

早期の社会実装を見据えた
スマートシティの実証調査(その 12)

調査報告書

令和 4 年 9 月

国土交通省 都市局
新潟市スマートシティ協議会

報告書目次

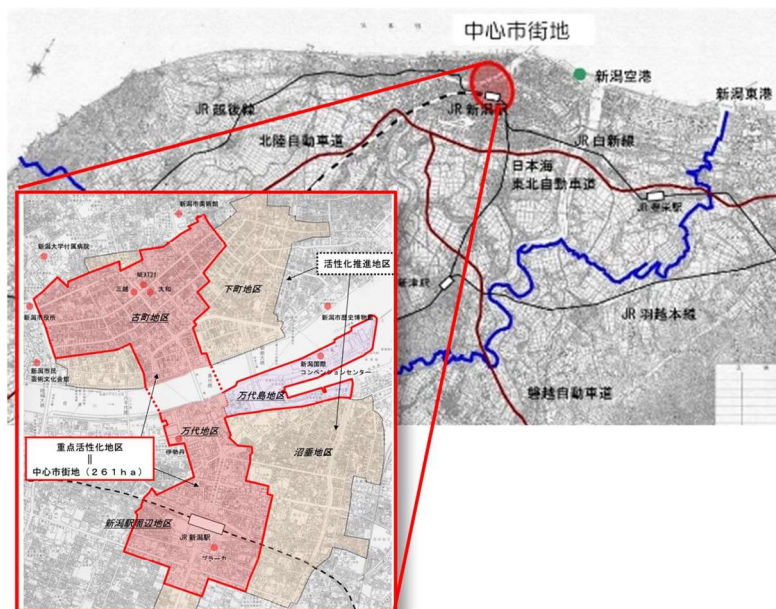
1. はじめに.....	1-1
1-1 対象区域の概要および課題について	1-1
1-2 コンソーシアムについて	1-3
2. 目指すスマートシティとロードマップ	2-1
2-1 目指す未来	2-1
2-2 ロードマップ.....	2-6
2-3 KPI.....	2-8
3. 実証実験の位置づけ.....	3-1
3-1 実証実験を行う技術・サービスのロードマップ内の位置づけ	3-1
3-2 ロードマップの達成に向けた課題および本実証実験の意義・位置づけ	3-3
4. 実験計画.....	4-1
4-1 実験で実証したい仮説	4-1
4-2 実験内容・方法および仮説の検証に向けた調査方法.....	4-2
4-3 仮説の検証方法	4-10
5. 実験実施結果	5-1
5-1 実験結果.....	5-1
5-2 技術の実装可能な時期、実装に向けて残された課題.....	5-40
5-2-1 基盤ツール開発に係る取組み	5-40
5-2-2 情報提供及びインセンティブ付与に係る取組み	5-42
5-2-3 レンタサイクルの高度化に係る取組み.....	5-43
6. 横展開に向けた一般化した成果	6-1
6-1 タッチポイントデバイスの導入効果に関する知見	6-1
6-2 レンタサイクルの運用効率化及び高度化に関する知見	6-1
6-3 スマートシティの実装に関する知見	6-1
6-4 タッチポイントにより得られる行動ログデータのスマート・プランニングへの活用可能性に関する知見.....	6-2
7. まちづくりと連携して整備することが効果的な施設・設備の提案.....	7-1
7-1 提案施設・設備	7-1
7-2 施設・設備の設置、管理、運用にかかる留意点	7-2
7-3 地域特性に合わせた提案	7-4

1. はじめに

1-1 対象区域の概要および課題について

(1) 区域の概要

対象区域は、人口 78 万 6 千人(令和 2 年 5 月現在)を有する政令指定都市新潟市の中心市街地である。



▲対象区域

対象区域の概要

- ・ 名称：新潟市中心市街地(新潟駅周辺地区、万代地区・万代島地区、古町地区)
- ・ 面積：261ha
- ・ 人口：16,449 人(令和 2 年 4 月 30 日現在)

【新潟駅周辺地区】

- ・ 陸の玄関口である新潟駅を中心に大手事業所の本・支店等の業務系機能が集積し、ビジネス街の様相を呈している一方、近年では既成市街地の再開発も進んでいる。

【万代地区】

- ・ 昭和に入って大規模な商業開発が進み、百貨店や大規模集客施設が集積する商業地区である。
- ・ 大型店や立体駐車場が隣接している構造を活かし、各施設の二階部分をペデストリアンデッキで結んだことにより、地区内を回遊でき、人気ブランドショップも多いことから若い人にとって人気の高い地区である。

【古町地区】

- ・新潟湊が繁栄を極めていた時代から商業・業務の集積地であり、大型店と老舗小売店が中心となって、市外、県外からも買い物客が訪れる商店街である。
- ・市民の間ではかつては「まちに行く」とは「古町に行く」と同義であったほど、新潟市の顔となっている地区である。

【万代島地区】

- ・用途地域上では準工業地域となっているが、ここは同時に臨港地区でもあり、近年、都市における港の役割が見直され、賑わいを生む空間として整備が進んでいる。
- ・特に、コンベンション施設として平成15年にオープンした「朱鷺メッセ」が拠点機能を担っており、また、平成19年に移転した魚市場跡の活用等により、港の魅力を活かした集客効果が期待されている。

1-2 コンソーシアムについて

本取組の主体となる新潟市スマートシティ協議会は、以下に示す産官学 39 団体(現時点)で構成されている。

▼新潟市スマートシティ協議会構成員 (R4.9 時点)

地方自治体	新潟市
民間事業者等代表	(株)ドコモビジネスソリューションズ
有識者	新潟大学工学部教授 佐々木 重信 事業創造大学院大学
民間事業者等	あいおいニッセイ同和損害保険(株)新潟支店、エヌシーイー(株)、OpenStreet(株)、木山産業(株)、Gugenka®(株)シーエスレポーターズ、グリーン産業(株)、グローリー(株)新潟営業所、(株)国際総合計画、佐渡汽船(株)、(株)ジェイアール東日本企画新潟支店、(株)ソトコト・プラネット、ソフトバンク(株)、太陽交通(株)、太陽交通新潟(有)、(株)第四北越銀行営業本部、東京海上日動火災保険(株)、東武トップツアーズ(株)、(株)ナカノアイシステム、(公財)新潟観光コンベンション協会、(一社)新潟県都市整備協会、(一社)新潟市医師会、新潟市ハイヤータクシー協会、新潟商工会議所、新潟駐車協会、(一社)新潟MICEサポート、東日本電信電話(株)新潟支店、東日本旅客鉄道(株)新潟支社、BIPROGY(株)、(株)BSNアイネット、(株)福山コンサルタント東京支社、富士通Japan(株)新潟支社、フラー(株) ※五十音順
エリアマネジメント	新潟古町まちづくり(株)
オブザーバー	新潟国道事務所、信濃川下流河川事務所

2. 目指すスマートシティとロードマップ

2-1 目指す未来

(1) 区域の目標

実行計画では、地域ストック(施設、空間、文化)を活かしたアイデアが次々にサービスやコンテンツとして具現化される「クリエイティブシティ」の実現を目指している。

クリエイティブシティの実現により、まちなかでのアクティビティが充実し、来街者の満足度やQOLが最大化するとともに、まちなかならではのクリエイティブなコンテンツの充実により、様々な価値観の対流を促進し、まちなかの賑わい創出が図られることが期待される。

まちなかの賑わい創出の仕組みを実装



目標とする効果

まちなかでのアクティビティの充実により来街者の満足度やQOLが最大化

まちなかならではのクリエイティブなコンテンツが充実し、様々な価値観の対流が促進

賑わい創出

▲実行計画により実現するまちの全体像

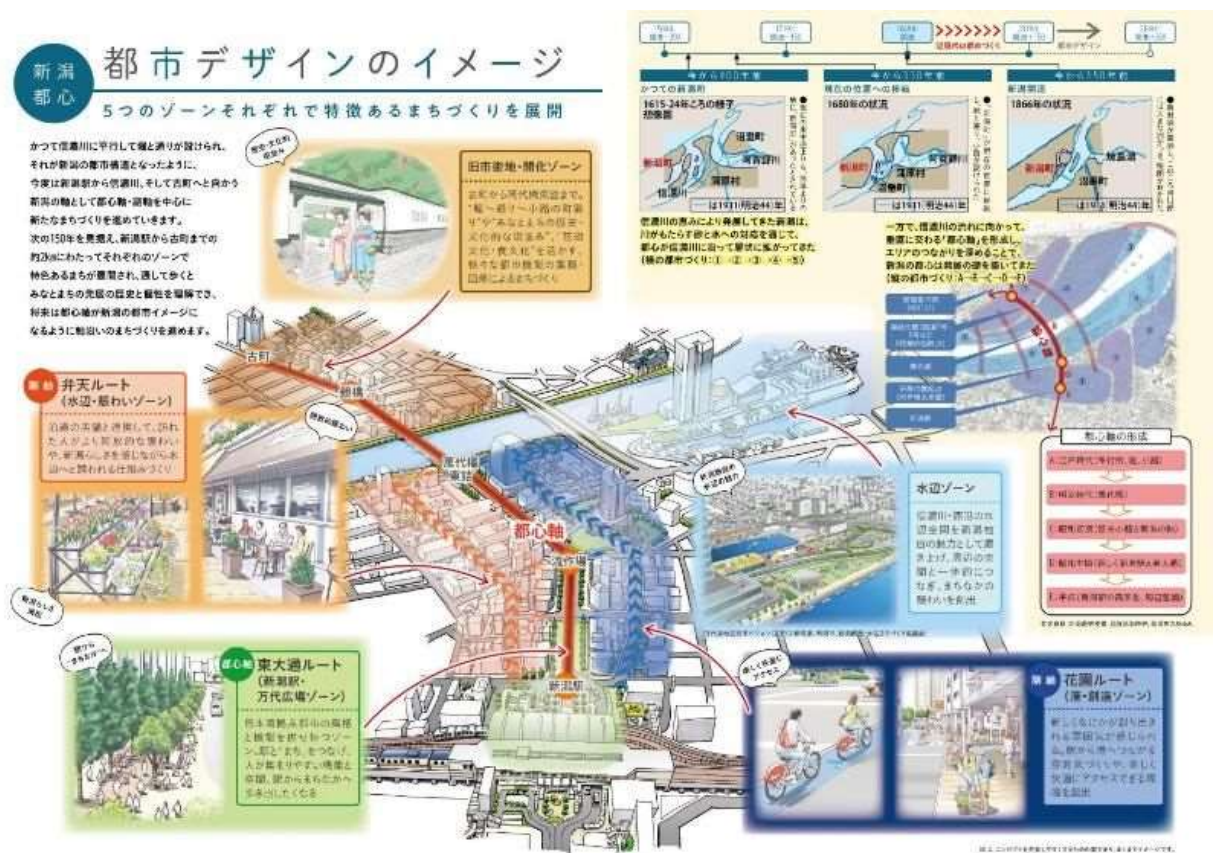
※(参考)区域における関連ビジョン

区域のまちづくりに関し、以下のビジョンが掲げられており、本取組との親和性も高いことから、本取組は当該ビジョンとの整合性にも配慮しつつ、互いに連携しながら区域の目指すまちづくりの実現を目指す。

◆新潟都心の都市デザイン

2019年の開港150周年や新潟駅のリニューアル等、まちづくりの節目を契機として、新潟市の魅力向上や暮らしをより豊かなものとするため、これから先150年を見据えた都市デザインとして描かれたものである。

これまでの都市の歴史の中で、現在に至るまでの都市構造の変遷を振り返り、これから先150年を見据えた都市デザインとして理念がまとめられており、それぞれの特徴を有するゾーンと、新潟駅～古町地区を結ぶ都心軸及び都心軸を補完する副軸が都市の目指すビジョンとして描かれている。



出典：新潟都心の都市デザイン

▲新潟都心の都市デザイン

◆にいがた2km(ニキロ)

新潟駅、万代、古町を結ぶ都心軸(ほぼ2km)沿線エリアを中心としたまちづくりを官民連携で進めるため、当該エリアについて親しみやすい呼称とロゴが新潟市より発信されており、今後都心軸を中心にまちなかの活性化を図っていくものとして、本取組みの内容と親和性の高いビジョンが掲げられている。



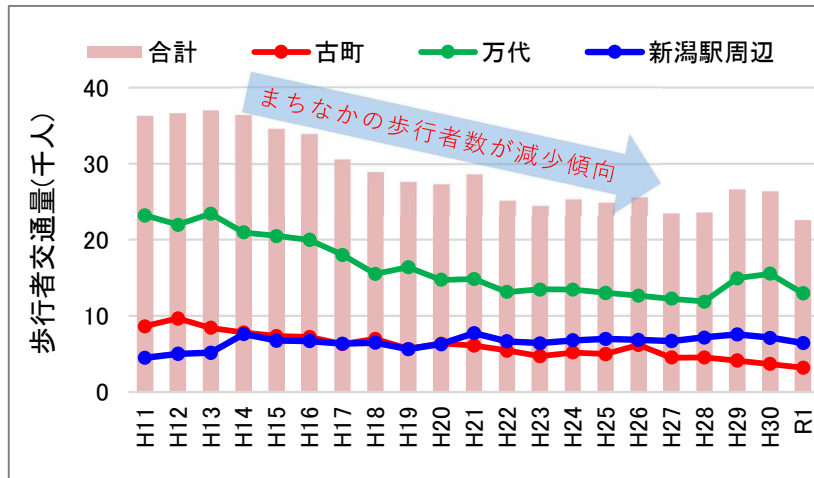
出典：新潟市HP

▲にいがた2km

(2) 区域の課題

1) 区域の現状

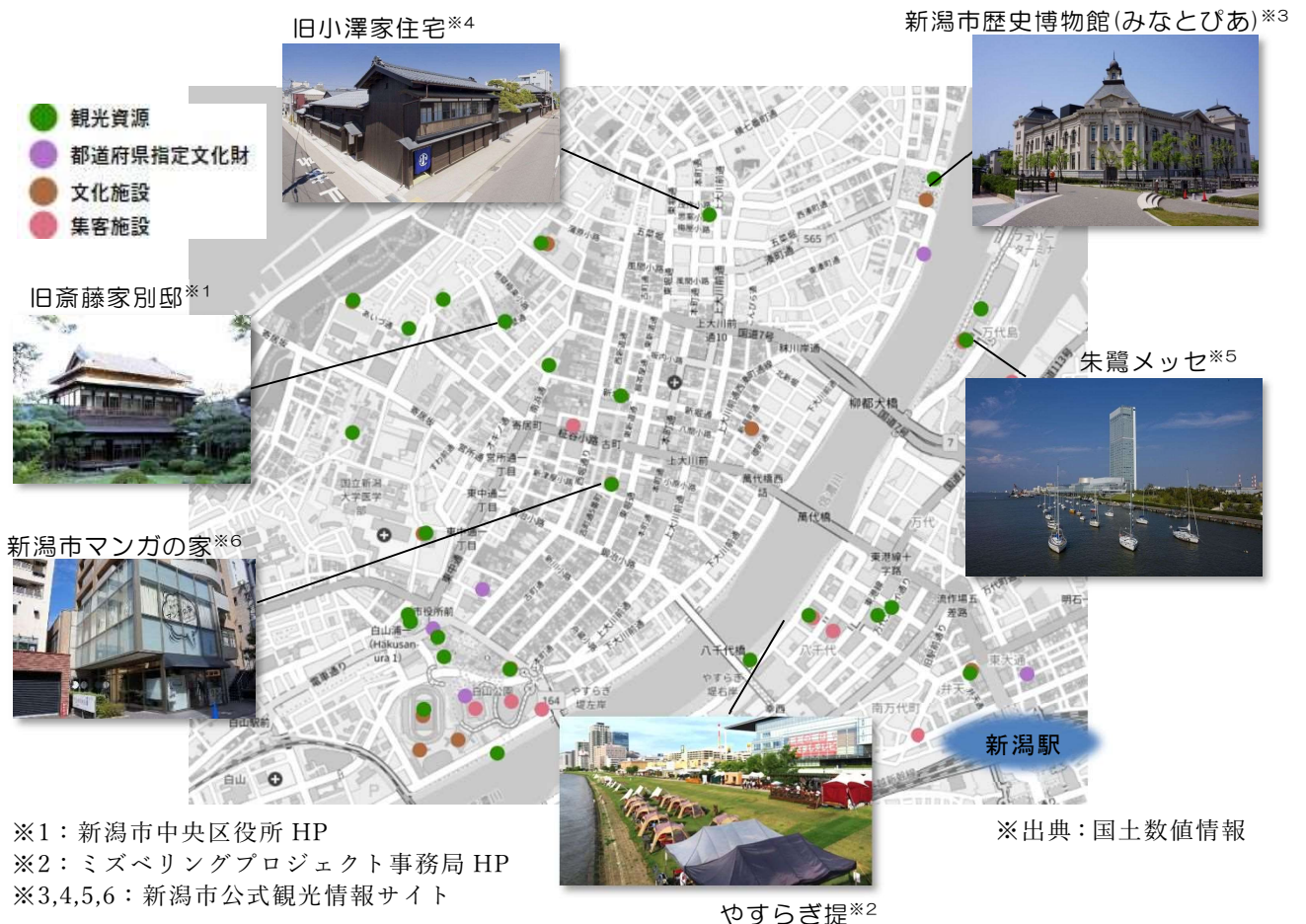
区域内の主要断面における歩行者交通量の推移をみると、新潟駅周辺では横ばい傾向にあるのに対し、古町地区及び万代地区では減少傾向にあり、区域全体としても減少傾向にある。



出典：新潟市商店街連盟による歩行者通行量調査結果

▲区域内主要断面での歩行者交通量の推移(各地区1箇所あたり)

一方で、本区域には商業施設、文化・歴史施設、観光施設、緑地等多様な拠点が点在しており、豊富な地域ストックを有している。



▲区域周辺の地域ストックの分布

2) 区域の課題

区域の現状から、本取組で対象とする区域の課題を以下のように設定する。

また、以下の課題を解決するため、地域が保有するアイデアの実行を後押しする「アドバイザーツール(スマート・プランニング)」、創出したコンテンツを来街者に届ける「まち全体で共有する統合媒体(統合アプリ)」等の「地域ストック活性化ツール」に加え、地域が主体となり、様々なサービスの創出を促進するための「サービスプラットフォーム」の実装に主に取組んでいく。

課題 1

既存ストック(施設、空間、文化)の最大活用

課題 2

点在するストックを結びつけるモビリティ環境の整備

課題 3

地域や民間による自発的・独創的なコンテンツの創出

目標とする効果

まちなかでのアクティビティの充実により来街者の満足度や QOL が最大化

まちなかならでのクリエイティブなコンテンツが充実し、様々な価値観の対流が促進

「地域ストック活性化ツール」の地域実装を実現

地域が主体で活用できる
地域ストック活性化ツール

地域が主体で活用できる
サービスプラットフォーム



※1: 古町花街美食めぐりHP ※2: 新潟市中央区役所HP ※3: 新潟市公式観光情報サイト ※4: ミスベリングプロジェクト事務局HP
 ※5: 新潟市HP ※6: 日本海縦断観光ルートプロジェクトHP ※7: 北陸地方整備局港湾空港部HP ※8: 新潟市食文化創造都市推進会議HP

▲区域の課題及び課題解決を図る地域ストック活性化ツール

2-2 ロードマップ

本スマートシティの実現に向けた施策とロードマップおよびスケジュールは以下の通りである。

地域ストック活性化ツールの実装

データ駆動型コンテンツ統合アプリの開発

スマート・プランニングの実装

都市情報基盤(動的データプラットフォーム)の構築

このツールの活用を軸に・・・

新たなまちづくりの仕組みの実装

スマートなインセンティブ付与

あらゆる空間を活用した集客系コンテンツの創出

レンタサイクルの高度化

来街者への情報発信・レコメンド

公共空間、空き地・空き家活用促進プラットフォーム

ヘルスケア・ビューティーケアプラットフォーム

新潟市版 MaaS および新たなモビリティの導入

▲個別の取組内容(実行計画策定時点)

項目	実施済み	2020年度	2021	2022	2023
地域ストック活性化ツールの実装ロードマップ					
	協議会設立 シミュレーション試行	再開発事業完成	新潟駅リニューアル	総合計画等更新 ツール定着	中・長距離バスターミナル整備 自立的な運用で更なる活性化
ツール開発スケジュール ※ ■ はR2実証調査等で実施 ※ ■ はR3実証調査等で実施提案					
統合型アプリ	既存アプリ	アプリ整備 機能追加	アプリ利用促進の重点的検討	他施策との連携で機能拡充	順次本格稼働
スマブラ	一部エリアでの試行	エリア拡張 機能の拡張	他施策との連携で機能拡充		順次本格稼働
基盤整備	現況人流データ蓄積	実行計画	実証実験 (データ基盤整備)	外部データ連携	順次本格稼働
施策導入スケジュール ※ ■ はR2実証調査等で実施 ※ ■ はR3実証調査等で実施提案					
情報提供		実行計画	実証実験 (既存ガイド連携)	本格稼働 ※内容は随時拡充	
インセンティブ	既存のインセンティブ	ビジネスモデルの検証	実証実験 (MICE連携)	順次本格稼働	
集客コンテンツ		実証実験 (水辺空間活用)	実施計画 (スマートプラザ)	実証実験 (スマートプラザ)	本格稼働
レンタサイクル	既存のレンタサイクル	導入効果の検証	実証実験 (運用最適化)	順次本格稼働	
公共空間等の活用		実行計画	実証実験 (屋外空間活用) 実施検討 (空き家等の活用)	実証実験 (空き家等の活用)	順次本格稼働
ヘルスケア	SWC事業の取組み	実行計画	(実証実験) 回遊×健康PF	外部データ連携	順次本格稼働
MaaS	実証実験 (別途取組)	実行計画	実証実験	モビリティ相互連携、 アプリ統合	本格稼働

▲実行計画のロードマップ及びスケジュール(実行計画策定時点)

2-3 KPI

- ・プロジェクトの実施による区域の課題解決及び目標の達成状況を評価するため、実行計画全体として目標とするKPIを下表の通り設定する。
- ・KPI設定の考え方として、本実行計画で全体の目標としているまちなかの賑わい創出の達成に対し「来街者の視点」及び「地域関係者・事業者の視点」の両面の活性化が重要と考えており、これら両面の視点により計画の進捗管理を行っていくものとし、また、成果重視の進捗管理を行う観点から、アウトカム指標を用いるものとする。
- ・具体的なKPIの設定として、「来街者の視点」については、来街者の満足度を直接アンケート等により調査することが考えられるが、現状ではこのようなアンケートを定期的に実施できる体制が整っていない状況である。
- ・一方で、既往文献等を参考とすると、人の行動と満足度には関連性があり、行動頻度または目的地や移動経路として選択される施設や空間が多い程来街者の満足度が高くなることが示唆されているものもあることから、当面は現状でも計測が可能な来街者数や滞在時間・立寄り箇所数をKPIとして設定する。
- ・また、「地域関係者・事業者の視点」については、本来であれば区域内における消費額の増加割合等が直接的な評価指標と考えられるが、これも現時点で計測が困難と考えられることから、当面は地域の関係者や事業者により自発的に創出・提供される新たなサービス等の件数を暫定的な評価指標として設定する。

▼実行計画全体のKPI

区域の目標	プロジェクト全体のKPI	目標値	
		現状	2022年度
◆ <u>来街者の視点</u> 回遊性の向上及び来街者の満足度やQOL向上	主要箇所における歩行者数・来街者数	約5,850人/箇所	6,000人/箇所
	区域内の一人あたり滞在時間	今年度から計測	2022年度まで毎年
	区域内の一人あたり立寄り箇所数	今年度から計測	前年度以上を維持
	(参考)アンケート調査による来街者の満足度	※計測方法等を精査の上適宜計測	
◆ <u>地域関係者・事業者の視点</u> まちなかならでの自発的・独創的コンテンツの充実	区域内の空家・空き店舗の自発的な活用件数	90件/年(全市)	2022年度まで毎年
	公共空間を利用したイベントの自発的な発生数	今年度から計測	前年度以上を維持
	地域企業等による自発的な統合アプリ活用数	今年度から計測	
	(参考)区域内における消費額の増加割合	※計測方法等を精査の上適宜計測	

3. 実証実験の位置づけ

3-1 実証実験を行う技術・サービスのロードマップ内の位置づけ

本スマートシティ実行計画は、既存の地域ストックを活かしたまちなかの活性化を目標に、「統合媒体」、「アドバイザーツール」、「サービスプラットフォーム」の導入による持続的なまちづくりの仕組みの実装に取り組むものである。

本実証実験は、昨年度の実証実験により開発されたツールや仕組み等を基に、スマートシティの実装に向けた取り組みの拡大・発展に必要な新たなツールや仕組みについて実証を行うものである。

また、実証により得られる新たなデータ（行動ログ）について、データ利活用の基盤となるスマート・プランニングへの活用可能性も検証し、スマート・プランニングの機能強化によるアドバイザーツールとしての有効性向上を図る。

まちなかの賑わい創出の仕組みを実装

新たに取得したデータによる
データ利活用基盤の強化

サービス利用者等の拡大による
取得データ量の拡大及びサービスの高度化



※1：古町花街美食めぐりHP ※2：新潟市中央区役所HP ※3：新潟市公式観光情報サイト ※4：ミスベリングプロジェクト事務局HP
 ※5：新潟市HP ※6：日本海縦断観光ルートプロジェクトHP ※7：北陸地方整備局港湾空港部HP ※8：新潟市食文化創造都市推進会議HP

目標とする効果

まちなかでのアクティビティの充実により来街者の満足度や QOL が最大化

まちなかならではのクリエイティブなコンテンツが充実し、様々な価値観の対流

賑わい創出

▲目指す都市像における実証実験の位置づけ

本実証実験のロードマップ上の位置づけは以下に示すとおり、統合型アプリやスマート・プランニングも含めたデータ利活用基盤の構築を図るものであるとともに、情報提供、インセンティブ、レンタサイクル等のサービス・プラットフォームと連動した取組みとなり、実行計画の推進に有意な実証と位置付けられる。



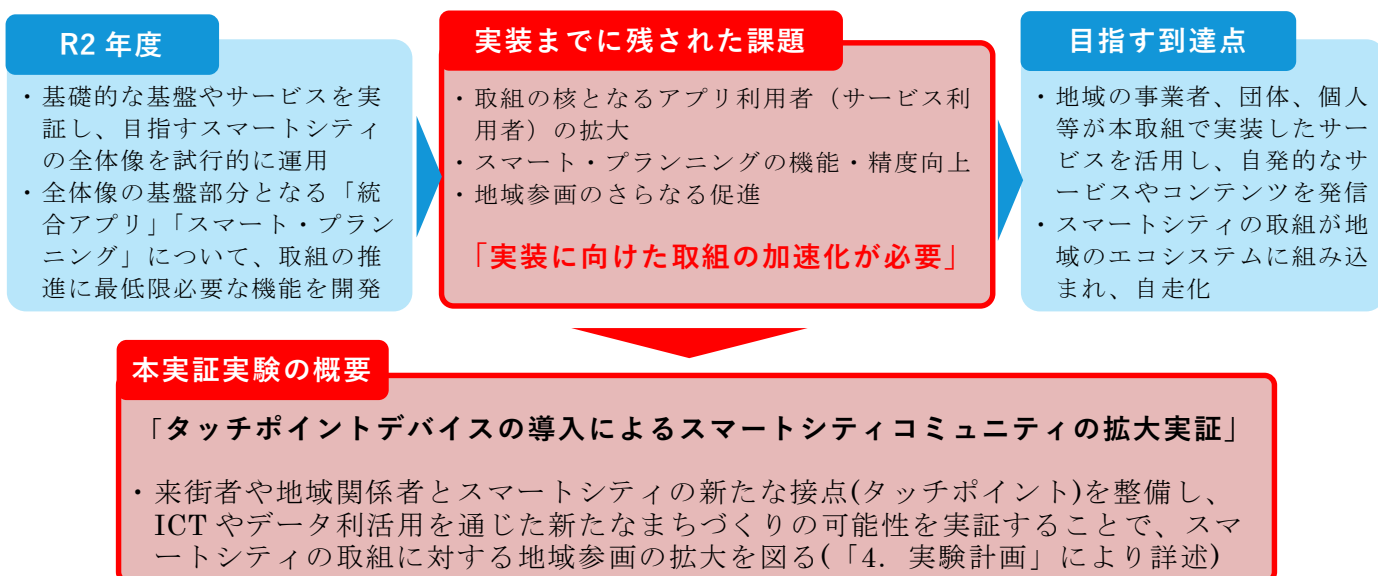
▲ 実行計画ロードマップ(R3.3時点)における実証実験の位置づけ

3-2 ロードマップの達成に向けた課題および本実証実験の意義・位置づけ

まちなかの活性化に資するスマートシティの実装に向けた取組みとして、昨年度は取組みの基盤となる「統合媒体(アプリ)」、「アドバイザーツール(スマート・プランニング)」、「サービス・プラットフォーム」について、本スマートシティを運用するための最低限の機能について開発を行ったところである。

一方実行計画では、スマートシティの実装に際し地域との連携を重要視しており、また、まちづくりに有効となるデータを効率的に収集する観点からも、創出されるサービスの利用者や、連携する地域関係者等の拡大が現状の課題となっている。

本実証実験では、来街者や地域関係者に対し、統合アプリを通じたサービス以外の接点(タッチポイント)をアセットとしてまちなかに整備することにより、スマートシティの取組みに対する来街者や地域関係者等の参画拡大の可能性を検証し、実装の実現に向けて大きく前進を図ることを目指すものである。



▲ R2 年度の取組を踏まえた課題及び本実証実験の概要

4. 実験計画

4-1 実験で実証したい仮説

本調査により実証する仮説は以下のとおりである。

▼ 本実験で検証する仮説

期待する成果	仮説
タッチポイントデバイスの導入効果	<ul style="list-style-type: none">・人流と紐づいた来店・購買データが取得できる・多様なインセンティブの付与により来街者の行動変容に寄与・サービス提供インフラの構築により、本取組みへの地域参画が促進
レンタサイクルの運用効率化・高度化	<ul style="list-style-type: none">・レンタサイクル利用者の拡大に寄与・サイクルポート毎の車両の偏り是正に寄与・ダイナミックなインセンティブ提供が利用者の行動変容やまちなかへの波及効果に寄与

4-2 実験内容・方法および仮説の検証に向けた調査方法

(1) 実証実験の概要

■実証実験名称

- ・タッチポイントデバイスの導入によるスマートシティコミュニティの拡大実証

■実施日時

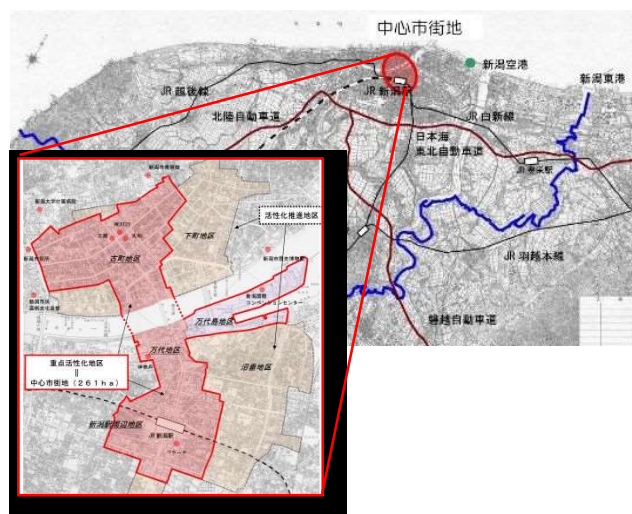
- ・R4.7.1（金）～R4.7.31（日）

■実証実験位置

- ・新潟市中心市街地周辺(新潟駅周辺地区、万代・万代島地区、古町地区)

対象区域の概要

- ・名称：新潟市中心市街地
(新潟駅周辺地区、万代地区・
万代島地区、古町地区)
- ・面積：261ha
- ・人口：16,449人(令和2年4月30日現在)



▲ 実証実験位置

■都市、地域の課題と実験との関係

- ・対象地域では、地域の既存の魅力を活かした活性化が重要課題となっている。
- ・そのため本実証では、地域に関係する事業者や団体等が、様々なサービスを自立的・持続的に創出することが可能なプラットフォームを構築し、まちなかの賑わい創出効果や運用・ビジネスモデルの可能性を検証する。

■ターゲット

- ・一般来街者及びまちなかでのイベント参加者
- ・地域の商業・観光事業者及び団体

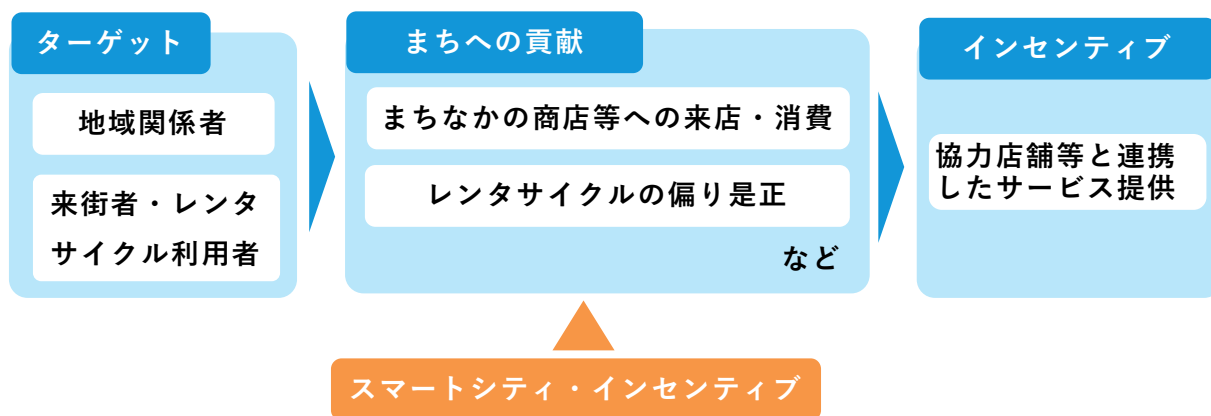
(2) 実験の全体像

本実証実験は、あくまで持続的な本格実装を見据えて実施するものであるが、そのためには取組の認知度を地域や一般の方に浸透させることが重要と考えられることから、本実証実験では、以下のような期間限定のイベントを企画し、地域関係者等の協力・参加や来訪者への周知を展開した。

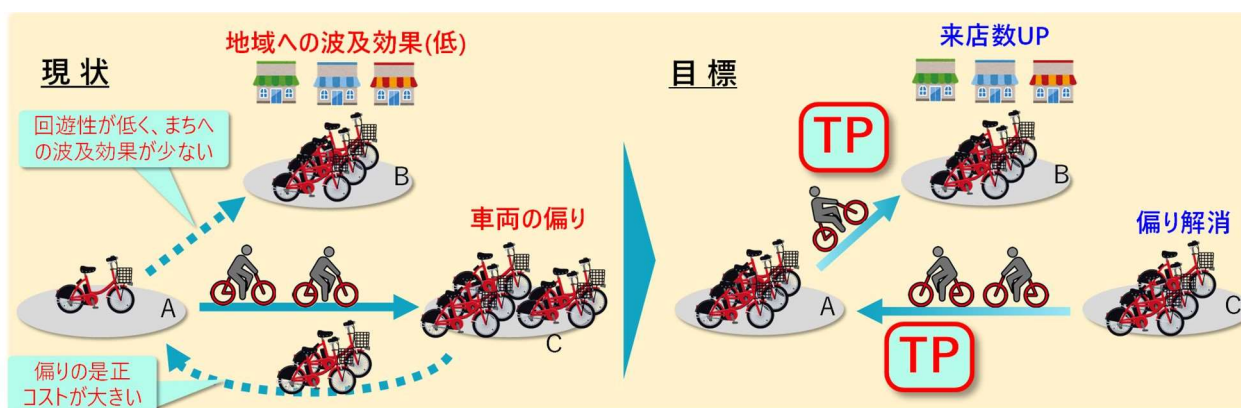
また、タッチポイントは単にお得なインセンティブを提供するためのデバイスではなく、将来的にはまちへの貢献（まちなかの店舗利用やレンタサイクルの利用など）を行った方を幅広く識別し、その価値を可視化することを目的とするため、既存のレンタサイクルとも連携した取組を検討した。

タッチポイントの活用によるインセンティブ付与イベント

- ・まちなかの店舗への来店や消費行動（まちへの貢献）に対しインセンティブを付与し、まちなかでの回遊促進や、地域関係者との接点拡大を図る。



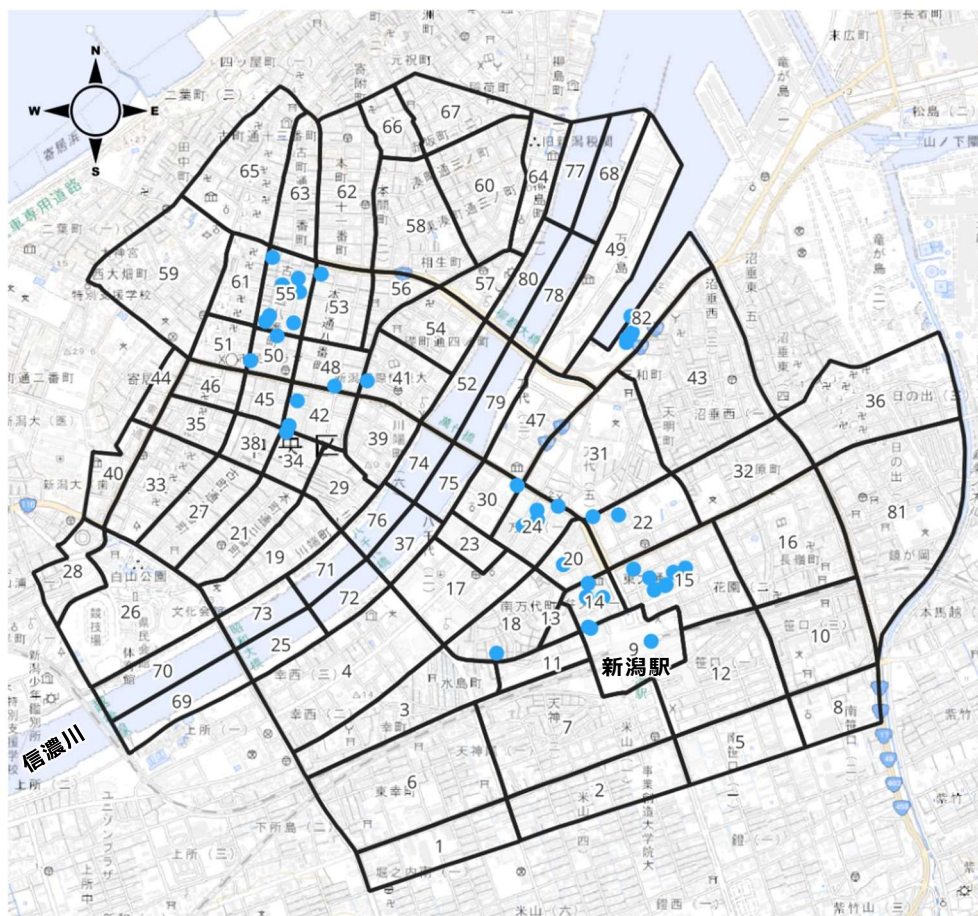
▲ 実験の全体像



▲ (参考) レンタサイクルのダイナミック運用のイメージ

本実証実験におけるタッチポイントの設置位置を以下に示す。

今回の実証実験では、エリア内の 40 店舗（今回の実証実験では全て飲食店）にタッチポイントの設置及びサービス提供に関して協力を頂いた他、別途実施の空間活用促進の実証実験実施箇所（2 箇所）と合わせて計 42 箇所に設置を行った。



▲タッチポイント設置箇所

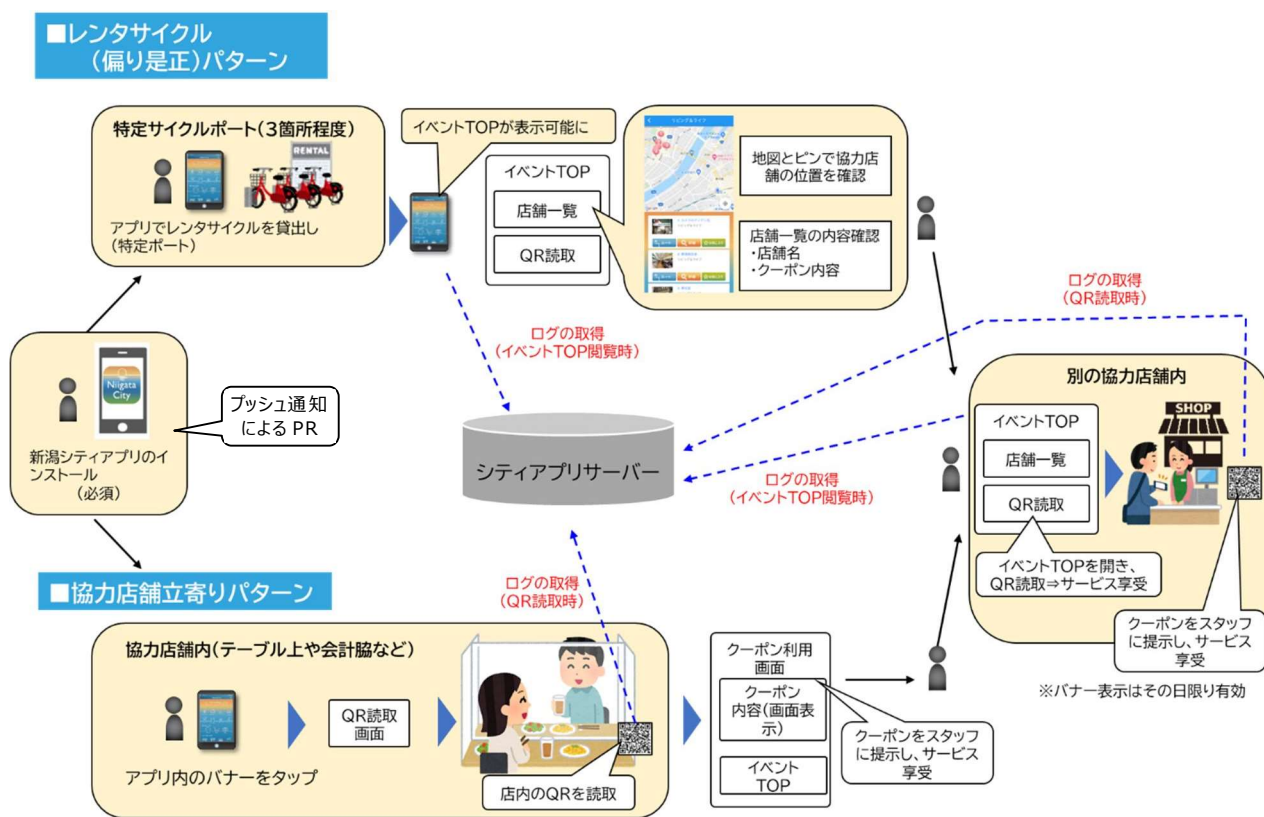
(3) 実証実験の運用及び使用する技術等の詳細

1) 全体像

本実証の全体像を以下に示す。

本実証では、タッチポイントの導入により、協力店舗の利用やレンタサイクルの偏りは正に寄与したユーザーにインセンティブを付与するとともに、これらの実態把握を行えるよう、協力店舗でのQRコード読取りの他、特定のレンタサイクルポート（現況で偏りが生じているポート）でレンタサイクルを借りたユーザーに対してもイベント参加状態となる仕様とした。

また、それぞれのパターンに対し、要所でログデータを取得することで、協力店舗への来店状況やレンタサイクルの利用状況等が詳細に分析できる仕様とした。



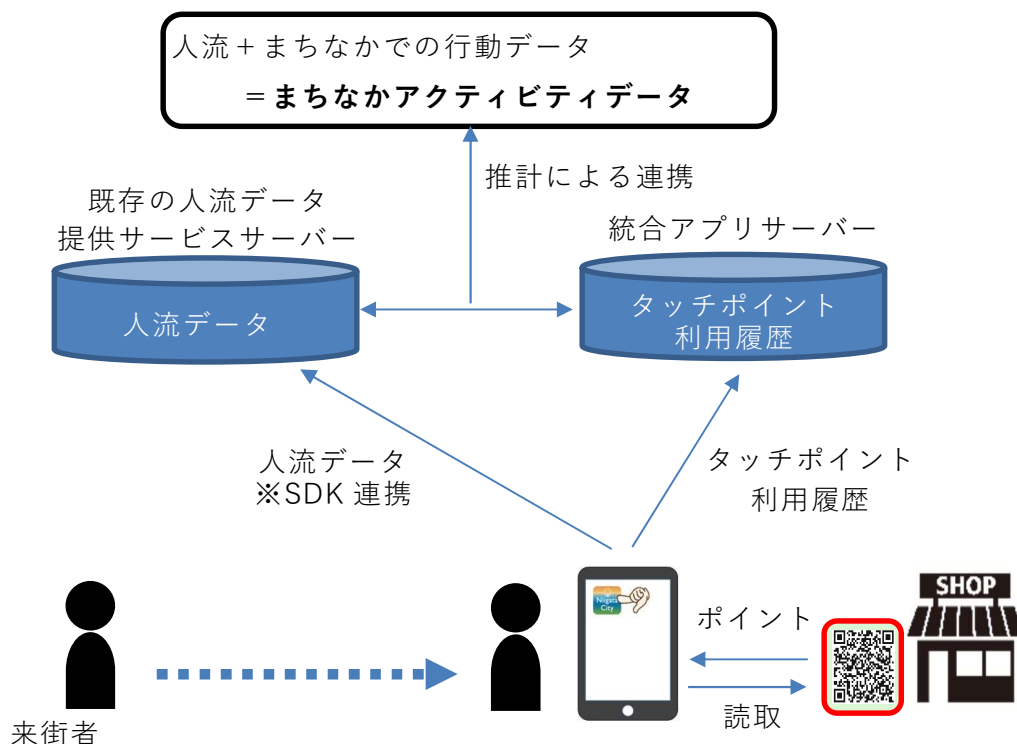
▲ 実証実験の運用の流れ

2) 実証実験のデータ取得システムの概要

本実証実験の運用及びデータ取得を行うためのシステム全体像を以下に示す。

本実証では、統合アプリを通じて取得したタッチポイントの利用ログデータと人流データを併用し、タッチポイントの導入効果等の検証を行うが、統合アプリについては現段階で取得可能なデータ数の面で課題がある。

そのため、既に市場に存在する人流データ提供サービスの SDK を統合アプリ内に搭載し、当該人流データとタッチポイントの利用ログを推計することで、統合アプリによるサービス利用者以外も含め、より効率的に人流データが取得可能な体制を構築した。



▲ 実証実験システムの全体像

(参考)利用する外部人流データ

プロフィールパスポート (プログウォッチャー社)

■データ取得方法の概要：

- ・「提携アプリをダウンロードし、位置情報の取得を許可したユーザー」のスマートフォン端末から、GPSの位置情報データ等を集め、活用することのできるプラットフォーム
- ・自社アプリ等に専用 SDK を組み込むことで、GPS やビーコンで取得した位置情報データや行動ログ、属性情報等を取得し、情報に合わせたプッシュ通知や分析が可能になる。
- ・取得した位置情報等のデータを活用する際は、特定の個人の識別可能性を低減する加工（抽象化する加工）を実施

【特徴】



国内最大級のデータ量

高頻度・高密度で取得する精度の高い位置情報

柔軟で豊富な分析メニュー



GPSの位置情報を高精度で取得

位置情報をトリガーにプッシュ通知が可能

位置情報データを活用した分析

3) 実証実験の運営システムの導入

本実証実験の運営に向けて導入した技術的な仕組みについて整理する。

尚、本仕組みについてはあくまで本格実装を見据えて構築を行っており、構築したシステムを活用することにより、実証実験終了後も継続的にサービス提供を行うことが可能である。

また、本システムを活用することで、今回とは異なる新たな提供サービスの追加等を容易に行うことが可能であり、実証実験終了後も連携対象の拡大を通じてサービスの向上を図っていくものである。

a. 統合アプリの改修

過年度の取組で開発した統合アプリに以下の機能を追加した。



▲統合アプリの改修内容

b. タッチポイント管理ページの開発

統合アプリと連動し、Web上から「提供サービスの登録」、「QRコード発行」、「収集データのダウンロード」が可能となる管理ページを開発した。

◆画面トップ



◆提供サービス登録

新潟シティ管理画面

クーポン一覧 新規クーポン登録

Id	ストア名	クーポン名	コード	利用開始日	利用終了日	登録日	Actions
1	テストストアです	クーポン説明です	E4ZURD	2022/06/03 12:22	2022/06/29 18:41	2022/06/01 9:42	閲覧 編集
2	ピスト口橋	乾杯ドリンクサービス (ディナータイム限定)	W103KJ	2022/07/01 0:00	2022/07/31 23:59	2022/06/08 23:52	閲覧 編集
3	鮎・割烹 丸伊	丸伊自慢の玉子焼 (2切) サービス or ドリンク1杯サービス (ソフトドリンクを含む飲み物)	DK5G7T	2022/07/01 0:00	2022/07/31 23:59	2022/06/08 23:54	閲覧 編集

◆収集データのダウンロード



◆プッシュ通知管理

通知一覧

検索条件 + 開く

チェックしたレポートをダウンロード 通知一括印刷 ※通知数は推定値となります。また、通知数、開封数は延べ数での表記となります。

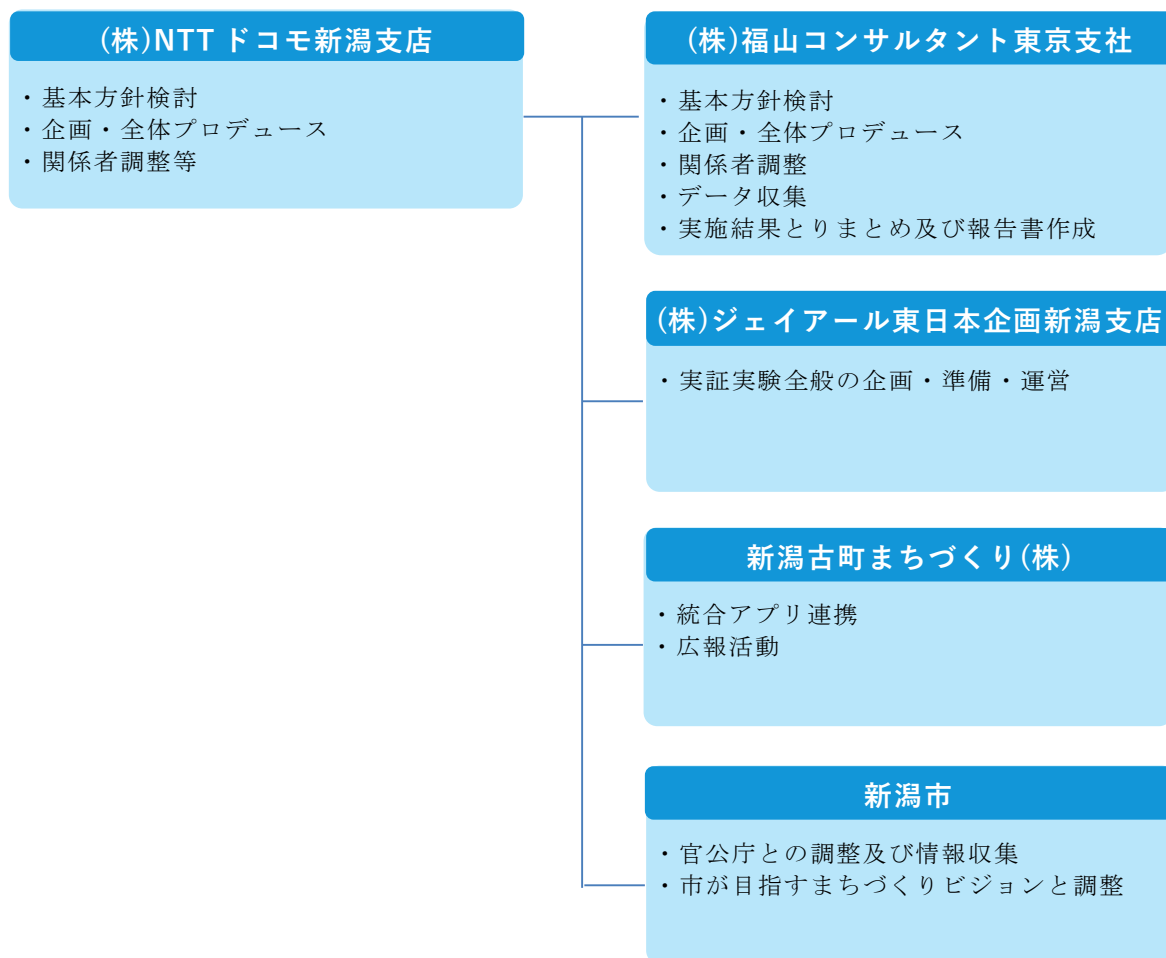
全2件 1 ~ 2件

全て	ステータス	通知ID/通知名	タイトル/メッセージ/URL アプリに送るデータ	対象OS	通知条件 / 通知制限	編集/コピー 公開/削除	通知開封率	
<input type="checkbox"/>	通知終了	ID: 162532 【お得なサービス】	【お得なクーポン配布中】 【お得なクーポン配布中】 アプリのイベントページをチェック! https://tjniigata.jp/special/202206niigatas_hi_smartcity/	<input type="checkbox"/> iOS <input checked="" type="checkbox"/> Android	配信日時 2022/07/01 00:00 ~2022/07/31 23:59 ショールーム 0705_3	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	通知ユーザー数 238人 通知数 326通 開封数 0通 開封率 0%	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>

▲タッチポイント管理ページ

(4) 実施体制

本実証実験の実施体制は以下のとおりである。



▲実施体制

4-3 仮説の検証方法

前述の検証したい仮説を踏まえ、以下の項目について調査・検証を行う。

▼調査・検証項目

種別	評価項目	検証方法	評価の視点
TPの利用状況	店舗別TP利用者数	・TPのタッチログデータを集計	・店舗の分野毎に来店数やリピート率等の特性はあるか ・TPのサービス分野により来店特性等の違いが生じるか
	一人あたりTP利用店舗数	・TPのタッチログデータをユーザー別に集計	・立寄箇所数はどのくらいか（人流データによる立寄り判定と比較）
TPの導入効果	一人あたり滞在時間	・取得した人流データを集計	・TPの利用が滞在時間の増加に寄与するか ・レンタサイクルの利用有無や貸出ポートの配置により滞在時間の増加に寄与するか
	一人あたり立寄箇所数	・取得した人流データを集計	・TPの利用が立寄箇所数の増加に寄与するか ・レンタサイクルの利用有無や貸出ポートの配置により立寄箇所数の増加に寄与するか
	一人あたり総移動距離	・取得した人流データを集計	・TPの利用が移動距離の増加（広がり）に寄与するか ・レンタサイクルの利用有無や貸出ポートの配置により移動距離の増加に寄与するか
	立寄り分布	・取得した人流データを集計	・TPの利用が回遊範囲の広がりに寄与するか ・レンタサイクルの利用有無や貸出ポートの配置により回遊範囲の広がりに寄与するか
レンタサイクルの運用高度化の可能性	特定ポートの貸出・返却台数	・統合アプリによるポート別貸出・返却ログを集計	・車両の偏りが是正されるか
	貸出ポート別の立寄分布、TP利用分布	・統合アプリによる貸出・返却ログやTP利用ログデータと人流データをマッチングし、集計	・ポートの配置により立寄分布の違いが生じるか
	レンタサイクル利用者の行動パターン	・取得した人流データを分析	・ポートの最適配置の検討に活用
プッシュ通知の効果	プッシュ通知の波及効果	・プッシュ通知の有無別に人流データやTPのタッチログデータを分析	・プッシュ通知による行動変容が生じるか
地域との連携可能性	地域関係者の今後の連携意向	・実証実験企画関係者等へのアンケート	・TPの今後の活用意向、改善点

※TP:タッチポイント

5. 実験実施結果

5-1 実験結果

(1) 実験実施状況

1) タッチポイントを活用したイベントの実施

R4.7.1（金）～R4.7.31（日）の1ヶ月間において、実証実験を実施した。

実施にあたり、来街者の参加促進を図るため、以下の内容により一般の方への周知を行った。

実証実験に係る周知

- ・ 実証実験（イベント）のチラシ作成及び配布
- ・ 既存の地元情報紙や SNS への掲載
- ・ 参加店舗内へのラミネート POP の設置

(参考) イベントを周知するためのチラシ

※地元広報紙(月刊にいがた7月号(6/25発売))にも掲載

観光、ショップ、グルメ、新潟シテイアプリで 提携駐車場情報など

新潟のまちを楽しむ!! 新潟市スマートシティ

1 ダウンロード

まずは、**新潟シテイアプリ**をダウンロード



新潟市の魅力を紹介するとともに、目的地へ案内してくれるアプリです。地域イベント、お買物ショップ情報、観光スポット、さらには、遊覧船などのスポット情報を提供するとともに、目的地へナビゲーション!

スマートフォンで二次元バーコードにアクセスするが、「新潟シテイアプリ」で検索してください。

※ダウンロードした後、名前、住所などの必要情報の入力を
お願いいたします。

2 7月1日(金)~31日(日)の期間中、新潟シテイアプリユーザー限定サービス

サービスが受けられるのは、A・Bいずれかの方法です

A. イベントページからお店に設置してある二次元バーコードを読み取った方

この画面をお店の人に
見せてください

この画面をお店の人に
見せてください

この画面をお店の人に
見せてください

この画面をお店の人に
見せてください

この画面をお店の人に
見せてください

B. 当日「にいがたレンタサイクル」を利用した方

新潟市スマートシティアプリで「にいがたレンタサイクル」を利用した方が利用できます。

※石室公園 地下駐車場
※朱鷺メッセ1階受付カウンター
※白山公園駐車場

この画面をお店の人に
見せてください

この画面をお店の人に
見せてください

この画面をお店の人に
見せてください

この画面をお店の人に
見せてください

この画面をお店の人に
見せてください

3 新潟市スマートシティ協議会実証実験とは。

2km

新潟市スマートシティ協議会が新潟駅前、万代、占部エリアの通勤1にいがた2km(二キロ)圏内にある飲食店の消費活性化を目的とした取り組みです。

問い合わせ先 | 新潟市スマートシティ協議会 (TEL:025-347-7000)

新潟シテイアプリユーザー限定! サービス提供店舗一覧

- 越後屋小嶋屋 OUCHIYAMA 新潟店 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 越後屋小嶋屋 新潟駅前店 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 赤十字薬局 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 丸の内銀行 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 三井住友銀行 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 三菱UFJ銀行 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立図書館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立美術館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立体育館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民センター ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民ホール ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館2号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館3号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館4号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館5号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館6号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館7号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館8号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館9号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館10号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館11号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館12号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館13号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館14号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館15号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館16号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館17号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館18号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館19号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館20号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000

- 「日刊にいがたWEBタウン情報」でも情報発信中!
- 越後屋小嶋屋 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 越後屋小嶋屋 新潟駅前店 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 赤十字薬局 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 丸の内銀行 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 三井住友銀行 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 三菱UFJ銀行 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立図書館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立美術館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立体育館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民センター ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民ホール ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館2号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館3号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館4号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館5号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館6号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館7号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館8号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館9号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館10号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館11号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館12号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館13号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館14号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館15号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館16号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館17号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館18号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館19号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000
- 新潟市立市民会館20号館 ● 新潟市中央区南万代2-11-16 新潟県北1606 ● TEL:025-247-7000

※1599円、サービス料は別途

(参考) 既存の地元情報紙及び SNS を活用した周知
 ※地元 Web メディア (日刊にいがた (6/27 掲載))

新潟の街ネタ 毎日発信!

Land is food
日刊にいがた
WEBタウン情報

GOURMET グルメ
EVENT イベント
TRIP おでかけ
LIFE ライフ
SPECIAL スペシャル

検索

新着 市町村発 おでかけネタ
エンタメ 新潟カンパニー File
日刊にいがた 広告のご案内

スペシャル

【お得なサービス】QRコードを読み取るだけで特典がゲットできちゃう「新潟シティアプリ」が超簡単で便利!

新潟シティアプリ

新潟市中央区 下越 新潟市 スペシャル 本誌関連ネタ 総覧、ニュース

情報掲載日: 2022.06.27
※最新の情報とは異なる場合があります。ご了承ください。

ツイート シェアする 18



今日はピザが食べたい気分♪
 『Pizzeria da Ruffo (ピッツェリア ダルッフマ)』にきました!
 お仕事を頑張った自分に大好きなピザのご褒美です。

人気記事

スペシャル
 全編を通して新潟県が撮影地! 当時、映画賞を総ナメにした寺島しのぶ、大…
 新潟ロケ地FILE vol.48

グルメ
 インパクト大! すり鉢になみなみと盛られた名物カツカレー | 聖籠町
 ドライブイン小堀

イベント
 独自の絵の具で描く池永康晟流の美人画をご覧ください!
 「進化する美人画 池永康晟×蓼谷紅児」展
 4月26日(火)～7月31日(日)

スタイリッシュでオシャレな雰囲気が素敵！
さっそく窓際の席に座って、メニューを選ぼう！



「二次元バーコードを読み取って、お得なサービスをうけよう!!」なんだこれ!
このQRコードをスマホで読み込んで、『新潟シティアプリ』をダウンロードするだけでいいの?
すごく簡単! 食事を頼んだら乾杯用ドリンクが1杯サービスされるなんて超お得~♪



QRコードを読み込んだら、アプリのダウンロード画面が出てくるので、こちらから『新潟シティアプリ』をスマホにダウンロードしましょう! アプリを起動させて、ホーム画面のイベントページをタッチします。そうすると、二次元バーコード読み取るためのカメラマークが出てくるのでそこをタッチ! 最初にスマホに読み込んだQRコードをもう一度読み込むと、サービスが受けられるようになっています。



イタリア料理に合うドリンクといったら、やっぱりワイン!
お店自慢のオーガニックワインをサービスでいただいたちゃいました♪

7月1日 OPEN!
【燕市】道の駅上が7月1日(金)にリニューアルオープン!
道の駅上リニューアルオープニングイベント
◎7月1日(金)～3日(日)

RYUTistは今年でデビュー11周年! 新潟LOTSで記念ライブを開催
◎7月24日(日)

おすすめ記事

体験レポ 今話題のセルフエステって何!? 定額11,000円で通い放題ってホ…
@s-libra (ピーズリブル)

教えて! 消防団協力事業種別表示制度
【ライブ】
知ってますか? 「消防団協力事業所」動画公開中!!
地域を守る消防団を応援しよう

グルメ
一杯のどんぶりに新潟の冬を表現! 料理家・村山瑛子が作る女池菜を使った…
毎週土曜夕方6時放送NSTスマイルスタジアム。毎月第4土曜は「とれたて! えいっとなしごきゅん…」

ライブ
巻までに目指せウエスト-5cm! エンダモロジー「アライアンス」で、手軽…
@コスメティック・アート館商店

その他のおすすめ記事 >



お料理を待つ時間に『新潟シティアプリ』をダウンロードしてお得なサービスを受け取ろう!

やり方は簡単! スマホひとつで誰でもその場で特典をゲットすることができます。

サービス内容は各店舗で異なるので、新潟市内(新潟駅前、万代、古町)のさまざまな飲食店を巡ってみてください♪

サービス提供店舗【新潟駅前エリア】

●越後長岡小嶋屋 CoCoLo新潟店 新潟市中央区花園1-1-1 新潟駅ビルCoCoLo東館内/tel.025-243-7707 【サービス】そば大盛り分サービス

●須坂屋そば 新潟駅前店 新潟市中央区弁天1-4-29 IMAビル1F/tel.025-241-7705 【サービス】お会計10パーセントOFF

●弁天ベーグル MOGU2 新潟市中央区弁天1-1-16 サンテラス石室1B 笑平[®]内/tel.025-246-7373 【サービス】ベーグル購入で挽きたてコーヒー1杯サービス

●焼肉ホルモン あいしん 新潟駅前店 新潟市中央区弁天1-3-23/tel.025-288-5822 【サービス】ドリンク1杯サービス(550円までのドリンクに限る)

●宮壽し 新潟駅前店 新潟市中央区東大通1-2-5 クオリスビル1F/tel.025-242-1212 【サービス】お会計10パーセントOFF

●うんめえ日本海 鯛家 新潟店 新潟市中央区東大通1-3-20/tel.025-247-6633 【サービス】お会計10パーセントOFF

●千代鮎 新潟市中央区東大通1-5-26 来々軒三笠ビル1F/tel.025-245-6727 【サービス】ドリンク1杯サービス or 『のっぺ(小鉢)』1品サービス

●レコルタカーブドッチ 新潟市中央区東大通1-5-26/tel.025-278-3010 【サービス】おひとり1.100円(税込)以上の利用でワイン1杯サービス(ソフトドリンクにも変更可)

●杏勢 新潟店 新潟市中央区東大通1-5-30 HOKUYU BUIL2 1F/tel.025-242-1200 【サービス】ファーストドリンク1杯サービス(日本酒は一合まで。ボトルは除く)

●胡坐屋 駅前店 新潟市中央区東大通1-6-28/tel.025-247-5567 【サービス】ドリンク1杯サービス

●びすと炉 心平 新潟駅前店 新潟市中央区東大通1-11-5/tel.025-248-5733 【サービス】2時間飲み放題プラン利用で追加1時間サービス

●焼肉 たっちゃん 新潟市中央区東大通1-11-12 パルコミニオンビル1F/tel.025-245-4941 【サービス】『豚カルビ』1皿サービス(2名につき1皿)

●沖縄居酒屋ENCOUNTER!! 新潟市中央区東大通2-4-13 / tel.025-246-0744 【サービス】『シークワサーサワー』1杯サービス

●Kitchen TAKU. 新潟市中央区春日町3-4/tel.025-250-7110 【サービス】ソフトドリンクをグループ全員に1杯サービス

※上記サービスは、お食事または商品購入をされた方に限ります ※他サービス、クーポンとの併用はできません

サービス提供店舗【万代エリア】

●Pizzeria da Ruffo 新潟市中央区弁天2-2-12/tel.025-278-3537 【サービス】乾杯用ドリンク1杯サービス(一部対象外あり)

●十割そばと自家製惣菜のお店いたりや 新潟市中央区寛大通2-10-4/tel.025-241-7005 【サービス】ランチタイムは『アイスクリーム』、ディナータイムは『超常圧炭酸ハイボール』o『レモンサワー』1杯サービス

●CHEZ EMA 新潟市中央区万代1-1-33 BUENA2F/tel.025-383-6637 【サービス】ドリンク(スポークリングワイン or ソフトドリンク)1杯サービス

●サーティワンアイスクリーム新潟万代ラブラ2店 新潟市中央区万代1-4-8 ラブラ2 3F/tel.025-282-7731 【サービス】『バラエティボックス(レギュラーサイズ8個入)』注文で『レギュラー(シングル)』1個サービス

●上島珈琲店 新潟ラブラ2店 新潟市中央区万代1-4-8 ラブラ2 4F/tel.025-282-7969 【サービス】ドリンクサイズアップ無料(一部対象外あり)

●佐渡 廻転寿司 井度 万代シティ店 新潟市中央区万代1-3-30 万代シルバーホテル2F/tel.025-256-8616 【サービス】味噌汁1杯サービス

●佐渡 廻転寿司 井度 ビア万代店 新潟市中央区万代島2-4 ビアBandai内/tel.025-256-6000 【サービス】味噌汁1杯サービス

●ぬか釜ステーキ専門店 百一膳 新潟市中央区万代島2-12 ビアBandai内/tel.025-250-0760 【サービス】味噌汁1杯サービス

●新潟鮮魚問屋 港食堂 新潟市中央区万代島2-4 ビアBandai内/tel.025-248-8655 【サービス】ソフトドリンク1杯サービス

●BAROQUE by SUZUKI COFFEE 新潟市中央区万代島2-5 ビアBandai内/tel.025-385-7010 【サービス】ドリンク1杯50円引き

●NIIGATA COFFEE DONYA BAY STANDARD 新潟市中央区万代島2-8 ビアBandai内/tel.025-244-7500 【サービス】コーヒー豆のお会計10パーセントOFF(惣菜、惣菜、THE LINCOLN シリーズは割引対象外)

※上記サービスは、お食事または商品購入をされた方に限ります ※他サービス、クーポンとの併用はできません

サービス提供店舗【古町エリア】

●ピストロ橋 新潟市中央区花町1981-1/tel.025-226-7007 【サービス】鮎杯ドリンク1杯サービス(ディナータイム限定)



- 胡坐屋 古町店 新潟市中央区古町通7-1014・2F/tel.025-225-2330 【サービス】ドリンク1杯サービス
- 腹ぺこむっこ 新潟市中央区古町通8-1487/tel.025-222-8514 【サービス】ドリンク1杯サービス(瓶ビールを除く)
- 地酒と焼肴 古町 山田家 新潟市中央区古町通8-1504・2F/tel.025-225-2218 【サービス】生ビール、ハイボール、サワーのいずれか1杯サービス
- Jyozo 新潟市中央区古町通9-1458/tel.025-201-8241 【サービス】お会計10パーセントOFF
- 港すし 市場店 新潟市中央区東堀通5 人情横丁内/tel.025-222-3710(本店) 【サービス】お食事の方100円引き
- 館・割烹 丸伊 新潟市中央区東堀通8-1411/tel.025-228-0101 【サービス】丸伊自慢の玉子焼(2切)サービス or ドリンク1杯サービス(ソフトドリンクを含む指定の飲料)
- しゃぶすき 酒場 頂 新潟市中央区東堀前通5-422・2F/tel.025-224-4343 【サービス】ドリンク1杯サービス
- ソウズ 本町店 新潟市中央区東堀前通6-1060-2/tel.025-374-7477 【サービス】お会計10パーセントOFF
- ソウズ 古町店 新潟市中央区東堀通8-1426 喜久寿ビル1F/tel.025-225-2280 【サービス】お会計10パーセントOFF
- 割烹 大善 新潟市中央区東堀前通9-1386/tel.025-228-1916 【サービス】5,000円以上のコース料理を注文でドリンク1杯サービス(日本酒、ビール、ソフトドリンク)
- 佐渡自然食レストラン 貴支 新潟市中央区西堀前通6-894-1 西堀ローサ内/tel.025-378-1763 【サービス】ミニデザートサービス
- 美・食・同・源 天空の月 新潟市中央区西堀前通8-1509-2/tel.025-201-9967 【サービス】生ビール4杯サービス
- 柳都古町 旬菜 すゝ家 新潟市中央区西堀前通9-1540/tel.025-223-6318 【サービス】日本酒飲み比べセット、生ビール、チューハイ、ソフトドリンクのいずれか1杯サービス

※上記サービスは、お食事または商品購入をされた方に限ります ※他サービス、クーポンとの併用はできません



DATA

— 新潟シティアプリ —

問い合わせ先

新潟ホススマートシティ協議会（株式会社ジェイアール東日本企画）

問い合わせ先

電話番号

025-247-7000

▶ 新規登録 | 25

(参考) 参加店舗内へのラミネート POP の設置

新潟市スマートシティ協議会実証実験

新潟シティアプリで新潟のまちを楽しもう!!

下記の二次元バーコードを読み取って、
お得なサービスを受けよう!!



ダウンロードをしている方は、こちら!



新潟シティアプリのダウンロードをタッチしてください

カメラマークのQRコード読み取りをタッチしてください

2ステップ

新潟のまちのアプリをダウンロードしたら、もう一度二次元バーコードにアクセス!

ダウンロードしていない方は、こちら!



新潟シティアプリをダウンロードして、ダウンロード完了をタッチしてください

カメラマークのQRコード読み取りをタッチしてください

2ステップ

新潟のまちのアプリをダウンロードしたら、もう一度二次元バーコードにアクセス!

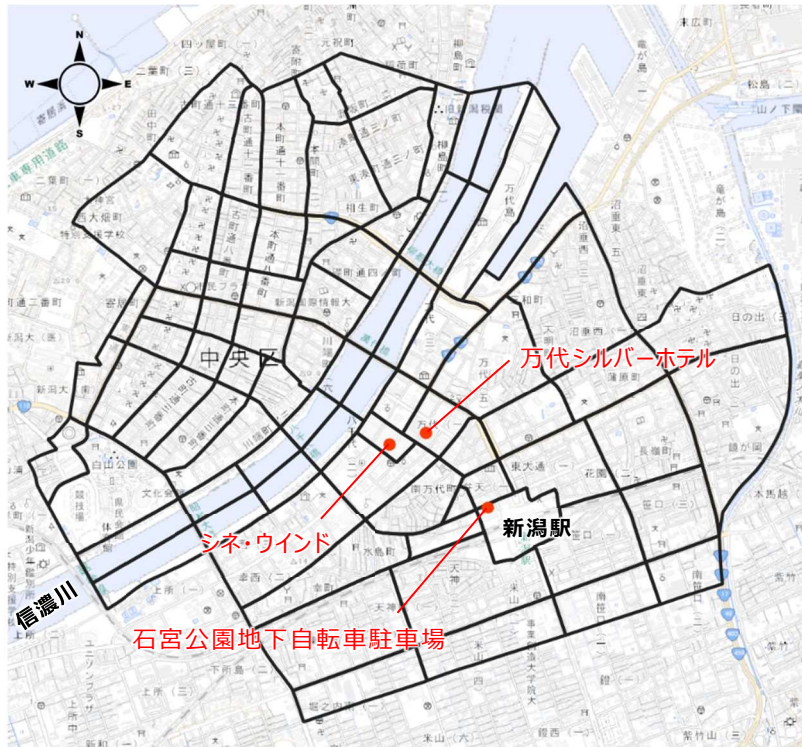
Pizzeria da Ruffo [サービス内容]

乾杯用ドリンク1杯サービス
(一部対象外あり)

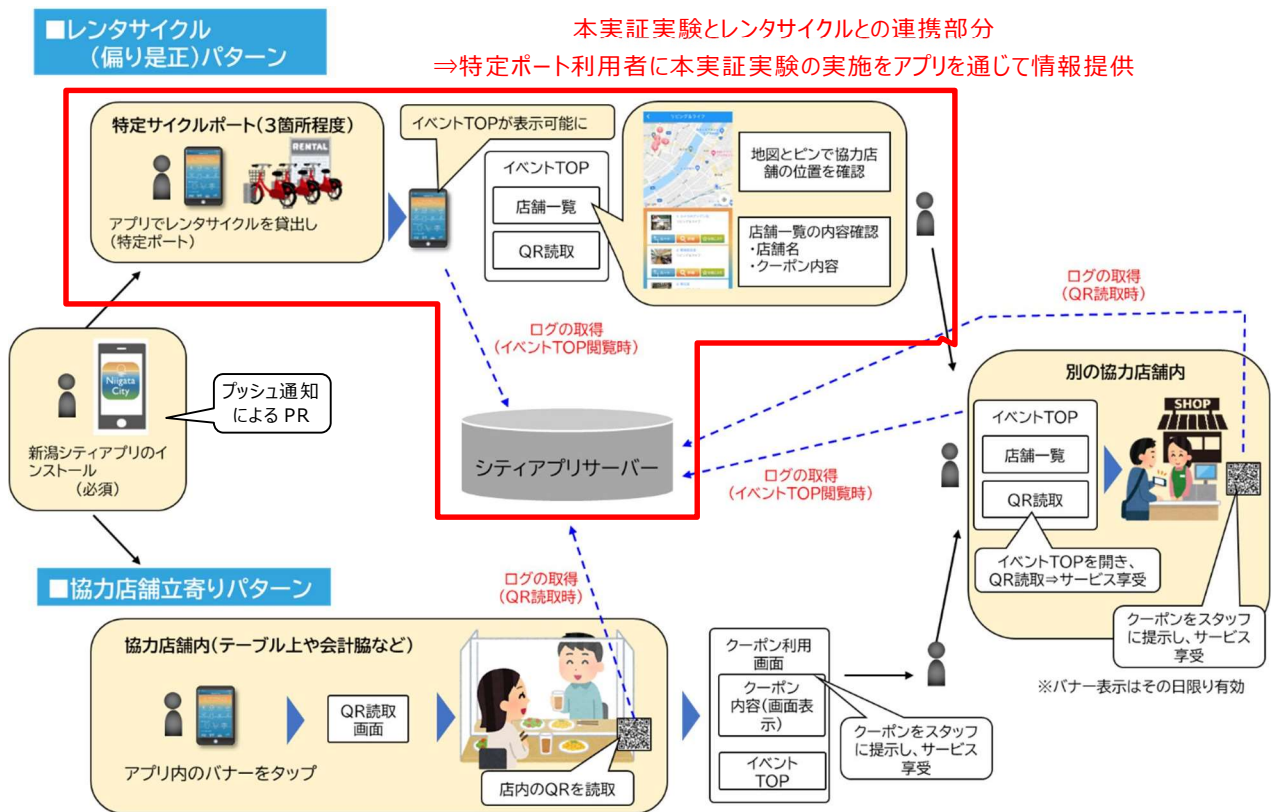
※上記サービスは、お食事または商品購入をされた方に限ります ※他サービス、クーポンとの併用はできません

2) レンタサイクルの偏り是正の可能性に向けた実証

タッチポイントの活用によるレンタサイクルの偏り是正の可能性を検証するため、現況において車両の偏りが生じている箇所について、事前にレンタサイクル運営事業者に聞き取りを行い、本実証実験の連携対象とするポートを以下のように設定した。



▲連携したサイクルポート位置



(2) 実験結果

本実証実験の実施結果及び今後の方針を以下に示す。

▼実証実験結果及び今後の方針

種別	評価項目	目標値	実績値	今後の方針
TPの利用状況	TP利用者数	100人	88人	<ul style="list-style-type: none"> ・目標値に届かなかったが、分析に必要なデータ量が取得可能であることを確認 ・スマート・プランニングへのデータ活用を図る
	一人あたりTP利用回数	1.2箇所	1.0箇所	
TPの導入効果	一人あたり滞在時間	TP利用時 > 非利用時	◆TP利用時 74.4分 ◆TP非利用時 65.7分	<ul style="list-style-type: none"> ・TP導入による滞在時間の増加が示唆 ・実証後も継続した取組により、立寄箇所数や立寄範囲（総移動距離）の拡大等の効果についても引き続き検証を行い、本格実装への展開を図る
	一人あたり立寄箇所数	TP利用時 > 非利用時	◆TP利用時 1.82回 ◆TP非利用時 1.97回	
	一人あたり総移動距離	TP利用時 > 非利用時	◆TP利用時 3,299m ◆TP非利用時 8,413m	
	立寄分布	傾向を確認（詳細は後述）		
レンタサイクルの運用高度化の可能性	特定ポートの貸出台数	実証期間 > 平時	◆実証期間 133台 ◆平時 118台	<ul style="list-style-type: none"> ・実証期間における貸出台数の増加が確認できたが、取組との因果関係は引き続き検証が必要 ・運用の継続化を図るとともに、データ活用によるよりダイナミックな運用に展開 ・人流データとレンタサイクル貸借データの紐づけにより、レンタサイクル利用前後も含めた行動特性（傾向）を確認 ・レンタサイクル利用者の行動特性から、まちなかへのモビリティ導入の効果（立寄箇所の変化）を確認 ・都市マネジメント等におけるモビリティ導入検討等に活用
	貸出ポート別の立寄分布	傾向を確認（詳細は後述）		
	レンタサイクル利用者の行動パターン	傾向を確認（詳細は後述）		
プッシュ通知の効果	一人あたり滞在時間	発進時 > 非発進時	◆発進時 65.8分 ◆非発進時 215.1分	<ul style="list-style-type: none"> ・立寄箇所数や総移動距離の増加傾向が示されたが、取組との因果関係は引き続き検証が必要 ・収集データの拡大を図るとともに、効果検証を実施し、本格運用に展開
	一人あたり立寄箇所数	発進時 > 非発進時	◆発進時 1.90回 ◆非発進時 1.33回	
	一人あたり総移動距離	発進時 > 非発進時	◆発進時 2,872m ◆非発進時 329m	
地域との連携可能性	地域関係者の今後の連携意向	連携意向のある地域関係者数 20団体	7団体	<ul style="list-style-type: none"> ・一部の参加者から継続的な参加意向や取組に対する費用負担の可能性が示された ・積極的なPRや他サービスとの連携など、挙げられた課題を踏まえてサービスを改善

※TP:タッチポイント

(3) 実験結果の詳細

1) 取得データの概要

a. サンプル数

データ取得サンプル数

- ・全サンプル数^{※1}：227,568 サンプル（うち土休日 72,284 サンプル）
⇒全サンプルのうち、統合アプリ由来のサンプル数：1,144 サンプル
（うち土休日 600 サンプル）

※1：サンプルの抽出条件は以下のとおりである。

サンプル抽出条件

◆データ抽出期間

- ・R4.7.1～R4.7.31

◆対象エリア

- ・対象エリア（新潟市中心市街地周辺）内で1回以上滞在のあった行動サンプル
（対象エリアを通過するのみのサンプルを控除）

◆対象時間帯

- ・9:00～21:00 の時間帯において、対象エリア内で1回以上滞在している行動サンプル

◆その他

- ・滞在判定は、半径 50m の範囲に 10 分以上留まっているデータを「滞在」と判定
- ・対象エリア内において、同一箇所でも 6 時間以上の滞在を含む行動サンプルを控除
（居住者・従業者とみなす）
- ・同一ユーザーであっても、日にち毎に別行動サンプルとして集計
- ・対象エリア内での回遊行動単位で 1 サンプルとして扱う（対象エリアで回遊後、
エリア外に出てから再度エリア内で回遊した場合、それぞれを行動サンプルとして集計）

2) タッチポイントの利用状況

本実証実験で導入したタッチポイントの利用状況について整理する。

a. 延べ利用回数及び利用者数

タッチポイントは延べ 91 回、88 人の方に利用いただき、目標としていた 100 人には届かなかったものの、それに近い数のデータが取得された。

タッチポイントの延べ利用回数（QR コード読取回数）：91 回

※うち、空間活用促進社会実験関連（別途実施）の延べ利用回数：7 回

タッチポイント利用者数（ユニーク）：88 人

※うち、空間活用促進社会実験関連（別途実施）の利用者数：7 人

b. 連続利用回数

本実証実験では、同一ユーザーによる日あたりの連続利用回数はいずれも 1 回のみ利用であり、複数回利用するユーザーはいなかった。

要因として、今回の実証実験では店舗毎の提供サービスを、同一店舗内のタッチポイントをタッチすることにより提供される仕組みとしていたため、複数店舗を利用するインセンティブが働きにくかったものと考えられる。

また、今回の実証実験では飲食店のみを対象としたことから、同じジャンルの店舗では複数店舗を来店しようとする意識が働きにくかったことも挙げられる。

c. 設置箇所別利用回数

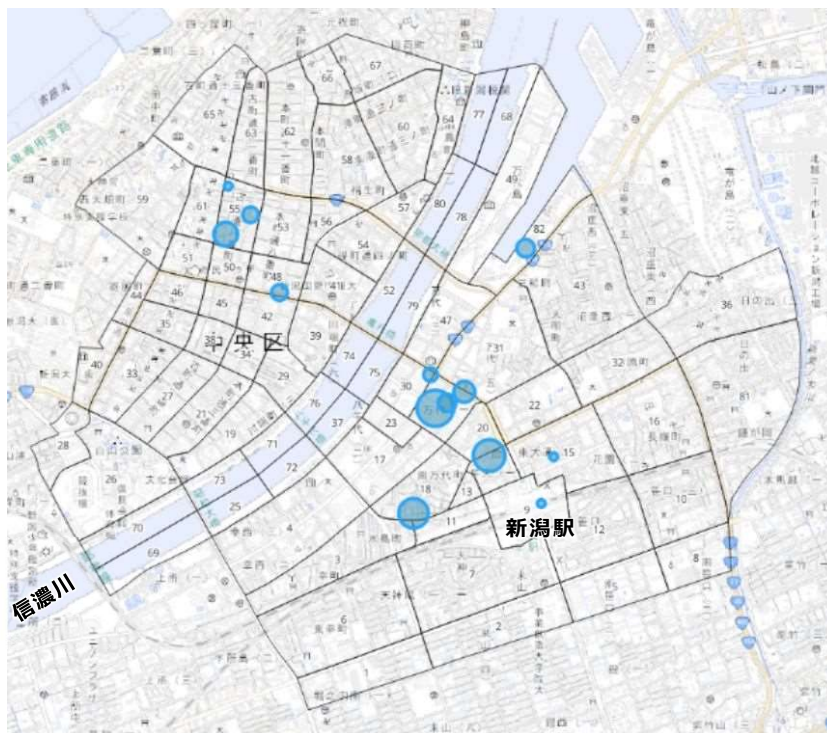
タッチポイントの利用回数を設置箇所別に集計すると、全 42 箇所のうち 13 箇所が利用されており、利用回数については設置箇所により差が生じている状況であった。

また、利用実績のあった箇所を地図上にプロットすると、とりわけ信濃川より新潟駅側で利用回数の多い箇所が存在するものの、反対側の古町地区においても一定の利用が生じている。

今後は、なるべく全てのタッチポイントが利用されるよう、取組全体の利用者拡大を図る必要があるとともに、ある箇所でのタッチポイント利用を他の箇所にも波及させ、複数箇所のタッチポイント利用を促進させることが課題となる。

▼タッチポイント設置箇所別延べ利用回数

タッチポイントID	延べ利用回数
34	21
12	16
32	14
37	9
22	7
24	5
26	5
3	4
43	4
42	3
13	1
16	1
41	1



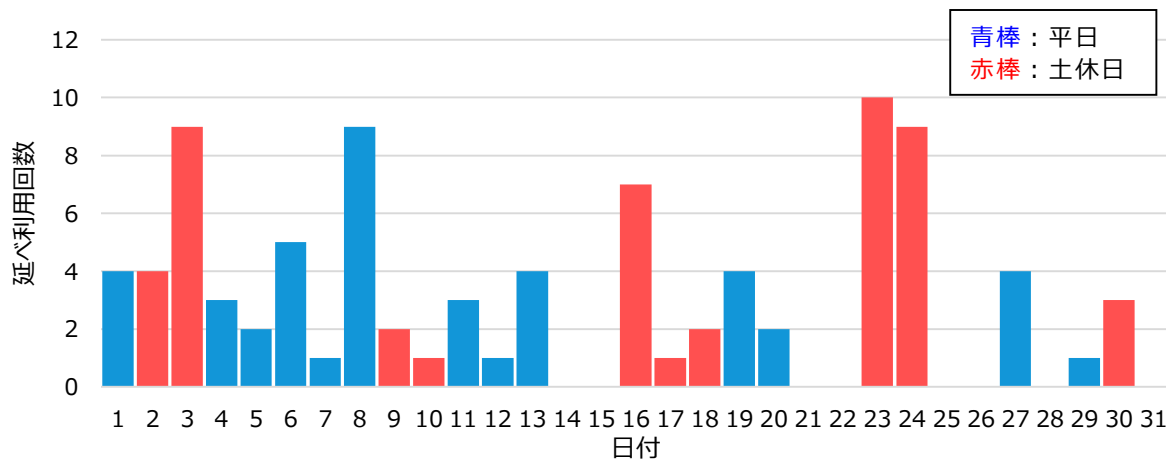
▲設置箇所別延べ利用回数（円の大きさは延べ利用回数を示す）

d. 日別・時間帯別タッチポイント利用者数

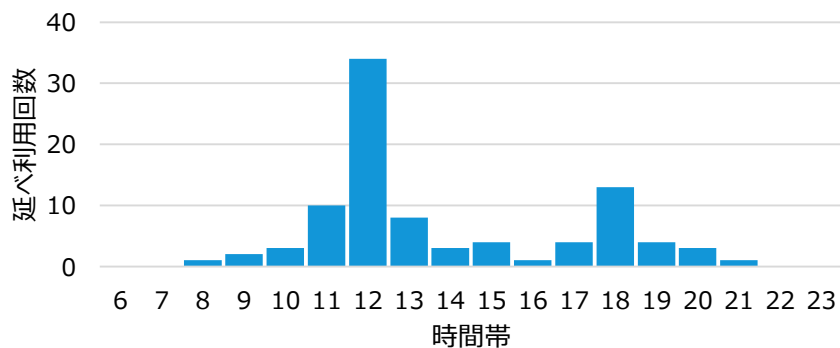
タッチポイントの利用回数を日別に整理した結果は以下に示すとおり、比較的多く利用（4回以上）のある日は休日が多くなっている。

平日については、実証期間の後半において減少傾向にある。

また、時間帯別の集計では、12時台の利用が突出し、次いで18時台にもピークが生じており、今回の実証では飲食店を対象としたことが影響していると考えられる。



▲日別延べ利用回数



▲時間帯別延べ利用回数

3) タッチポイントの導入効果

本実証実験によるタッチポイントの導入効果について整理する。

a. 一人あたり滞在時間

今回の実証実験でタッチポイントを利用したユーザーを対象に、タッチポイントを利用した時の回遊と、それ以外の回遊を比較した。

その結果は以下のとおりであり、タッチポイントの利用時においてエリア内での滞在時間が増加する傾向が確認できる。

一人あたり滞在時間をゾーン別に分析すると、タッチポイントを設置したゾーンで滞在時間が増加したゾーンが見受けられ、タッチポイントの実施により普段立寄らないゾーンへの立寄りを誘導した可能性が窺える。

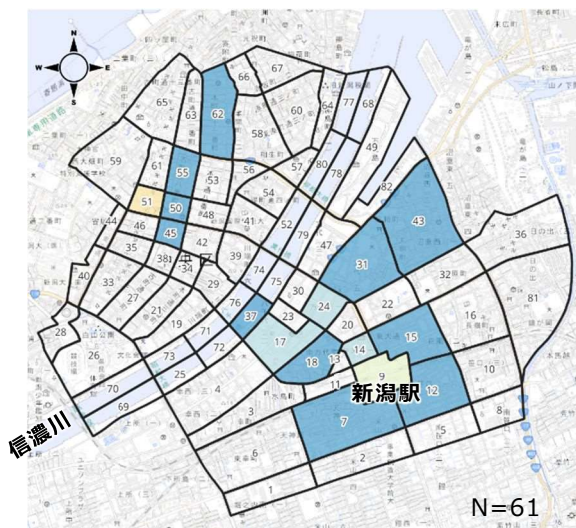
また、タッチポイントの設置がないゾーンの一部でも滞在時間の増加があり、タッチポイントの設置による行動変容が、タッチポイントの設置の無いエリアに波及する可能性が示唆される。

エリア内一人あたり総滞在時間

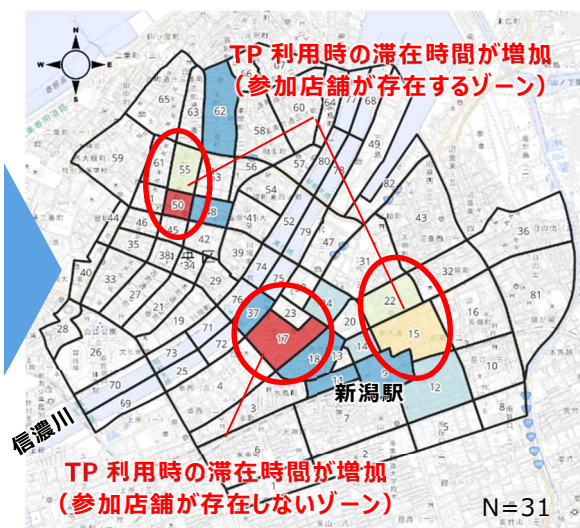
タッチポイント非利用時：65.7分（平日：58.4分 土休日：78.3分）

タッチポイント利用時：74.4分（平日：73.7分 土休日：61.8分）

◆タッチポイント非利用時

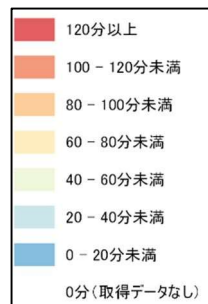


◆タッチポイント利用時



▲ゾーン別一人あたり滞在時間

(利用ユーザーの利用時・非利用時比較)



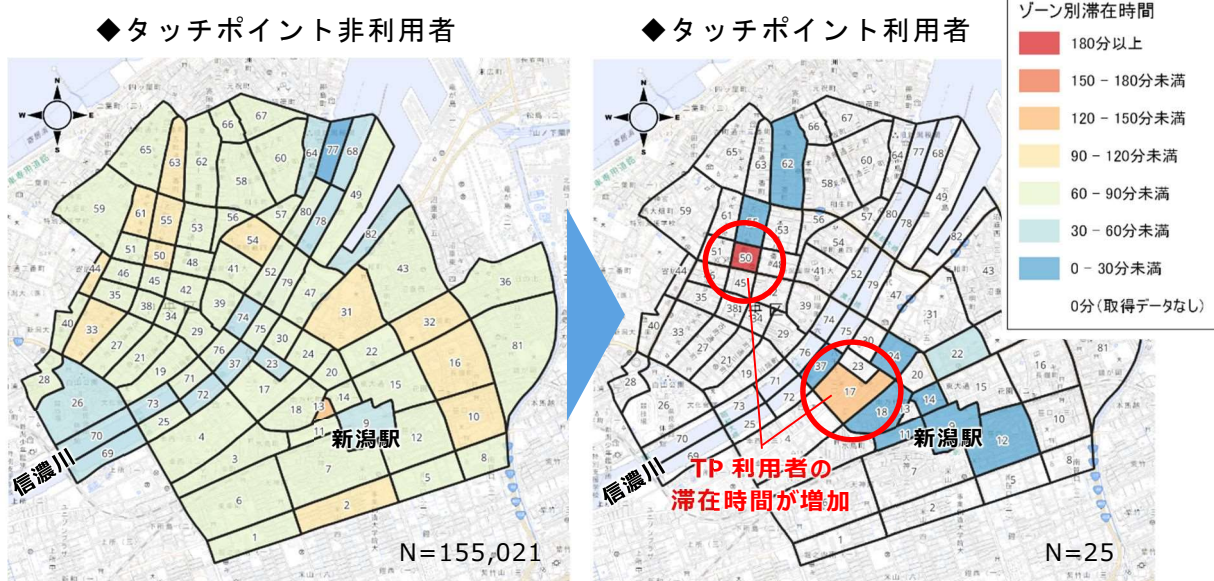
※（参考）タッチポイント利用者以外の全サンプルとの比較

タッチポイント利用者以外も含めた全サンプルを対象に、エリア内の一人あたり総滞在時間を見ると、平日に比べ土休日が少ない傾向にある。

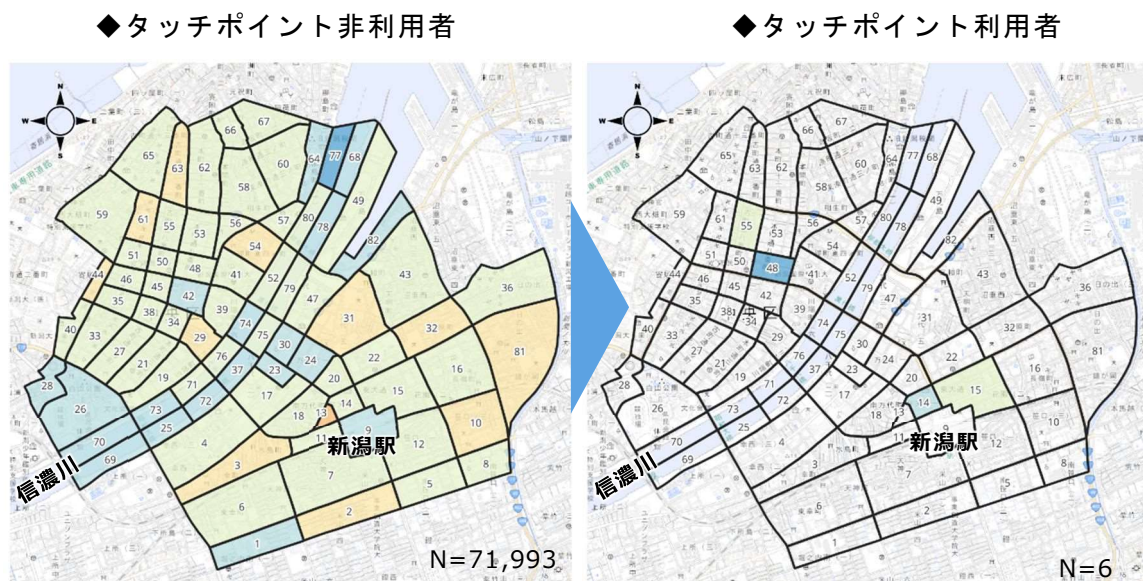
また、タッチポイントの利用有無別で比較すると、全体的にはタッチポイント利用者のエリア内総滞在時間が短い傾向にあるものの、タッチポイント利用者の滞在時間が長くなるエリアが一部で生じている。

エリア内一人あたり総滞在時間	
タッチポイント非利用者	平日：186.3分 土休日：159.6分
タッチポイント利用者	平日：78.3分 土休日：61.8分

■ 平日



■ 土休日

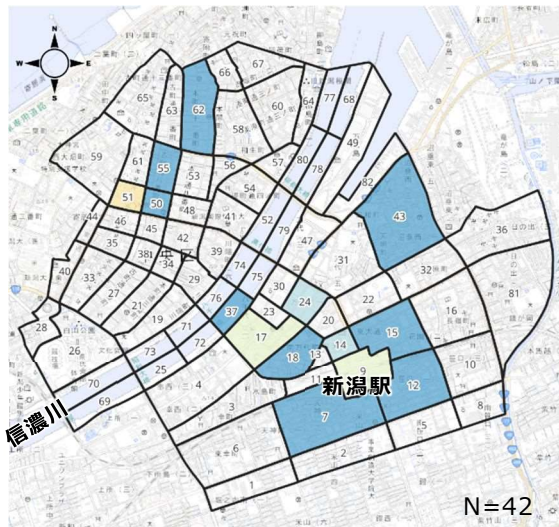


▲ゾーン別一人あたり滞在時間（タッチポイント利用者と非利用者の比較）

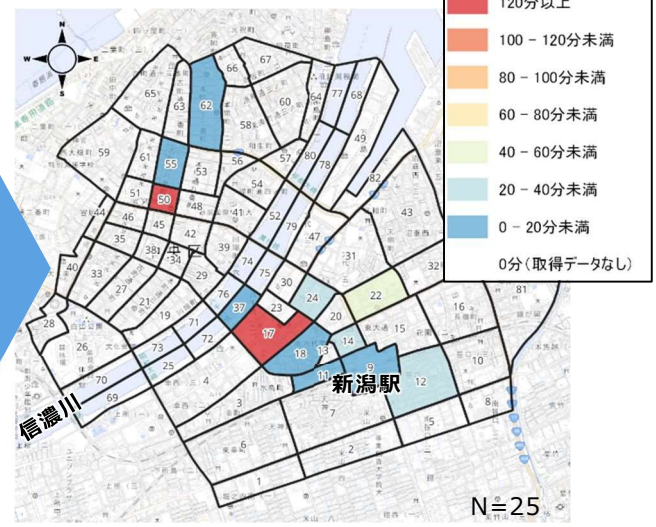
※（参考）平休別滞在時間分布（タッチポイント利用者の立寄があったゾーンのみ）

■ 平日

◆ タッチポイント非利用者

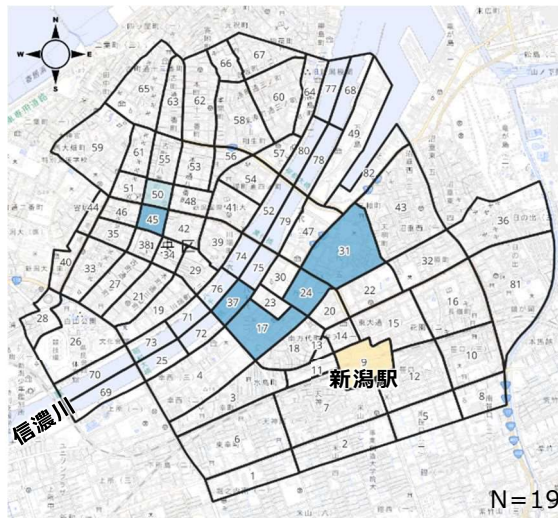


◆ タッチポイント利用者

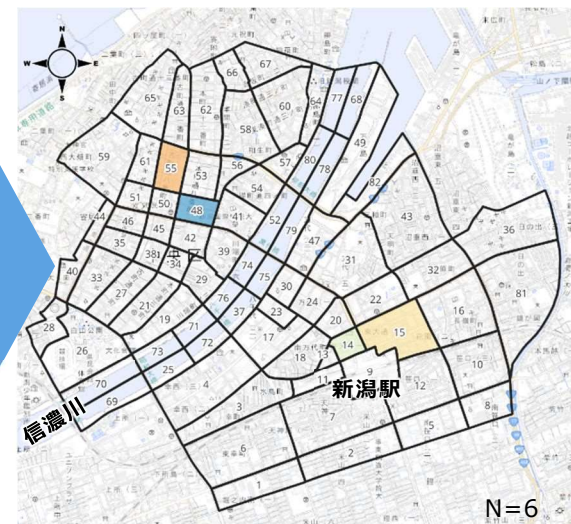


■ 土休日

◆ タッチポイント非利用者



◆ タッチポイント利用者



▲ ゾーン別一人あたり滞在時間（タッチポイント利用者の立寄箇所限定して比較）

b. 一人あたり立寄箇所数

今回の実証実験でタッチポイントを利用したユーザーを対象に、タッチポイントを利用した時の回遊と、それ以外の回遊を比較した。

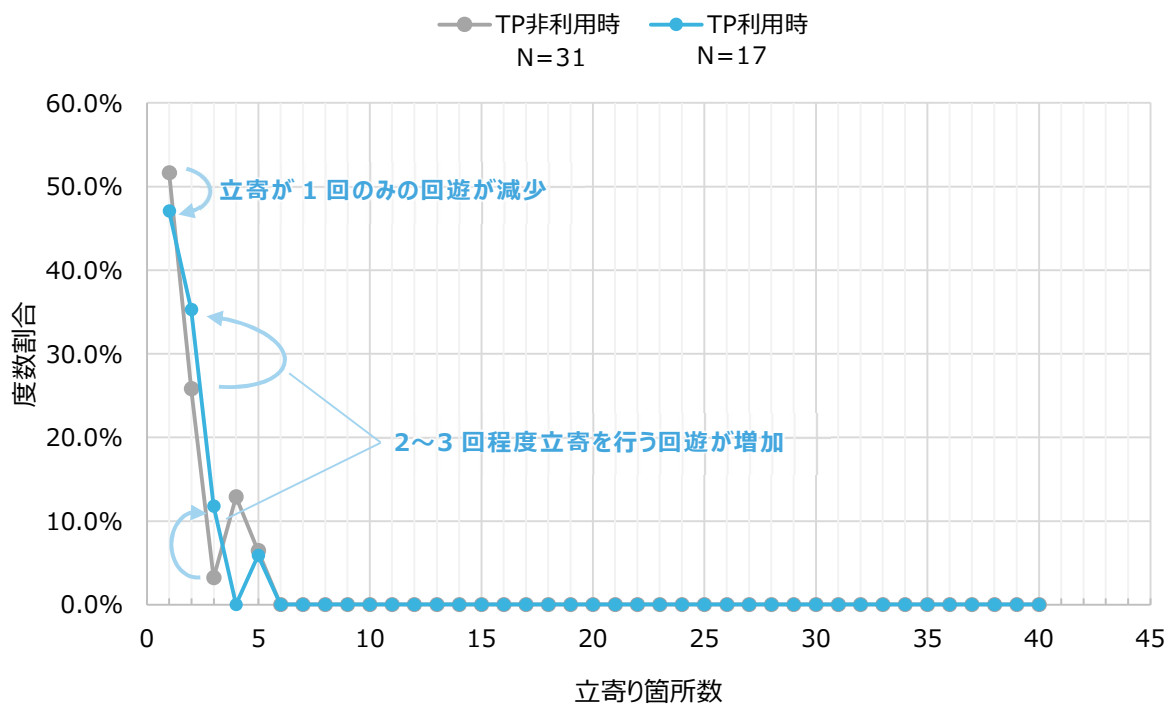
その結果は以下のとおりであり、タッチポイント非利用時では4回の立寄を行う回遊が多く取得され、平均的にはタッチポイント利用時におけるエリア内立寄箇所数がわずかに減少する。

一方で、タッチポイント利用時では1回のみ立寄が減少し、2回～3回程度の立寄が増える等、エリア内において複数箇所立寄る回遊が増加する傾向が一定程度見受けられる。

エリア内一人あたり立寄箇所数

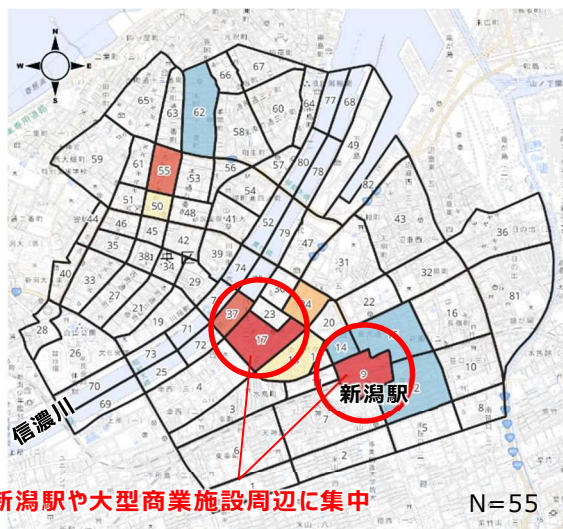
タッチポイント非利用時：1.97回（平日：2.00回 土休日：1.73回）

タッチポイント利用時：1.82回（平日：1.92回 土休日：1.50回）



▲立寄箇所数度数割合（利用ユーザーの利用時・非利用時比較）

◆TP 非利用時



新潟駅や大型商業施設周辺に集中

N=55

◆TP 利用時



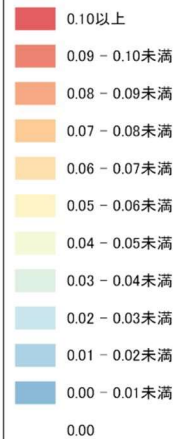
飲食店の多いエリアの立寄が増加

N=31

※TP 利用者の立寄があったゾーンのみを対象に集計

▲タッチポイント利用有無別の立寄箇所分布比較
(利用ユーザーの利用時・非利用時比較)

ゾーン別立寄り分布_TP利用有無比較



※（参考）タッチポイント利用者以外の全サンプルとの比較

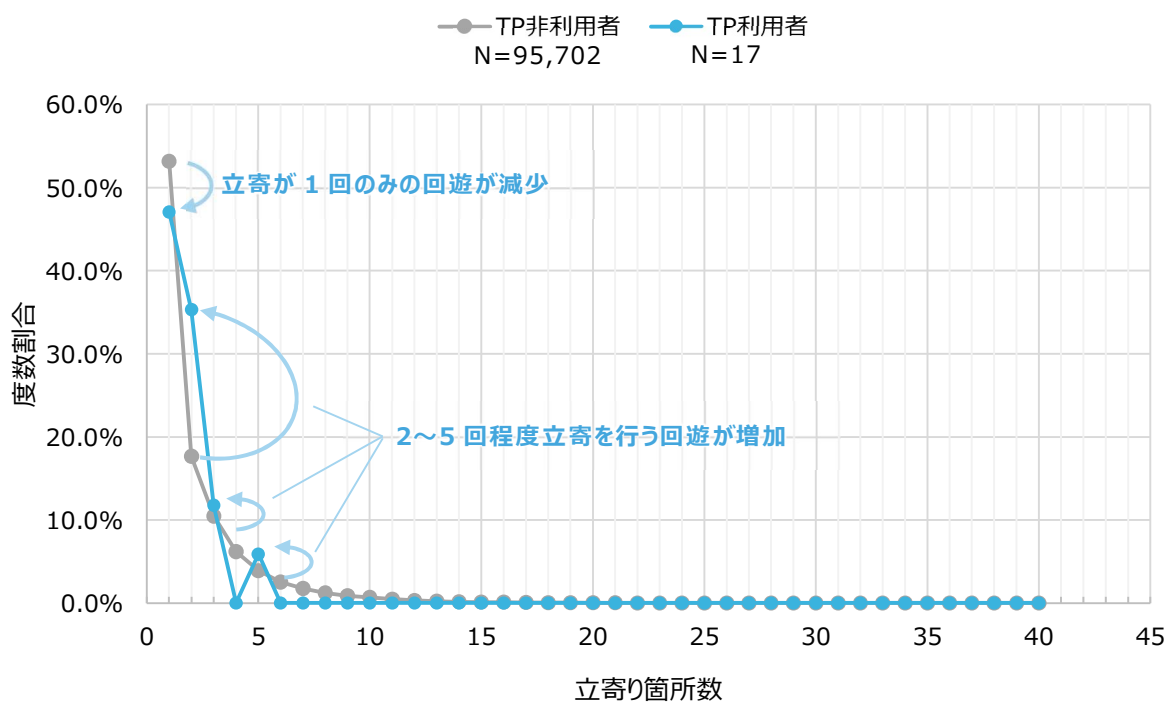
タッチポイント利用者以外も含めた全サンプルを対象に、エリア内における一人あたり立寄箇所数を整理すると、平日に比べ土休日の立寄箇所数が少ない傾向にある。

また、タッチポイントの利用有無別に比較すると、タッチポイント利用者の立寄箇所数が少なくなる傾向にあるが、タッチポイント利用者においては1回のみ立寄の方が減少し、2回～5回程度の立寄を行う方が増加する傾向が確認できる。

尚、全体的な傾向として、通常時（タッチポイント非利用者）における対象エリア内の回遊については、立寄箇所数が概ね2回～3回程度であり、特に1回のみの方が突出している状況である。

エリア内一人あたり立寄箇所数

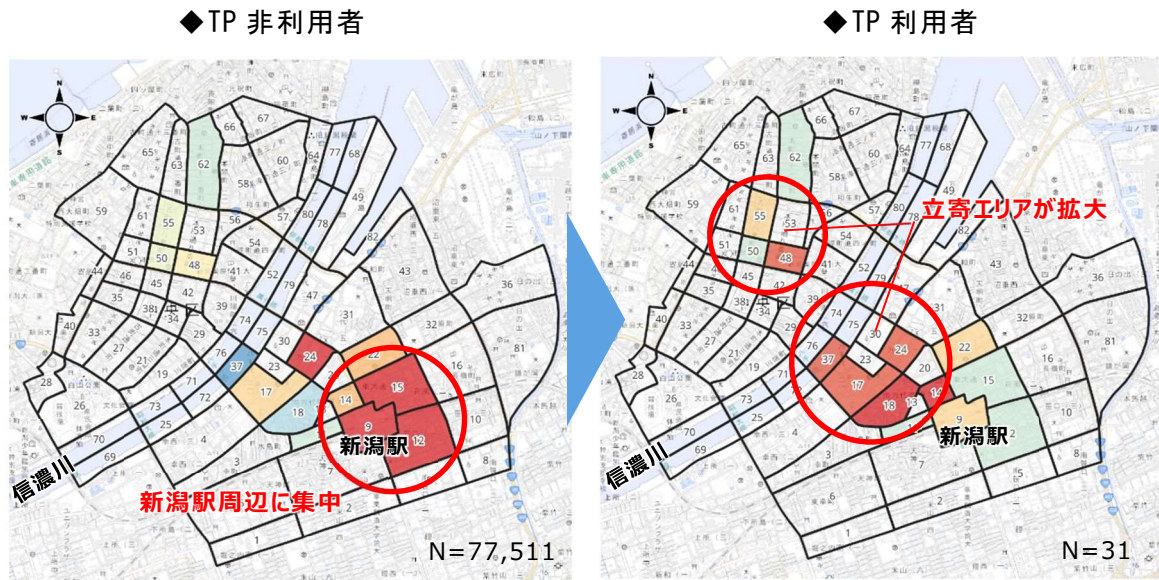
タッチポイント非利用者：平日：2.40回 土休日：2.24回
 タッチポイント利用者：平日：1.92回 土休日：1.50回



▲立寄箇所数度数割合（タッチポイント利用者と非利用者の比較）

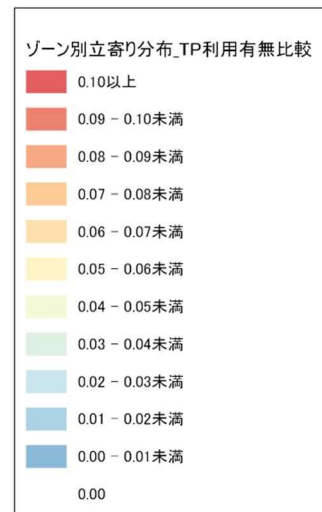
タッチポイント利用者による立寄のあったエリアを対象に、タッチポイントの利用有無別に立寄箇所の分布度合いを比較すると、万代地区や古町地区のエリアで立寄の増加が見受けられ、新潟駅周辺エリアからの行動範囲の拡大が確認できる。

このことから、タッチポイントの導入により、普段立寄らないエリアへの立寄りを誘導するような行動変容の促進効果があったことが示唆される。



※TP 利用者の立寄があったゾーンのみを対象に集計

▲タッチポイント利用有無別の立寄箇所分布比較
(タッチポイント利用者と非利用者の比較)



c. 一人あたり総移動距離

今回の実証実験でタッチポイントを利用したユーザーを対象に、タッチポイントを利用した時の回遊と、それ以外の回遊を比較した。

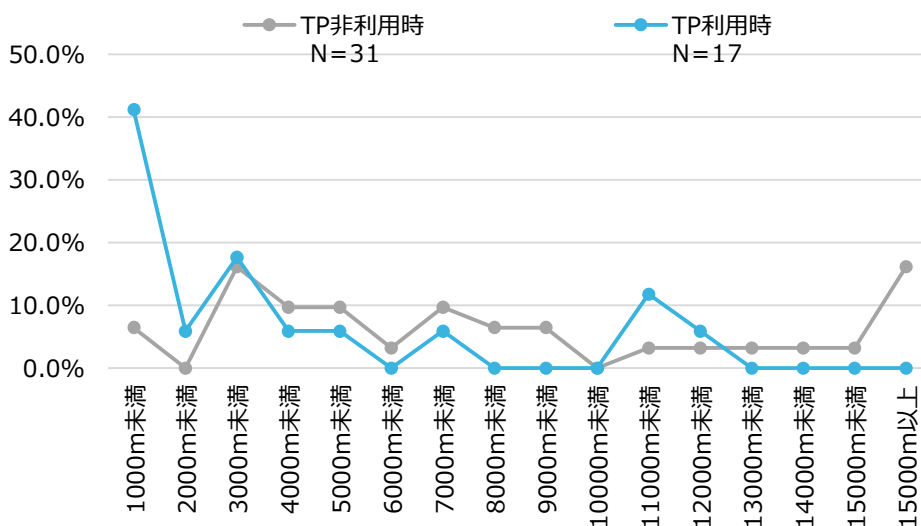
その結果は以下のとおりであり、タッチポイント利用時の方がエリア内での総移動距離が短くなる傾向が示される。

要因として、タッチポイントの導入により、エリア内における立寄箇所が、タッチポイントを導入した飲食店の集中する中心部付近（特に新潟駅近隣エリア）に変化したことが考えられ、タッチポイントにより立寄を誘引する効果が示唆される。

エリア内一人あたり総移動距離

タッチポイント非利用時：8,413m（平日：8,151m 土休日：8,150m）

タッチポイント利用時：3,299m（平日：3,501m 土休日：2,641m）



▲対象エリア内における一人あたり総移動距離の度数分布
(利用ユーザーの利用時・非利用時比較)

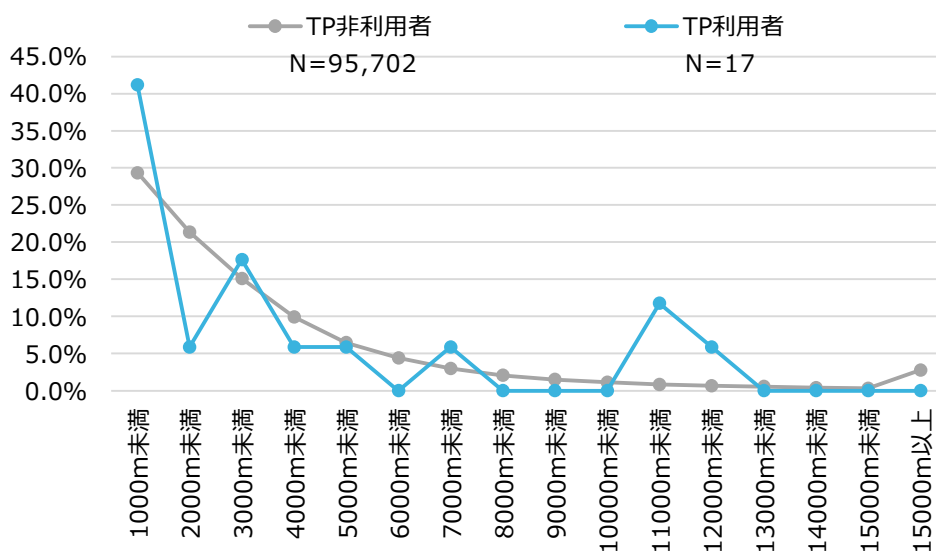
※（参考）タッチポイント利用者以外の全サンプルとの比較

タッチポイント利用者も含めた全サンプルを対象に、エリア内における一人あたり総移動距離を整理すると、平日に比べ土休日の総移動距離が短い傾向にある。

また、タッチポイントの利用有無別に比較すると、前述の利用ユーザーを対象とした比較と同様に、タッチポイント利用者の総移動距離が短くなる傾向にある。

エリア内一人あたり総移動距離

タッチポイント非利用者：4,815m（平日：5,084m 土休日：4,122m）
 タッチポイント利用者：3,299m（平日：3,501m 土休日：2,641m）



▲対象エリア内における一人あたり総移動距離の度数分布
 （タッチポイント利用者と非利用者の比較）

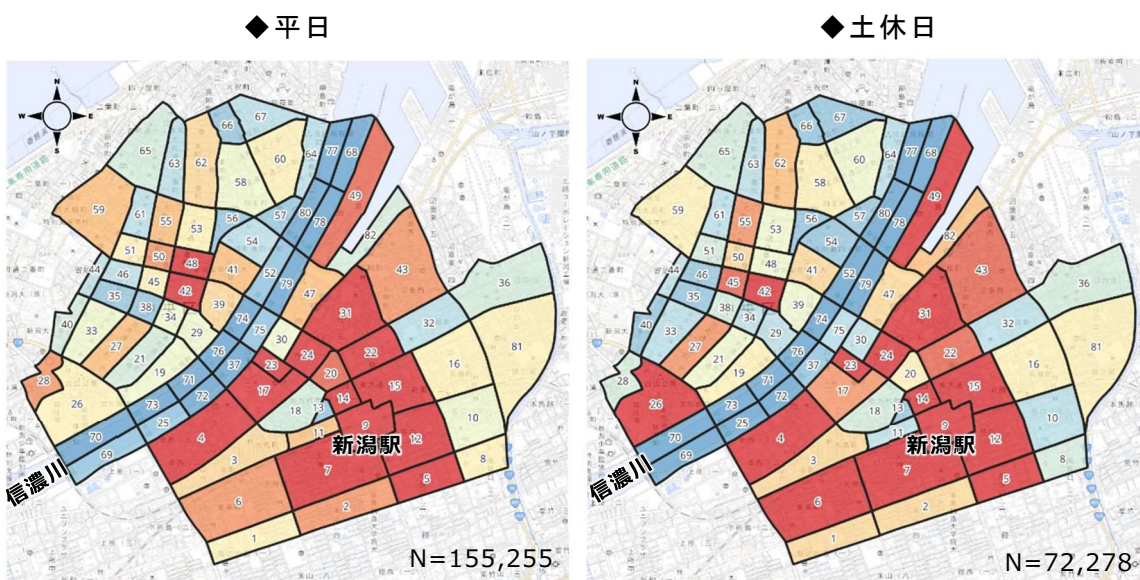
d. 立寄箇所の分布

タッチポイントの非利用者を対象に、通常時における対象エリア内の立寄箇所分布を集計した。

その結果は以下のとおりであり、平日・休日ともに、信濃川より新潟駅側に立寄箇所が集中する傾向にあり、反対側の古町地区での立寄は相対的に少ない状況にある。

このことから、本対象エリアでは、都心部への来訪者を如何に信濃川より東側の古町地区まで波及させるかが重要課題の一つと考えられ、滞在時間や立寄箇所の分析でも述べたとおり、普段立寄らないエリアへの立寄誘導効果が期待されるタッチポイントの導入が課題解決策として効果的となる可能性が考えられる。

■ タッチポイント非利用者（一般の来訪者）



▲ 対象エリアにおける通常時（タッチポイント非利用者）の立寄箇所分布



4) レンタサイクルの運用高度化の可能性

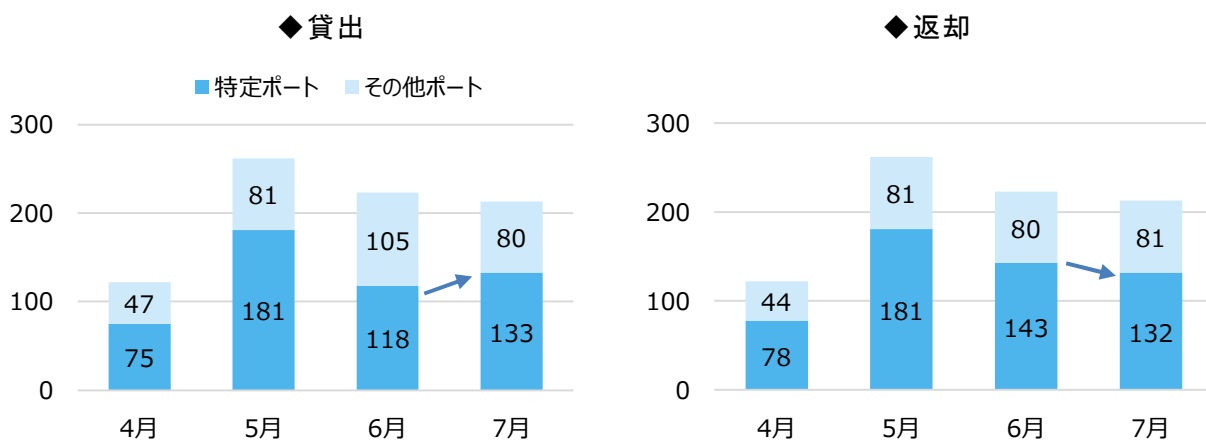
本実証期間中に取得したレンタサイクルの利用者データを活用し、レンタサイクルの運用高度化に向けた可能性について分析を行った。

a. 特定ポートの貸出・返却台数

現状で駐車台数に偏りが生じている特定ポート（3箇所）の偏り解消効果を検証するため、統合アプリにより取得したレンタサイクル貸借データを基に貸出・返却台数を分析した。

その結果、実証実験を実施した7月については、前月に比べ特定ポートの貸出台数が増加するとともに、返却台数が減少しており、特定ポートに係る負荷が軽減されていることが確認できる。

ただし、今回の実証実験では、特定ポート利用者に対するタッチポイントの利用促進を図るための施策として、統合アプリを通じた情報発信を行うのみに留まっており、インセンティブ効果として明確に作用するかについては、引き続き検証が必要である。



※統合アプリにより受付を行った方に限る

▲ レンタサイクルの月別利用状況

b. 貸出ポート別の立寄分布

実証実験期間中において、貸出台数の半数程度を占める 2 ポート（「石宮公園地下自転車駐車場」及び「万代シルバーホテル」）を対象に、当該ポートでレンタサイクルの貸出を行った回遊行動に対する立寄箇所の分布状況を整理した。

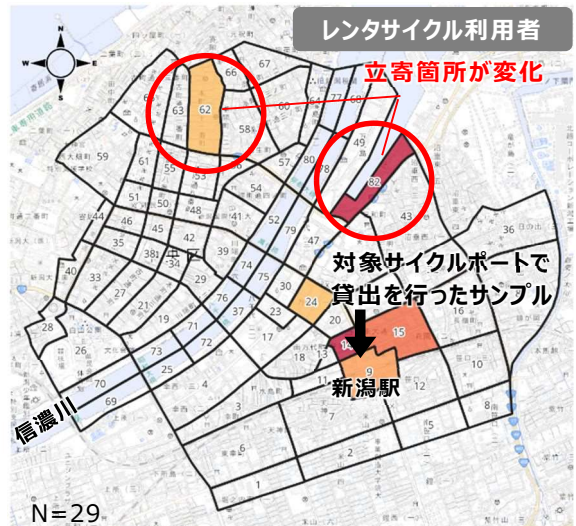
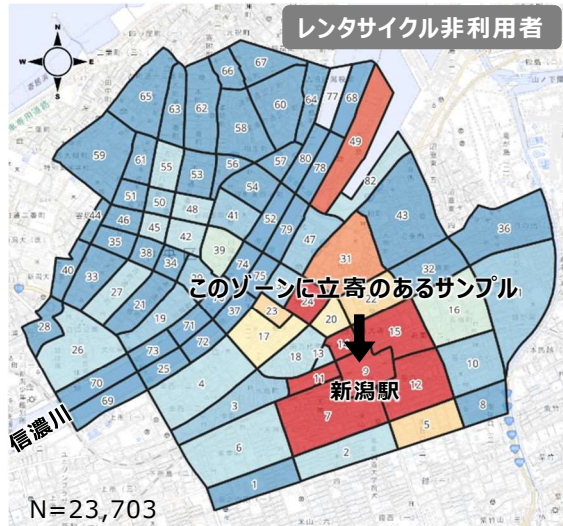


▲ポート別貸出台数

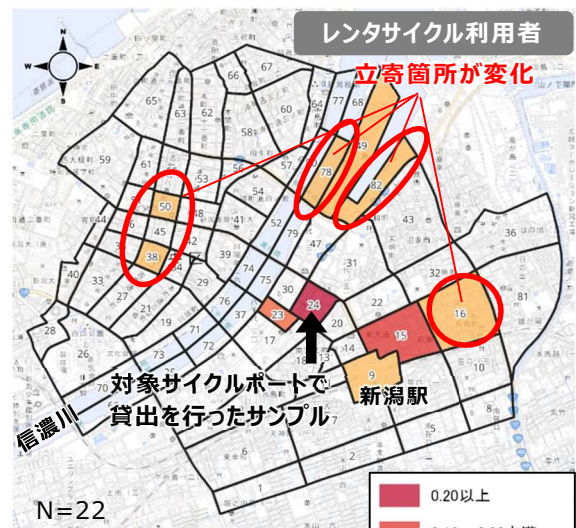
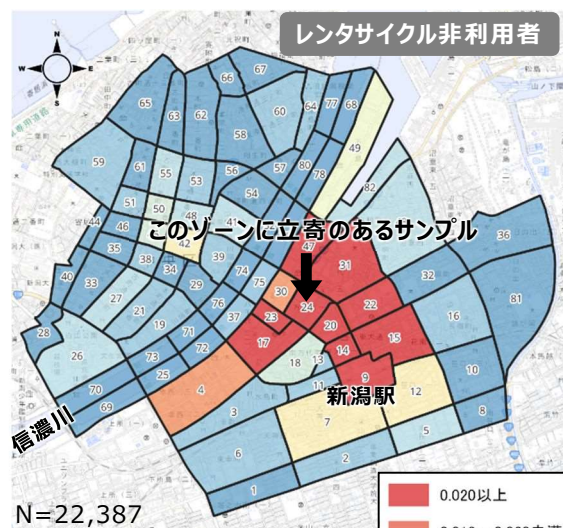
対象2ポートでレンタサイクルの貸出を行ったサンプルを対象に、立寄箇所の分布割合を整理した。また、当該サイクルポートの存在するゾーンに立寄を行ったレンタサイクル非利用者の立寄箇所の分布割合についても同様に整理し、比較を行った。

その結果、特にサイクルポートから離れた場所において、レンタサイクル利用者のサンプルで立寄割合が高くなるエリアが確認でき、レンタサイクルの導入により立寄箇所として選択肢が拡大される可能性が窺える。

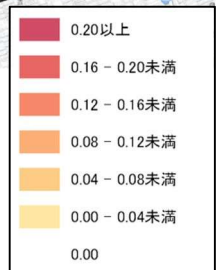
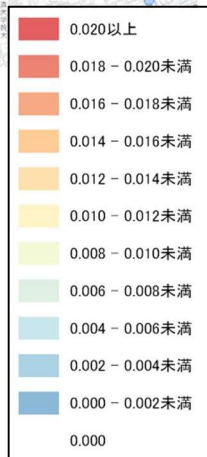
◆「石宮公園地下自転車駐車場」ポート貸出



◆「万代シルバーホテル」ポート貸出



※右図はサンプル数が限られ、分布範囲が限定的なため、凡例のレンジを変えて表示している



▲（参考）レンタサイクル利用者と非利用者の立寄分布割合比較

c. レンタサイクル利用者の行動パターン

実証実験期間中に取得したレンタサイクル利用者の行動データを集計し、レンタサイクルの利用特性を分析した。

レンタサイクルの利用特性として、対象エリア内での立寄がない利用が最も多く、次いで1箇所目の立寄後、レンタサイクルを利用して回遊を終了するようなパターンが多い。

▼レンタサイクル利用者の回遊パターン

エリア内 総立寄箇所数	貸出時点 立寄箇所数	返却時点 立寄箇所数	サンプル数	構成比
0	0	0	115	57.5%
1	1	1	44	22.0%
1	0	1	15	7.5%
1	0	0	8	4.0%
2	2	2	5	2.5%
2	0	2	4	2.0%
3	1	3	3	1.5%
2	0	1	3	1.5%
2	1	1	2	1.0%
3	2	3	2	1.0%
2	1	2	2	1.0%
2	0	0	1	0.5%
3	0	2	1	0.5%
4	2	4	1	0.5%
3	3	3	1	0.5%

対象エリア内での立寄なし

「1箇所目立寄」
⇒レンタサイクル利用
⇒回遊終了

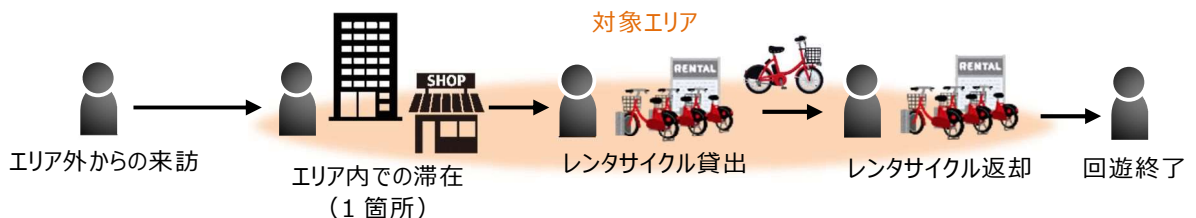
レンタサイクル貸出
⇒1箇所目立寄
⇒レンタサイクル返却
⇒回遊終了

◆レンタサイクル利用者の回遊パターンイメージ（上表の上位3パターン）

【対象エリア内での立寄なし】



【「1箇所目立寄」⇒レンタサイクル利用⇒回遊終了】



【貸出⇒1箇所目立寄⇒返却⇒回遊終了】

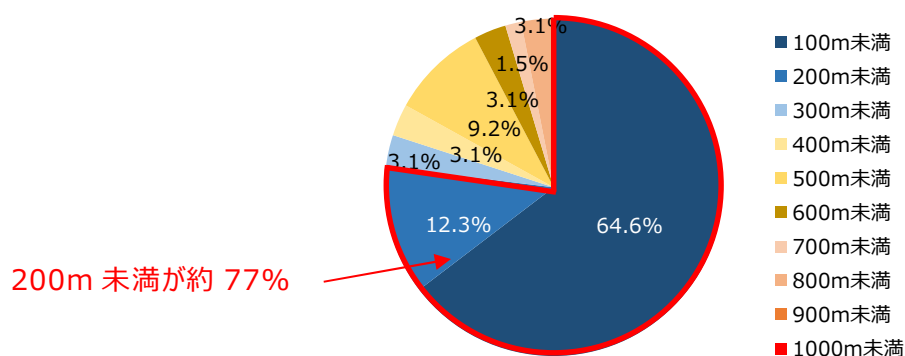


また、参考として今回収集したレンタサイクル利用者の人流データを基に、レンタサイクル貸出時より1つ前の滞在箇所及び返却時より1つ後の滞在箇所までの距離帯を以下のとおり集計した。

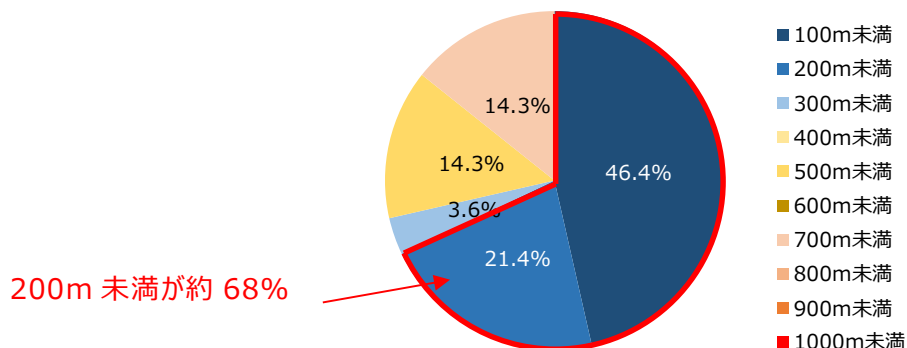
その結果、貸出前及び返却後共に、200m未満の距離帯が半数以上を占めるが、返却後の方が比較的移動距離が長くなる傾向が示された。

このように、統合アプリを通じたレンタサイクルの貸借データと紐づく人流データの取得により、レンタサイクル導入による波及効果等の検討への活用が期待できる。

◆貸出前



◆返却後



※収集したデータでは移動距離 1000m 以上のサンプルが一定数存在したが、一般的な徒歩移動圏を考慮し、集計から控除した。

▲レンタサイクル利用前後の移動距離傾向

5) プッシュ通知の効果

本実証実験で取得したプッシュ通知の発信履歴データを基に、実証実験に係る情報をプッシュ通知により発信したユーザーを対象に、プッシュ通知発信有無による回遊性の比較を行った。

その結果は以下のとおりであり、対象エリア内での総滞在時間はプッシュ通知発信時において半分以上の減少となったが、一方で対象エリア内での立寄箇所数は4割程度増加し、エリア内での総移動距離は大幅な増加が示された。

ただし、本比較に用いたサンプル数が限定的であり、当該指標の増減とプッシュ通知の因果関係が明確ではないことから、引き続き収集データの拡大を図りつつ、効果検証を行う必要がある。

▼プッシュ通知発信ユーザーのプッシュ通知有無による回遊性比較

※（ ）内はサンプル数を示す

	プッシュ通知非発信時	プッシュ通知発信時
一人あたり総滞在時間	215.1分 (10)	65.8分 (3)
一人あたり立寄箇所数	1.33箇所 (10)	1.90箇所 (3)
一人あたり総移動距離	329m (10)	2,872m (3)

※（参考）実施したプッシュ通知の内容

本実証実験では、下図の範囲に設定したエリア内に入居したアプリ利用者に対し、実証実験の実施に係るプッシュ通知を発信した。



▲プッシュ通知の実施内容

6) 地域関係者の今後の連携意向

実証サービスの今後の実装の可能性を検証する上での参考とするため、今回の実証に参加頂いた関係者を対象に、実証実験に対する印象や今後の連携可能性に関するアンケートを実施した。

アンケート結果のまとめ

◆今回の実証実験に対する感想

- ・とりわけ好印象的な回答が得られたが、「どちらともいえない」との回答が多く、参加意識を感じることができなかった参加者が多くいるものと推察される。また、「どちらかと言うと不満」との回答が1割程度挙げられた。
- ・好印象の理由として、「地域とのかかわりが感じられた」が最も多く、コミュニティ形成効果が期待できる施策として可能性が得られた。
- ・不満の理由として、「来店者の増加は特に感じられなかった」や「実証実験の目的が分からなかった」が挙げられ、サービスの実施にあたり利用者への周知や協力団体等との丁寧な合意形成が重要であることが示唆される。

◆今後の実装に向けた参加意向

- ・半数程度の参加者から、今後の参加について前向きな回答が得られた。
- ・今後の改善点として、「より積極的な周知・PR」が最も多く、取組み自体の浸透が大きな課題と考えられる。

◆運営の持続化のため、可能と考えられる負担額

- ・「負担はしたくない」との回答が大半であったが、一部の参加者から年間1～5万円程度の費用負担の可能性が示唆された。

◆実装に向けて連携すると良いと考えられるサービス等

- ・「複数店舗の利用を促す仕組み」や「シティガイドや広告メディア等を利用した案内サービス関連との連携」が多く挙げられた。
- ・また、その他にも「モビリティサービス関連」や「屋外等での賑わいに係る各種活動」等、様々なサービス等との連携に対し、連携すると良いとの回答が得られた。

■ アンケート調査結果

◆ 回答概要

- ・ 調査対象：実証実験参加店舗（40 店舗）
- ・ 回答者数：14 店舗（回収率 35.0%）

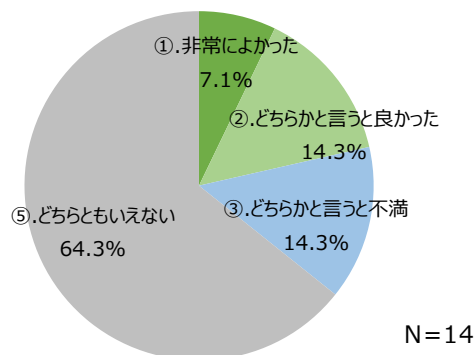
◆ 回答結果

【実証実験の参加に対する全体的な感想】

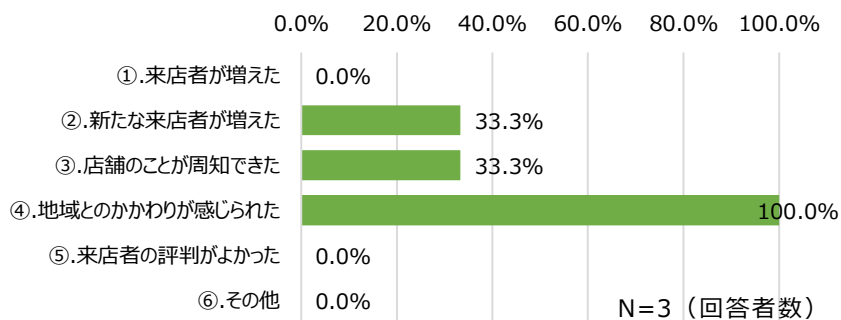
Q：今回の実証実験の参加に対する全体的な感想として、最も当てはまるものをお選びください。また、その理由についても当てはまるものを全てお選びください。

⇒ 選択肢

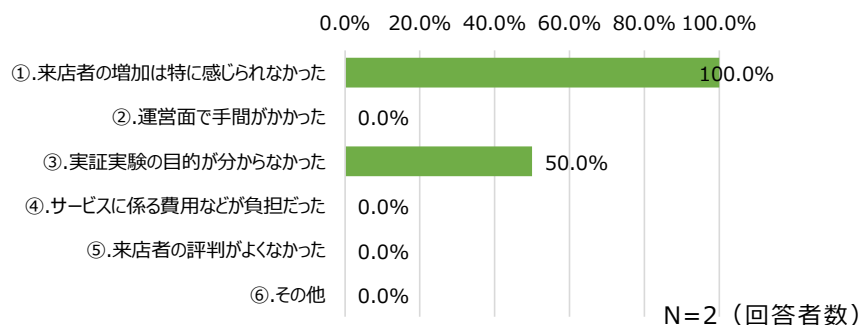
- ①非常に良かった ②どちらかと言うと良かった ③どちらかと言うと不満
④非常に不満 ⑤どちらともいえない



⇒ よかった理由（複数回答可）



⇒ 不満の理由（複数回答可）



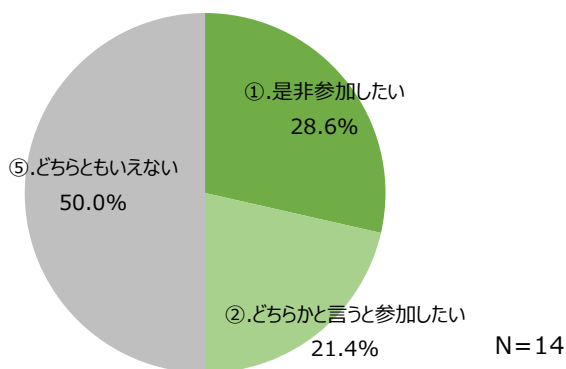
【今後の実装に向けた参加意向】

Q：今回の実証実験は、QRコードにより「まちなかでの何らかの行動（例えばまちなかの店舗への来店や消費、レンタサイクルの利用等）」を行った方を識別し、その方に対して特別なサービスを与える仕組みをつくることにより、まちなかの活性化につながる来訪者の行動を促進する試みの一環として行ったものです。

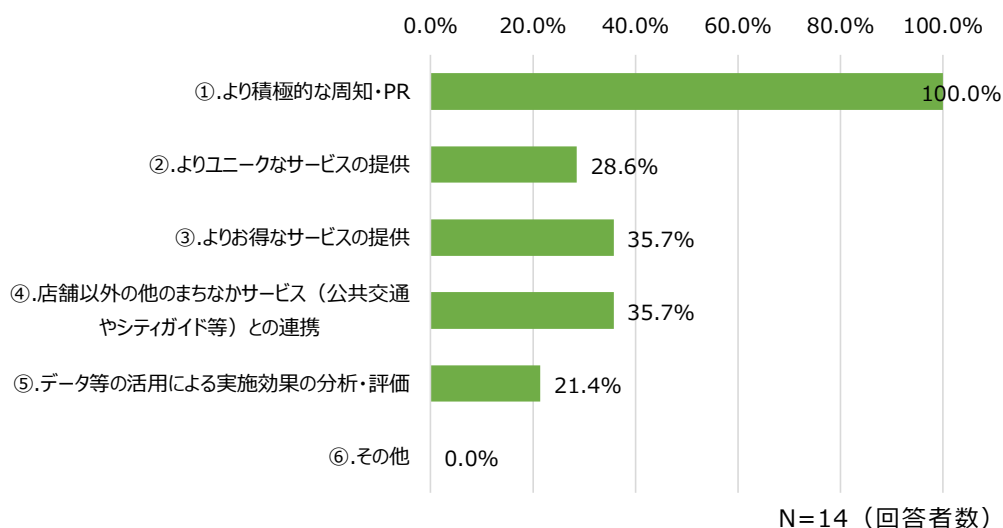
今後、このような仕組みをさらに拡大し、QRコード等を活用して、まちなかの複数店舗や地域の活動等が連携した取組みを継続的に実施する場合、貴店の参加意向として、最も当てはまるものをお選びください。また、その場合の改善点についても当てはまるものを全てお選びください。

⇒選択肢

- ①是非参加したい ②どちらかと言うと参加したい
③どちらかと言うと参加したくない ④参加したくない ⑤どちらともいえない



⇒今後の改善点（複数回答可）

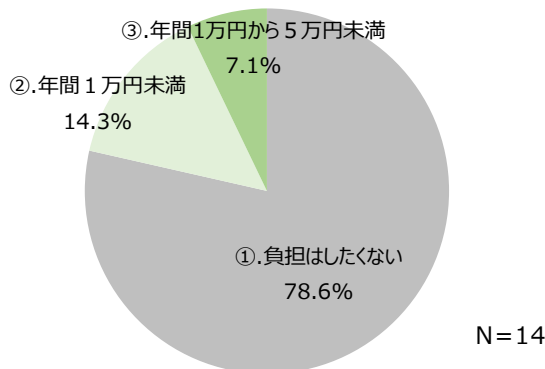


【運営の持続化のために可能と考えられる負担規模】

Q：今後、本取組みを継続的に実施していく場合に、本仕組みの運営の持続化のため、貴店により負担（協賛金や出資金など）ができると考えられる規模として、最も当てはまるものを想定でお選びください。（当てはまるもの一つに○）

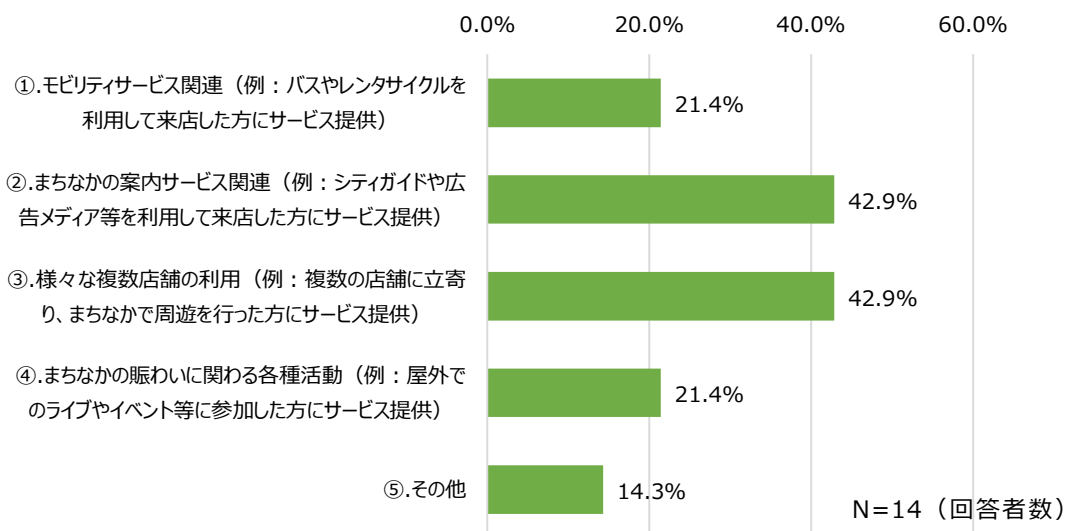
⇒選択肢

- ①負担はしたくない ②年間1万円未満 ③年間1万円から5万円未満
④年間5万円から10万円未満 ⑤年間10万円以上



【実装に向けて連携すると良いと考えられるサービス等（複数回答可）】

Q：本取組みで目指す仕組みと連携すると良いと考えられるサービス等として、当てはまるものを全てお選びください。（当てはまるもの全てに○）



その他詳細

- ・コロナで飲食店全体が厳しい状況であり、そもそも飲食店がダメージを受けない仕組みがよい。
- ・お店側がサービスを提供して、負担しなければならないことに疑問。
- ・あまりサービスをするメリットがないです。

【その他自由意見等】

- ・実証実験全体の動きが分からなく、アンケートに回答しにくい状況でした。
- ・飲食店に優しい企画をお願い致したい。
- ・お得やサービスなどで集客するのは、どうなのか。
- ・今回はあまり宣伝や告知をしてなかったので、次回は積極的に告知したい。

5-2 技術の実装可能な時期、実装に向けて残された課題

5-2-1 基盤ツール開発に係る取組み

(1) 進捗状況の整理

本実証実験を通じ、統合アプリの登録者が増加傾向にある他、タッチポイントの利用ログやレンタサイクルの貸借データ等、スマート・プランニングに活用可能性のある新たなデータが取得でき、実行計画における基盤ツールとなる統合アプリやスマート・プランニングの発展に進展が得られた。

一方で、データ基盤の整備については現時点であり方の検討段階にあり、実証実験の実施に至っておらず、今後の検討課題として残っている状況である。

▼ロードマップにおける進捗状況の整理

	実行計画	進捗評価	備考
R2 年度以前	<ul style="list-style-type: none"> 既存アプリ 一部エリアでのスマート・プランニング試行 現況人流データ蓄積 	○	
R2 年度	<ul style="list-style-type: none"> アプリ整備 アプリ機能追加 スマート・プランニングのエリア及び機能拡張 基盤整備に係る実行計画作成 	○	<ul style="list-style-type: none"> ■<u>統合アプリ</u> <ul style="list-style-type: none"> 既存アプリに位置情報及びサービス利用履歴情報の取得機能を追加 実証実験で実施したコンテンツとの連動を実施 ■<u>スマート・プランニング</u> <ul style="list-style-type: none"> 実行計画の対象エリアに範囲を拡張 統合アプリで取得したデータにより回遊性を評価する仕組みをツール化 統合アプリにより取得したデータと連動した回遊シミュレーション実施ツールを作成
R3 年度	<ul style="list-style-type: none"> アプリ利用促進の重点的検討 他施策との連携でスマート・プランニングの機能拡充 データ基盤整備に係る実証実験 	▲	<ul style="list-style-type: none"> ■<u>アプリ利用促進</u> <ul style="list-style-type: none"> アプリ登録者が増加傾向 ■<u>スマート・プランニングの機能拡充</u> <ul style="list-style-type: none"> タッチポイントの利用ログやレンタサイクルの貸借データ等、スマート・プランニングに活用可能性のある新たなデータが取得された ■<u>データ基盤整備</u> <ul style="list-style-type: none"> 現時点で実証実験には至っていない（あり方検討の段階）
R4 年度	<ul style="list-style-type: none"> アプリの機能拡充 他施策との連携でスマート・プランニングの機能拡充 データ基盤の外部データとの連携 		
R5 年度	<ul style="list-style-type: none"> 順次本格稼働 		

※○：実行計画どおりに進捗

※▲：多少遅れが生じているが今後修正

※×：実行計画の修正も含め検討が必要

(2) 今後の課題

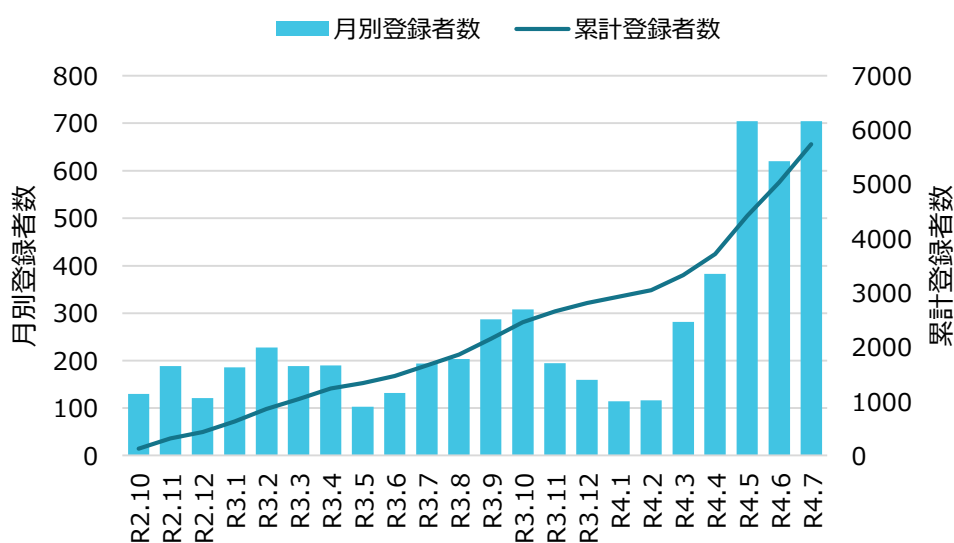
実行計画における基盤ツールを開発する上での今後の課題を以下に整理する。

基盤ツール開発に係る今後の課題

- ・統合アプリ登録者は増加傾向にあるものの、統合アプリを通じたサービスの利用者は依然として十分でないため、引き続き統合アプリ利用者の増大を図る必要がある。また、統合アプリの利用者数拡大を図るとともに、取得データ量の拡大を図る観点からは、位置情報の取得に対する合意の促進も課題として挙げられる。
- ・実証実験で得られたデータを、スマート・プランニングに活用するとともに、今後のスマートシティの実装に向け、開発したスマート・プランニングが実際に活用されるための利用シーンを創出する必要がある。
- ・各種ツールを統合的に管理するための情報基盤システムの構築が必要である。

今後の取組方針

- ・取得データ量拡大の観点から、提供するサービス価値の向上を基本としつつ、利用者へのPR等を通じ、データ利活用による地域活性化の取組に対する理解促進を図る他、必要に応じデータ取得に対するインセンティブ付与等の施策を検討する。
- ・今回取得した新たなデータ（タッチポイントやレンタサイクルの利用履歴等）を活かし、スマート・プランニングの機能向上を行う。
- ・他の実証実験やイベント等と連携し、スマート・プランニングのユースケースを増やしていくとともに、スマート・プランニングを関係者とのコミュニケーションツールとしても活用し、地域連携の強化に取り組む。
- ・情報基盤システムについて早々にあり方を検討し、必要に応じて実証実験を実施する。



▲（参考）統合アプリ登録者数の推移状況

5-2-2 情報提供及びインセンティブ付与に係る取組み

(1) 進捗状況の整理

本実験の実施により、インセンティブや情報提供の新たなデバイスとなるタッチポイントの仕組みを開発・導入でき、今後の取組を進める上での新たなツールが構築された。

▼ロードマップにおける進捗状況の整理

	実行計画	進捗評価	備考
R2 年度以前	・ 既存のインセンティブ施策	○	
R2 年度	・ 実行計画作成 ・ 実証実験(ビジネスモデルの検証)	▲	■情報提供 ・ 統合アプリと連動したメディア連携コンテンツを実施 ・ 当該コンテンツの活用者の発掘やビジネスモデルの確立が課題
R3 年度	・ 実証実験	○	・ タッチポイントの実証実験を通じ、統合アプリを通じた新たなインセンティブや情報提供の可能性を検証
R4 年度	・ 順次本格稼働		
R5 年度			

※○：実行計画どおりに進捗

※▲：多少遅れが生じているが今後修正

※×：実行計画の修正も含め検討が必要

(2) 今後の課題

情報提供及びインセンティブ付与に係る今後の課題を以下に整理する。

情報提供及びインセンティブ付与に係る今後の課題

- ・ 本実証技術は、地域活性化を促進する行動等の価値を可視化する事も目的としていることから、それらの価値に対する重みづけや、蓄積することが可能な仕組みに発展させる検討が必要である。
- ・ また、インセンティブ付与により回遊性向上を図るためには、協力店舗のジャンルを多様化する等、提供するサービス内容の多様化も重要である。
- ・ 実際にサービスを提供する地域内店舗等の協力拡大が不可欠なことから、本仕組みに参加頂くことに対するメリット等を整理し、発信する事が必要である。尚、地域との合意形成ツールとして、スマート・プランニングにより当該メリット等が可視化できるようになることが望ましい。

今後の取組方針

- ・ 本仕組みによるサービス価値向上を図るため、本実証実験で構築したシステムを基に、「インセンティブの重みの可変設定」、「インセンティブの蓄積」を可能とするようシステムをアップデートする。イメージとして、ICT等を活用した地域通貨のようなシステムへの改良が想定される。
- ・ また、同時にサービス面についても、「協力店舗の拡大」、「協力店舗の多様化」、「店舗以外の地域サービスとの連携」の視点で更にアップデートした取組を実施する。
- ・ 地域との協力拡大を図るにあたり、スマート・プランニングを活用する。

5-2-3 レンタサイクルの高度化に係る取組み

(1) 進捗状況の整理

本実証実験を通じ、タッチポイントの仕組みを軸に地域内の店舗とレンタサイクル等の地域内サービスが連携したサービス提供を行うための基盤が構築された。

一方で、今回の実証実験では基盤構築に注力したため、より効果的なインセンティブの提供等、地域にとってより価値の高いサービス提供が行えるよう発展させていくことが課題として挙げられる。

▼ロードマップにおける進捗状況の整理

	実行計画	進捗評価	備考
R2年度以前	・既存のレンタサイクル	○	
R2年度	・導入効果の検証	○	・統合アプリと連動した仕組みを実装 ・次年度以降の運営団体も確立され、自走に向けた体制構築を実現
R3年度	・実証実験（運用最適化）	▲	・タッチポイントを通じた偏り是正の可能性を検証する実証実験を実施 ・一方で、効果的なインセンティブの提供に課題が残った
R4年度	・順次本格稼働		
R5年度			

※○：実行計画どおりに進捗

※▲：多少遅れが生じているが今後修正

※×：実行計画の修正も含め検討が必要

(2) 今後の課題

レンタサイクルの高度化に係る今後の課題を以下に整理する。

レンタサイクルの高度化に係る今後の課題

- ・本実証では、タッチポイントの仕組みを活用することにより、レンタサイクルの運用と地域内店舗サービスの連携可能性が確認できたが、当該仕組みの活用による実際の行動変容までは明確に確認できていない。そのため、今後は本仕組みを基に、効果的に行動変容等を誘導するためのインセンティブのあり方について検討が必要である。
- ・当該サービスによる行動変容の状況を取得データにより把握し、スマート・プランニングによるシミュレーションを可能とすることにより、タッチポイントの仕組みを地域全体に浸透させる際の合意形成ツールとして活用することを検討する。

今後の取組方針

- ・前項の課題でも示したタッチポイントに係るシステムのアップデートやサービスの価値向上の取組みと連動し、再度レンタサイクルの運用と連携した実証実験等を実施し、車両の偏り是正等、実際の行動変容効果の発現を検証する。
- ・一方で、当該取組は店舗のサービス等と異なり、地域貢献的な行動促進を図るものであることから、取組への参加を促すため、店舗サービスとは異なる視点での情報発信やコミュニケーション手法について検討を行い、実施する。

6. 横展開に向けた一般化した成果

本調査による成果を踏まえ、他都市への横展開を見据え共有すべき知見について整理する。

6-1 タッチポイントデバイスの導入効果に関する知見

- ・地域課題の解決を図るため、スマートシティと地域との接点となるタッチポイントの導入に必要な機能等に関する知見が得られた。
- ・また、タッチポイントを通じて得られた行動ログ（来店情報等）と人流データを関連付けすることにより、エリア内来訪者のより詳細な行動特性を把握することが可能となった。
- ・一方で、構築したサービスやインセンティブを実際に利用して頂くためには、広く来訪者等に認知して頂くことが必要となる事も知見として得られた。
- ・実証実験により得られたデータからは、同一ユーザーにおいて、タッチポイントの利用時において滞在時間や総移動距離が増加する傾向が確認できた。取得データ量が限定的ではあるものの、今後の更なるサービスや認知度の向上により、来訪者の回遊性向上を促進できる可能性が示唆された。

6-2 レンタサイクルの運用効率化及び高度化に関する知見

- ・タッチポイントを通じて来訪者の行動変容を促し、レンタサイクルの偏り是正等の地域課題解決を図る基礎的な仕組みが構築された。
- ・一方で、より効果的な行動変容に繋げるためには、タッチポイントと同様に、広く来訪者等に認知して頂くことが必要となる事も知見として得られた。

6-3 スマートシティの実装に関する知見

- ・上記 2 項目にも関連するが、本仕組みを通じたサービスを本格実装するにあたっては、地域の企業・団体等の参加拡大や、来訪者等へのサービスの認知度拡大を図る事が極めて重要と考えられる。
- ・そのため、本サービスの拡大や発展を行いながら持続的に運営を担う主体の位置づけが必要と考えられる。
- ・また、本取組も含め、スマートシティの取組で生み出されたサービスを持続的に運営していくための、ビジネスモデルについても検討の必要がある。本実証で参加店舗にアンケートを行った結果では、一部参加者から協賛金等の負担の可能性も示唆されたが、大半の参加者が費用負担に対して後ろ向きな傾向があり、地域に対して取組の意義やメリットを共有する方法について検討が必要である。

6-4 タッチポイントにより得られる行動ログデータのスマート・プランニングへの活用可能性に関する知見

- ・本取組により、これまでスマート・プランニングで活用してきた人流データに加え、行動（来店やレンタサイクルの貸借等のアクティビティ）データを取得することが可能となった。
- ・当該データの活用により、今後は単に人の増減のみではなく、人の行動までシミュレーションができるようなスマート・プランニングの発展に向けた可能性が得られた。
- ・尚、上述のとおり、スマートシティサービスを本格実装するにあたっては、当該サービスのメリットや意義を地域と広く共有することが重要であるため、そのためのツールとして、スマート・プランニングにより様々な視点から施策効果等を見せられるようにすることが重要であると考えられる。

7. まちづくりと連携して整備することが効果的な施設・設備の提案

7-1 提案施設・設備

今回の実証実験により得られた知見や課題等を踏まえ、スマートシティ全体の取組として、まちづくりと連携して整備することが効果的な施設や設備について以下のとおり整理する。

▼まちづくりと連携して整備することが効果的な施設・設備の案

取組を進める上での課題	効果的な施設・設備（案）
<ul style="list-style-type: none">・タッチポイントの展開にあたり、「インセンティブの重みの可変設定」、「インセンティブの蓄積」を可能とする	<ul style="list-style-type: none">・地域通貨システム
<ul style="list-style-type: none">・サービスの利用者やデータ取得量の拡大を図るため、提供サービスやスマートシティの取組全体に関し地域に周知・浸透を図る必要がある	<ul style="list-style-type: none">・専用ホームページ（ポータルメディア）・デジタルサイネージ等の広告媒体

7-2 施設・設備の設置、管理、運用にかかる留意点

提案した施設・設備について設置、管理、運用に係る留意点を以下のように整理する。

(1) 地域通貨システム

◆設置

- ・全国の事例等を参照すると、地域通貨関連の取組は類似の形式等が多様に存在するため、本スマートシティの取組に最適となる形式について十分な検討が必要である。
- ・上記に示した形式にもよるが、地域通貨システムは導入する地域におけるまちづくりの基盤システムとなり得るため、導入に際しては検討時から行政や地域関係者等と十分な協議を行い、市や地域によるまちづくりの方向性と整合を図る必要がある。

◆管理・運用

- ・地域にとって基盤的なシステムとなる事が想定されるため、ある程度の公的性を有し、且つ持続的に管理を行うことが可能な管理・運用主体の確立が必要となる。本取組においては、将来的な設置を検討するスマートシティ運営法人が候補として考えられる。

(2) 専用ホームページ（ポータルサイト）

◆設置

- ・サービス利用者やデータ取得量の拡大を図る他、まちづくりの視点により市民や地域関係者からの共感を拡大させる観点からも、本スマートシティの取組を実装させる上での基盤となるシステムと考えられるため、当該ページのあり方、コンセプト、デザイン等について十分な検討が必要である。

◆管理・運用

- ・上記の「設置」に関しても示した観点から、単に設置のみではなく、積極的なアップデートを持続的に行っていく必要があると考えられることから、専属的な管理・運用主体の確立が必要と考えられる。本取組においては、将来的な設置を検討するスマートシティ運営法人が候補として挙げられる。

(3) デジタルサイネージ等の広告媒体

◆設置

- ・ハード的な施設となる事から、新設する場合には高コストとなる事が想定されるため、既存施設の活用等も含めた検討を行う。
- ・施設を新設する場合は、まちづくりの観点から市や関係する地域関係者等との協議を行い、合意形成を図る。

◆管理・運用

- ・上記と同様にハード的な施設となる事から、管理・運用コストが高くなることが想定さ

れるため、市や関係する地域関係者等との協議を行い、管理主体や費用負担の考え方等について整理する必要がある。

- ・発信するコンテンツ等について、効果的な内容とする他、持続的なアップデートが図られることが望ましいと考えられる事から、専属的な管理・運用主体の確立が必要と考えられる他、コンソーシアム内のクリエイター系企業等との連携を図る。

7-3 地域特性に合わせた提案

提案した施設・設備について地域特性を考慮した上で、今後の具体化に向けて以下の方針で検討を進めるものとする。

(1) 地域通貨

- ・本取組の対象地域には、細かな地域価値が多数潜在しており、本取組でもこれらの価値を顕在化させることが主な方針となる。また、商品券等のように、地域内に新たに経済的価値を導入するような施策を行う場合は、原資の構築が必要となり、本取組ではハードルが高い。
- ・そのため、本取組において地域通貨を導入する場合は、原資を特に必要とせず、且つ地域内に潜在する価値を活用する観点から、地域通貨でしか得られない（＝対象エリアでしか得られない）体験価値等の地域限定サービスの流通促進を図るようなモデルが適していると考えられる。

(2) 専用ホームページ（ポータルサイト）

- ・上述の地域通貨と同様に、本取組の対象地域では、潜在する地域価値を顕在化させることが主な方向性と考えられる。
- ・そのため、本取組を拡大させるにあたっては、単にサービス利用者を増やすという視点の他、地域の活性化を目指す本取組に対して共感を得る（サポーターを増やす）視点での情報発信についても検討を行う。

(3) デジタルサイネージ等の広告媒体

- ・本取組はまだ実装に至っておらず、ビジネスモデルが確立していない状況であり、多くのコストが必要となるハード施設の導入はハードルが高いと考えられる。
- ・そのため、当面はこれまでの取組の中でも活用実績のある既存サイネージ等の更なる活用促進や、対象地域内に存在するデジタルサイネージ以外の既存の屋外広告塔等の活用促進等について検討を行う。

早期の実装を見据えた
スマートシティの実証調査(その12)
調査報告書

令和4年9月
国土交通省 都市局
新潟市スマートシティ協議会