

■ 事業のセールスポイント:

- ・顔認証技術やスマホアプリを活用し、来訪者向けに回遊促進サービスを提供。
- ・来訪者にスマホアプリで効果的な情報(+αのコンテンツ)を提供することで、目的地を追加し回遊性向上に繋げることが可能。

■ 対象区域の概要

- 名称 宇都宮市
- 面積 416.83平方キロメートル
- 人口 517,527人(R3.6.1)

位置図

【LRT沿線(対象区域)】



■ 都市の課題

宇都宮市の中心市街地では、
 ・恒常的な「賑わい」の創出
 ・「賑わい」の拡大

が課題

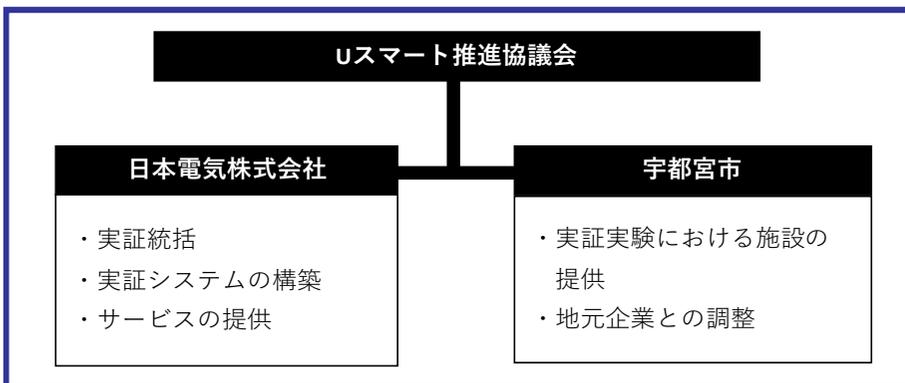
こうした課題に対応していくため、これまで以上に来訪者の回遊を促進するため、来訪者に「目的をプラスワン」してもらい、滞在時間の延長、地域に対する消費の増加を図っていくことが必要

■ 解決方法

来訪者に対し、顔認証技術とスマホアプリが連動した快適で利便性の高いサービスの提供し回遊を促進



■ 運営体制



■ KPI(目標)

・実証施策へのKPI

- ①回遊促進効果に繋がる情報コンテンツ
- 1) アプリダウンロード数:1,000人
 - 2) 会員登録者数:300人
 - 3) 広告によるHP誘導者率:5%
 - 4) 宇都宮マップ平均閲覧数:10回
 - 5) イベントカレンダー平均閲覧数:10回
 - 6) クーポン利用率:5%
 - 7) 抽選によるクーポン利用率:20%
 - 8) ミッションクリアクーポン利用率:10%
- ②顔認証決済/施設入場サービス
- 1) 顔認証決済利用率:10%
 - 2) 顔認証入退場利用率:10%

・事業モデルKPI:“広告宣伝費”

- 1) 広告掲載料(/店舗):500円
- 2) 会員一人あたりへのクーポン通知利用金(/通知):2.0円
- 3) 抽選通知料金(/通知) :0.5円
- 4) ミッションクリアクーポン通知料金(/通知) :5円

■本実行計画の概要

・Uスマート推進協議会では、宇都宮市におけるスマートシティの実現に向けた取組をさらに推進するため、2020年3月、向こう3年間で取り組む実証実験のテーマや内容等を盛り込んだ「宇都宮スマートシティモデル推進計画」を策定。

・この計画では、だれもが自由に移動でき、便利で楽しく過ごせる、クリーンなまち『地域共生型スマートシティ』の実現を目標に掲げ、「ルネッサンス大谷」「スマート・モビリティサービス」「スマート・ホスピタリティ」「スマート・エネルギーマネジメント」の分野を中心に、協議会の構成団体が連携して実証実験に取り組むこととしている。



- ・顔認証技術とスマホアプリを連動させたサービス提供による回遊性向上を図り事業モデルを検証。
- ・地域スポーツチームとの連携やクーポン等インセンティブの提供による有効性の確認。
- ・提供サービスの利用促進や地域密着型コンテンツの充実や更なるステークホルダー連携等が今後の改善点。

■ 実証実験の内容

① スマホアプリを活用した回遊促進効果につながる

情報コンテンツの提供

宇都宮市への来訪者向けに回遊促進につながるサービスを一元的に提供するアプリをリリース

→スポーツイベント会場や、店舗等で告知し、アプリダウンロード、属性情報の登録を促す。

→登録した来訪者に対し、クーポン、広告、観光情報等を配信し、利用状況を把握し、回遊促進効果を検証



ポスター

② 顔認証決済、施設入退場サービスの提供

→アプリに顔データと決済情報を登録し、市内4店舗に設置した決済端末に顔をかざすことで決済できる仕組みを構築

→顔認証決済による利便性向上効果を店舗アンケートにより測定

→利用者データから来訪者の購買行動を把握。今後のキャッシュレス化促進に向けた施策立案に活用



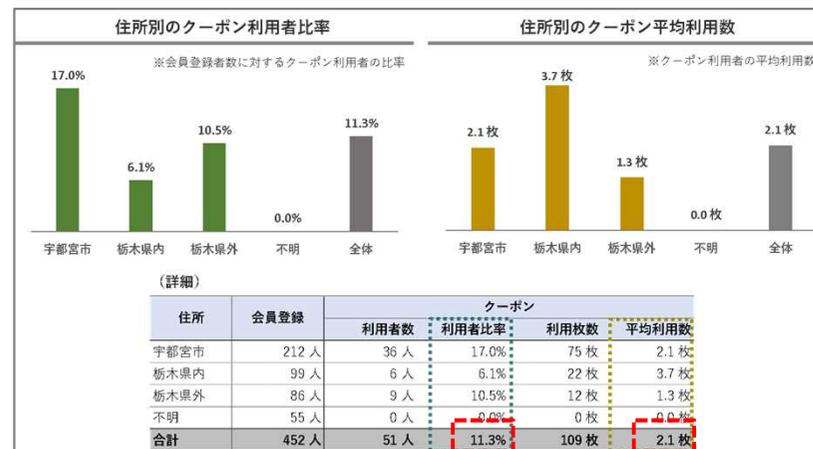
スマホ・アプリ画面

上記実証内容の結果を踏まえ、スマートホスピタリティ事業の収益性やサービス内容、事業主体の在り方を含めた持続可能な事業モデルの検証を行う。

■ 実証実験で得られた成果・知見

取得データの分析から、中心市街地回遊促進という観点で以下の内容が確認できた。

- ・アプリダウンロード数に対して約8割が会員登録しており、アプリ会員登録促進に向けては、来訪目的に合致する地域コンテンツ(スポーツチームや店舗等)との連携は有効施策になり得ること。
- ・登録会員の10%以上がクーポンを平均約2枚利用したため、クーポン提供は回遊施策になり得ること。
- ・クーポン利用を促進させる手段として、ターゲットを明確に設定し、インセンティブを付与することが有効策と考えられること。



クーポン利用者比率と平均利用数

利用者10%以上
平均約2枚利用

- ・実証で得られた課題:①提供手段、②地域密着型コンテンツ、③効率的な情報提供
- ・中長期的には地域で持続可能な事業への自走化を念頭に、LINEの活用、ターゲティング情報配信、地域ステークホルダーとの連携等実施予定。

■ 実証実験で得られた課題

①提供手段の利用促進

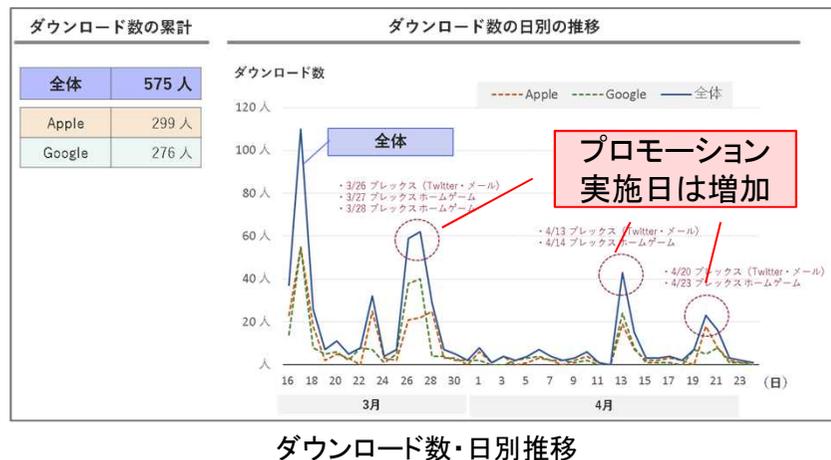
- ・専用アプリではダウンロードのハードルが高いため、LINE等の連携により利用促進を図る必要がある。

②地域密着型コンテンツの提供

- ・提供されるコンテンツの閲覧機会を向上させる必要があり、そのためには地元メディアとの連携による、より地域に密着したコンテンツの提供が必要である。

③効率的な情報提供

- ・クーポン等の情報提供は回遊性を高めるための有効な施策になり得るが、利用を促進するためには利用者のニーズにマッチした情報を効率的に提供し行動変容を促す必要がある。



■ 今後の取組:スケジュール

今回の実証で得られた成果・課題を勘案し、以下の観点で実装を目指す。

◆短期的な取組み(R3年度)

○LINEの活用

- ・LINE連携により、アプリをスマホへダウンロードインストールするという手間を簡略化し活用までのハードルを下げることにによる利用促進効果を検証する。

○利用者ニーズにマッチした情報配信

- ・イベント等への来訪者等、利用者に合わせたターゲティング情報配信効果を検証する。
- ・チャットbotを活用したゲーム性を持たせた情報提供効果を検証する。

○地域ステークホルダーとの連携

- ・スポーツチームや訴求力の高い施設、店舗、地元メディア等との連携により、会場以外への来訪特典、優先入場、クーポンの配布など、来訪者の回遊促進に向けた魅力向上に繋がる地域密着型コンテンツの提供を図る。

◆中長期的な取組み(R4年度以降)

- ・地域ステークホルダーとも連携しながら、地域で持続可能な事業としての自走化を図る。