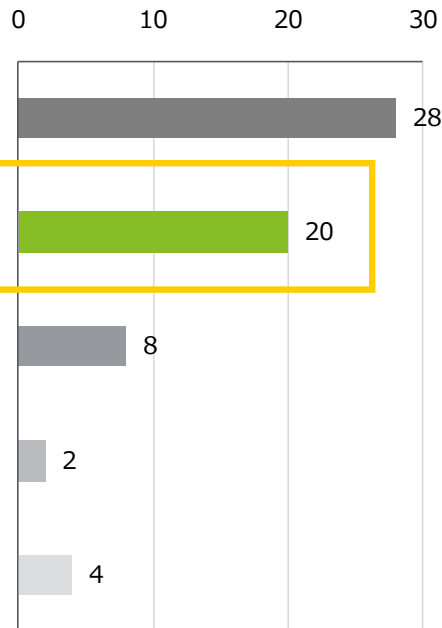
・実証実験により新たな来街の需要が促され、デジタルマップにより地域スポットの興味・関心喚起、スタンプラリー・シェアサイクルによる未訪問スポットへの訪問・回遊が実現した。

訪問目的創出

✓ 南大沢を訪れた理由

N=51

(※複数回答可)



全体の32%

「めぐって遊んでトクして南大沢を楽しもう!」に参加するため

参加施策 (複数回答)

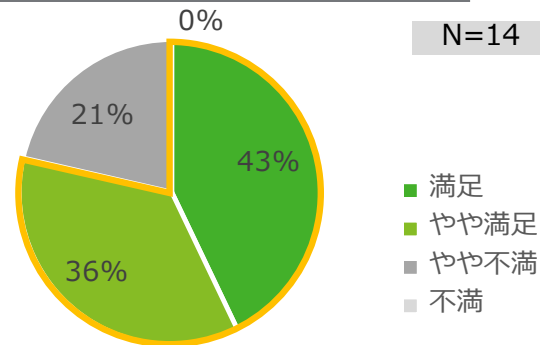
- Webチケット (15)
- スタンプラリー (13)
- イベント情報 (7)
- シェアサイクル (6)
- ARマップ (4)
- タイムセール (1)

✓ 実証実験により南大沢を訪れるきっかけを創出

回遊性向上

✓ デジタルマップのスポット・内容満足度

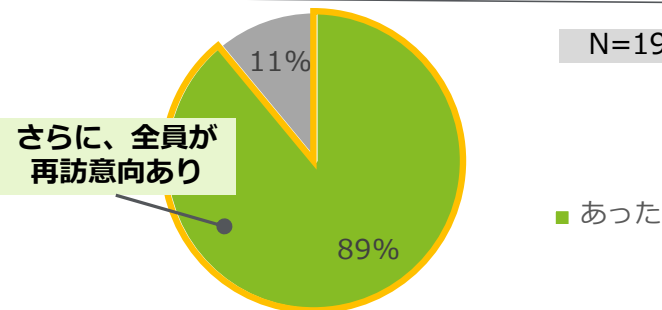
N=14



興味・関心

✓ スタンプラリーやシェアサイクルによる、あまり訪れない/これまでに訪れたことのない場所への訪問

N=19



さらに、全員が再訪意向あり

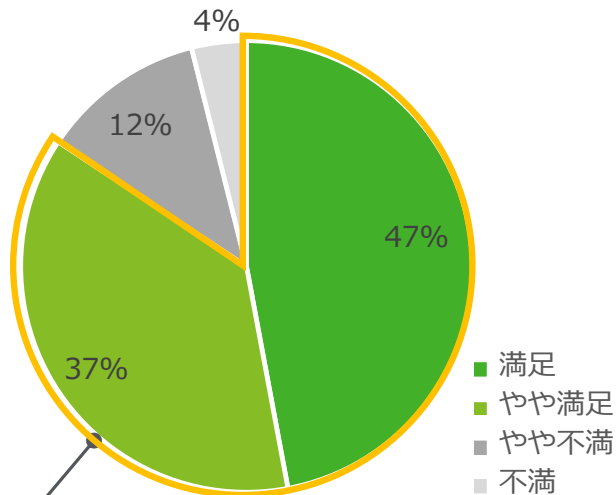
✓ デジタルマップにより南大沢の個別スポットへの興味・関心が喚起され、スタンプラリーやシェアサイクルにより未訪問スポットを訪問・回遊

・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

N=51



実証全体として「満足」・「やや満足」が約8割（平均3.27）

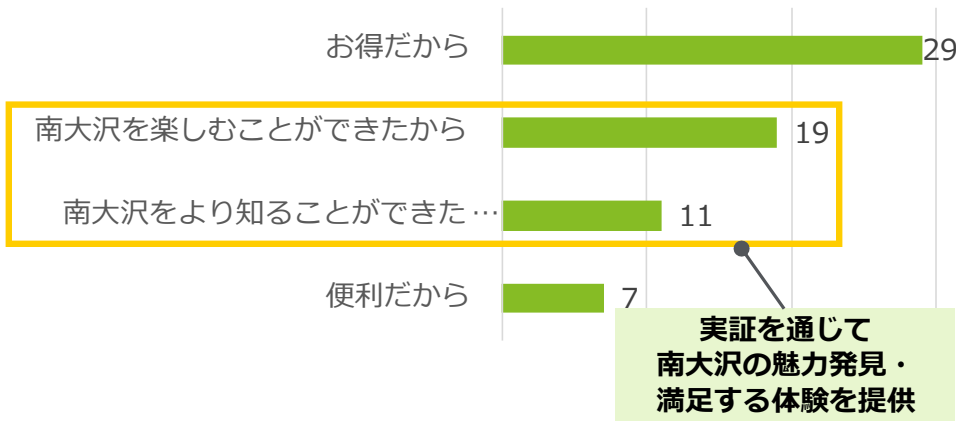
目標値

■ 4段階評価中 平均2.6以上

<「満足」・「やや満足」回答者>

N=43

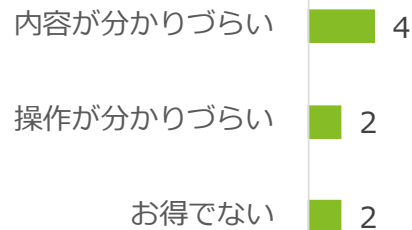
(※複数回答可)



<「不満」・「やや不満」回答者>

N=4

(※複数回答可)



・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。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。

凡例	11/1～30の スタンプラリー 取得数
■	501-
■	301-500
■	0-300

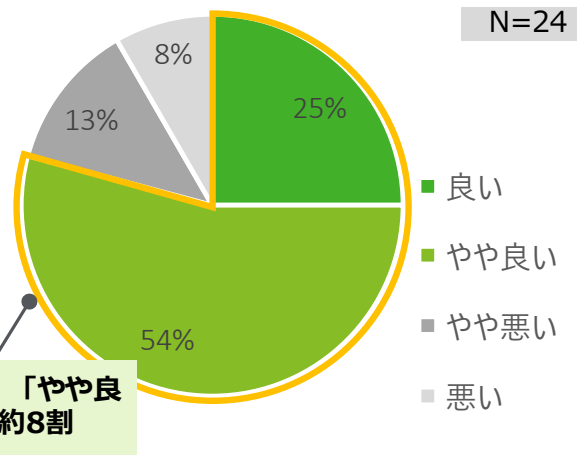
webチケット

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ほなかったのが良かったです。

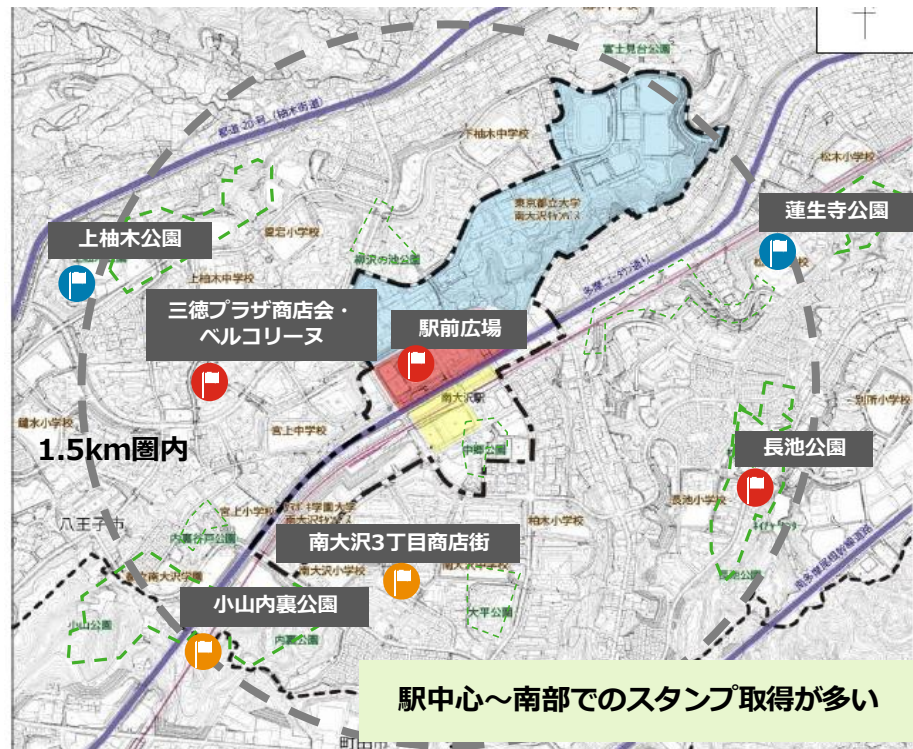
システム

✓ webチケット利用者にとってTAMa-GOの操作性



- 毎回ログインするのが、面倒だった (2件)
- 普段WRB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

スタンプラリー



ピサス

・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。

テシムス

・スタンプラリーの**QRコードが分かりづらかった (4件)**

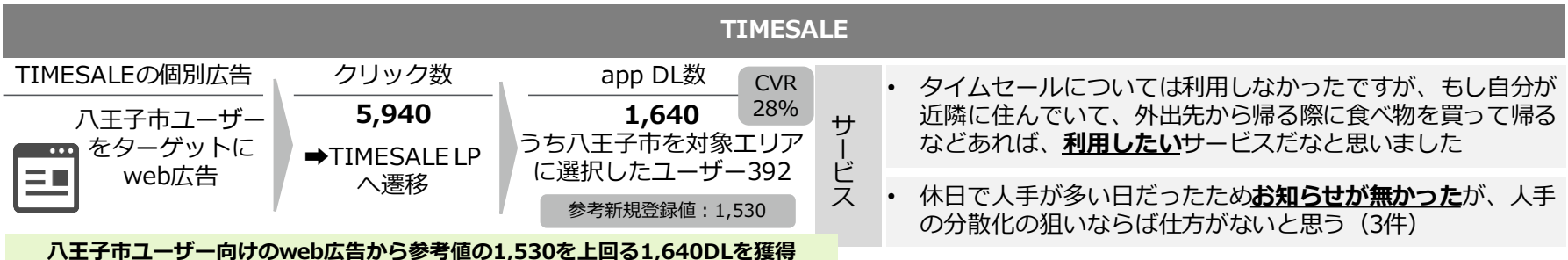
5-5 令和3年度実証実験共通アンケート調査結果(4)

・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。



オペレーション

- ・ 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)

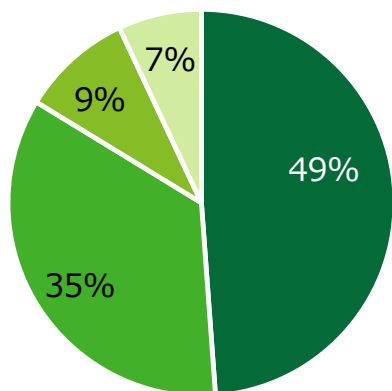


・実証実験協力事業者を対象としたアンケートを実施した。

共通アンケート概要

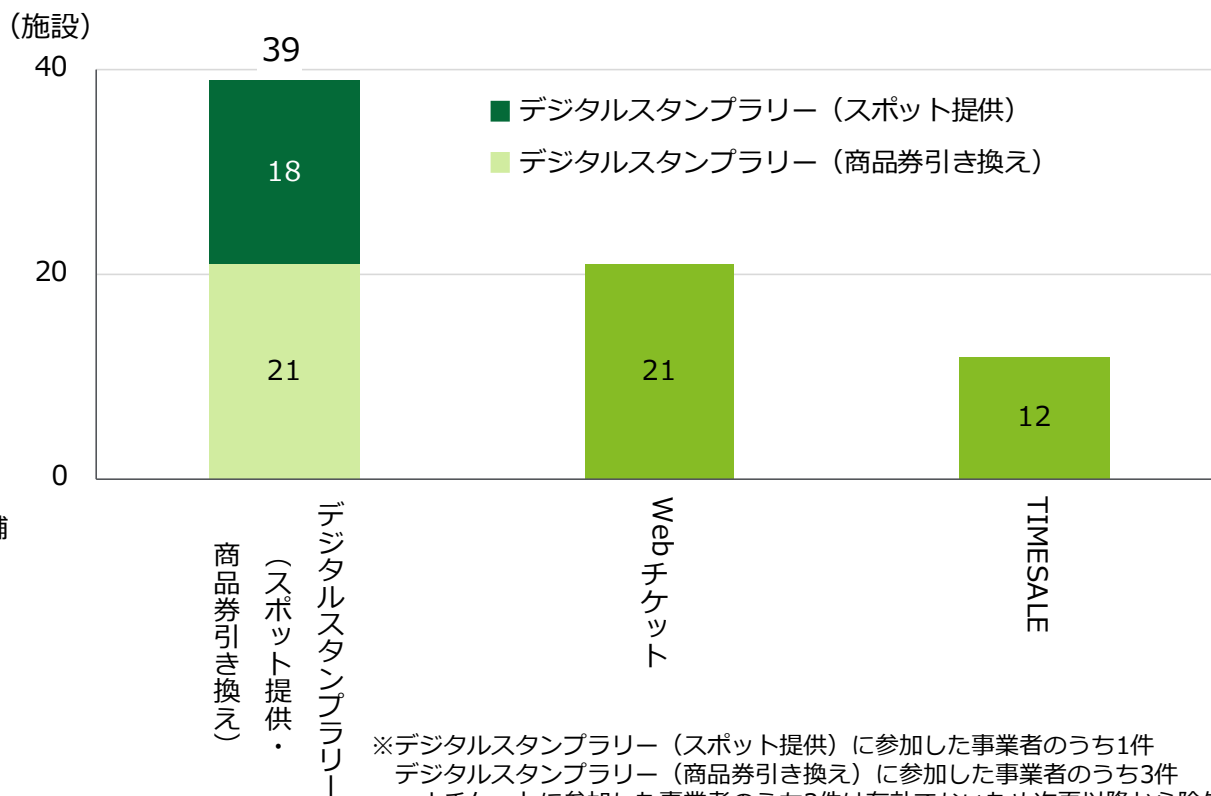
- 期間：2021年12月8日（水）～2022年1月16日（日）
- 対象：実証実験の協力事業者 55施設
- 回答率：78%（N=43件）（目標回答率：**90%**（回答数50件））
- 形式：web

アンケート回答者の分類



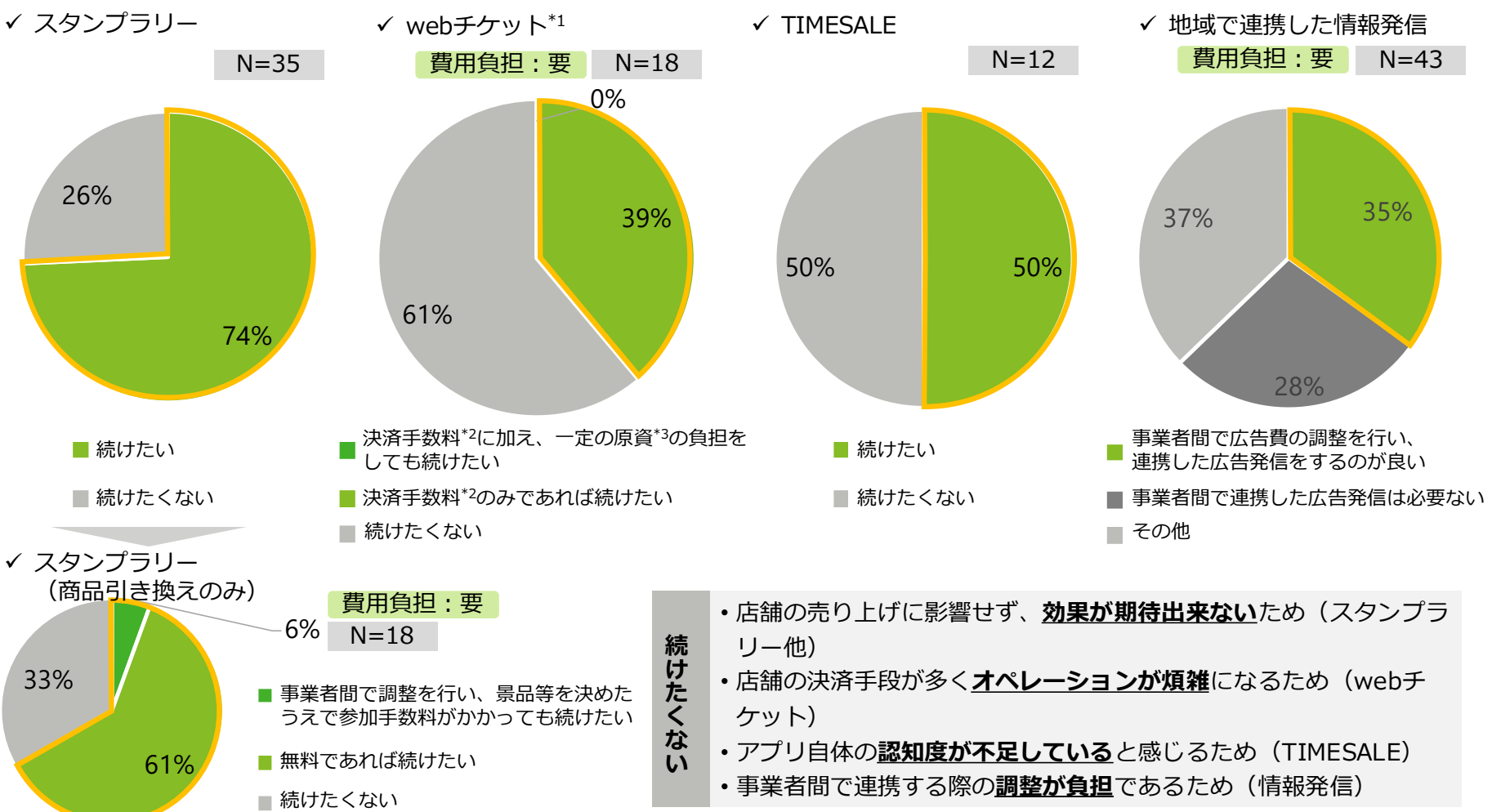
- 駅前商業施設内店舗
- 商店街加盟店
- 公園
- その他個店

アンケート回答者の参加施策（※複数回答）



※デジタルスタンプラリー（スポット提供）に参加した事業者のうち1件
 デジタルスタンプラリー（商品券引き換え）に参加した事業者のうち3件
 webチケットに参加した事業者のうち3件は有効でないため次頁以降から除外

・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：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

6 各部会の協力事業者による実験結果考察

・協議会での実証実験結果の振り返りにあたり、各部会において実験結果や課題点、今後の改善点や検討事項等について議論を行い、協力事業者から多様な意見が挙げられた。

	モビリティ部会	まちの賑わい部会	情報・その他部会
PL・サービス事業者による振り返り	<p><結果></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 回遊性向上を目的としたスタンプラリーであったが、<u>駅から離れた公園でも、一定の参加者が得られた</u> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <u>TAMa-GOから南大沢webチケット購入画面までの動線が分かりづらい</u>。またwebチケットの内容がポスターの内容では分かりにくく個別施策ごとのPRが必要 ✓ 参画店舗が限られていたことから、地域全体がスマートシティ実現に向けた共通認識の醸成を図る必要がある 	<p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ スタンプラリー<u>インセンティブの付与ルールが分かりづらく、またインセンティブの内容の訴求も不足</u>していた ✓ ポスターを見つけづらく、QRコード認証が分かりづらかったためUIの向上が望ましい ✓ <u>TIMESALEの店舗/施設の発信数・発信頻度が少なく</u>、事業者にとっての魅力・使いやすさの磨き込みが肝要である 	<p><結果></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ AIカメラによる混雑状況検知では、実証実験期間において<u>密となっている状況は稀</u>であった ✓ AI Beaconによる来街者人流解析では、実証実験期間は、<u>人数及び平均訪問回数は増加傾向</u>にあり、実証実験期間の<u>スポット間の回遊率は、増加傾向</u>がみられた
部会での議論	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <u>スタンプラリー達成者の約1割は60歳以上</u>であり、サービスの導線と魅力的なインセンティブの付与によって、高齢者にも利用をいただける可能性がある。 ✓ MaaSアプリは、<u>南大沢への来街者の視点だけでなく、地域住民の視点</u>も含めるべきである。 ✓ 都立大学の学生・教職員への情報の浸透を図るため、<u>南大沢駅から都立大学への導線内でPRを実施</u>する等今後検討が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 南大沢駅を起点として周辺エリアを回遊するためには、<u>移動の障壁が大きい</u>と考えており、駅でイベントを認知し、イベントに参加することはハードルが高いと考える。<u>情報発信だけでなく、集客力のあるイベントや取組の検討</u>が必要である。 ✓ 実証施策のみを対象とした場合は参加状況が低い一方、<u>駅前地区は一定程度賑わいが創出された</u>と感じる。今後は、時間をかけて<u>地域の巻き込み</u>に取組む必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ NTT東日本の実証実験に関しては、<u>技術検証のみならず</u>、スポットの訪問者数に占めるスタンプラリーへの参加人数等を分析し、<u>実証実験の取組がまちに与える影響を検証すべき</u>である。