

スマート・プランニングによるまちなかコンテンツ最適化事業 (新潟市スマートシティ協議会)

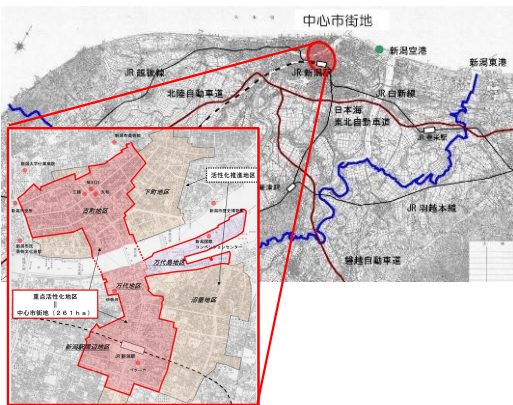
1

- ・複数の特徴的エリアからなる中心市街地において、来訪者数の減少や回遊性が低い等により、まちの賑わい創出が課題。
- ・将来的な再開発事業等により、新たに創出される集客拠点の整備効果をまち全体に波及させるソフト施策として、スマート・プランニングとコンテンツ創出の仕組みを両輪とするウォーカブル空間マネジメントの実現に取り組む。

■ 対象区域の概要

- 名称：新潟市中心市街地
- 面積：261ha
- 人口：19,454人(R4.5末現在)

位置図



■ 都市の課題

地区の現状

- ・来街者減少や回遊性の低さ等による賑わい低下
- ・一方で将来的に大規模開発が複数箇所で開催予定

課題

- ・ハード整備により新たに創出される集客拠点の効果をまち全体に波及させるソフト施策の充実

■ 解決方法

人を呼び込むハード施策(人が集まる拠点の創出)【市の都市政策等】

再開発事業などによる新たな集客施設の整備

連携して実施

呼び込んだ人の回遊を促進するソフト施策
(ウォーカブル空間マネジメント)

【本事業の
取組範囲】

来訪者の行動の
特徴を把握する

回遊性向上施策を
実施する

■ 来訪者の行動データを分析
⇒スマート・プランニングの手法に基づく来街者の行動のモデル化
⇒回遊シミュレーションモデルの開発・改良

■ 回遊したくなる“動機”づくり
⇒活用可能なオープンスペースと実施可能なコンテンツのコーディネートする仕組み

居心地よく歩きたくなる
賑わいのあるまちなかの実現

■ 運営体制

新潟市スマートシティ協議会

技術提供	民間企業・団体 (39団体)※R5.9現在
地方自治体	新潟市
地域におけるスマートシティの担い手	古町：新潟古町まちづくり(株) ※都市再生推進法人 新潟駅・万代：検討中
有識者	新潟大学、 事業創造大学院大学

本事業の実施体制

(株) 福山コンサルタント
・事業全体コーディネート ・コンテンツの企画・実施 ・実証結果とりまとめ ・スマート・プランニング
↓
新潟市
・まちづくりとの連携・調整

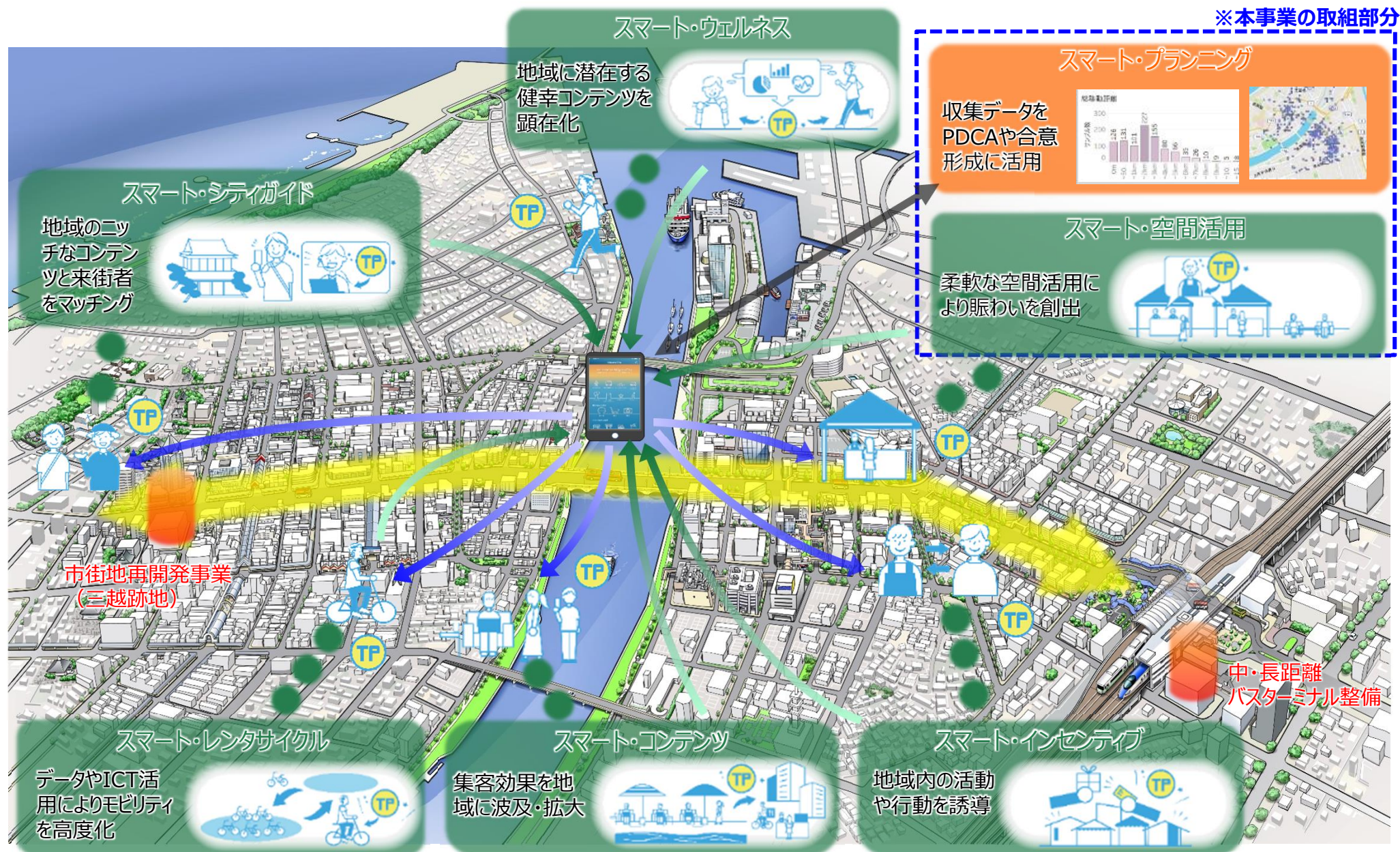
■ KPI(目標)

KPI	目標値(R7年度)
来街者一人あたり立寄箇所数	2.5箇所以上
空間活用PFの活用により実施されたコンテンツ数	30以上

スマート・プランニングをエンジンとしたクリエイティブシティの実現 実行計画

2

・統合アプリ、スマート・プランニング、タッチポイントを基盤に、地域ストックを活かす様々なサービスプラットフォーム（サービスの仕組み）を実装し、各サービスプラットフォームを通じて地域と来街者の交流を活性化することで賑わいを創出。



これまで実施した実証実験の概要： スマート・プランニングによるまちなかコンテンツ最適化事業

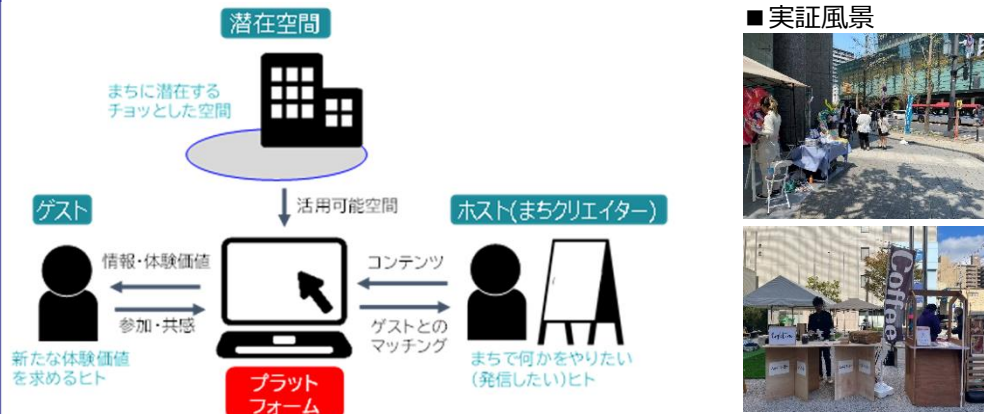
3

- ・まちなかの回遊性向上を図るソフト施策として、オープンスペースに賑わいコンテンツを創出する仕組みと、当該コンテンツの最適配置を検討するためのスマート・プランニングの改良を実施。
- ・実証の実施を通じ、賑わいコンテンツの実施により回遊性が向上する効果が示唆されたほか、当該コンテンツの配置検討を行う上での着目点が知見として得られた。

■ 実証実験の内容

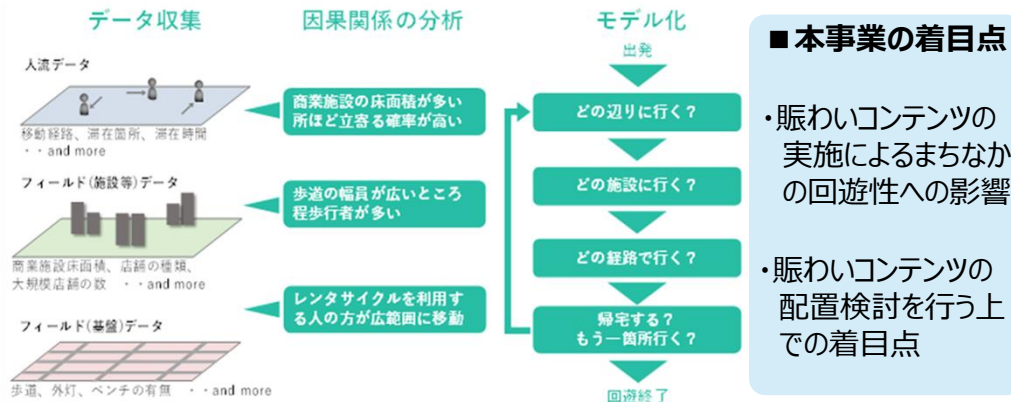
① オープンスペースにコンテンツを創出する仕組みの実証

- ・まちなかの活用可能なオープンスペースと実施可能なコンテンツをマッチングするプラットフォームを運用し、歩行空間に賑わいコンテンツを創出する実証を実施。



② スマート・プランニングによる評価及び行動特性の把握

- ・①の実証で収集した人流データを基にスマート・プランニングを実施し、実証の効果検証および賑わいコンテンツの配置効果をシミュレーションするツールを開発。



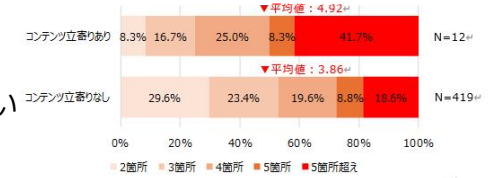
■ 実証実験で得られた成果・知見

① コンテンツの実施効果

- ・27人がコンテンツの実施に参加し、実施可能なコンテンツを一定数発掘。
- ・ホストへのアンケートより、屋外のオープンスペースを活用する上で、「活用可能なスペースの場所が不明」、「スペースを活用するための手順や調整」の課題が多く挙げられ、本取組のような仲介プラットフォームの必要性を改めて確認。
- ・賑わいコンテンツを立寄った方のまちなかでの立寄箇所数や滞在時間が比較的多くなり、コンテンツの実施が回遊性の高い人をまちなかに増加させる可能性が示唆。
- ・スマート・プランニングの推定モデルにおいても、コンテンツの実施有無が目的地選択に影響する兆候を確認。

■ コンテンツ立寄有無別のエリア内立寄り箇所数

コンテンツに立寄った人の立寄り箇所数が多い



② 来訪者の新たな回遊特性の把握

■ 回遊モデルのパラメータ推定結果

目的地選択モデル		
説明変数	パラメータ値	z値
ゾーン間経路長(km)	-0.8468	-8.40
駅までの経路長(km)	-1.0233	-12.38
日用品店舗数(/ha)	0.7569	6.53
その他店舗数(/ha)	0.0284	5.81
コンテンツ実施距離(変数)	0.4888	1.61
内々ダミー変数	1.9827	16.63
万代島ダミー変数		
白山公園ダミー変数		
回遊継続モデル		
説明変数	パラメータ値	z値
現在時刻(時間)	-0.2571	-8.34
ログサム変数	0.3221	2.84
定数項	2.3864	4.40
滞在時間モデル		
説明変数	パラメータ値	z値
現在時刻(時間)	-0.0755	-3.05
総滞在時間(時間)		
切片	1.5644	7.51

- ・賑わいコンテンツの配置検討に参考となる以下の特性を把握。
⇒来訪者の立寄り箇所間距離は、200m以下と1,000m以上に二極化しており、立寄箇所の配置間隔として200m以下を目安とすることが望まれる。
- ⇒最終目的地(駅など)に向かう動線上に立寄箇所があることが回遊の継続や目的地選択に優位に作用することを確認。

駅(最終目的地)から離れる場所ほど目的地から選ばれにくい

コンテンツのある場所ほど目的地に選ばれやすい

- ・本実証で実施した2つの取組について、今後の実装に向けた一定の成果が得られた。
- ・今後は、行政やエリアマネジメントが行うまちづくり施策と連携しながら、実践のまちづくりの場でこれらの取組を活用し、本格実装につなげていく。

■ 実証実験で得られた課題

R5年度取組みの成果

■ オープンスペースを活用したコンテンツの創出

- ・コンテンツを実施可能なホストを一定数獲得。
- ・本プラットフォームのニーズ（存在意義）や、ホストの参加拡大を図る上で考慮すべきポイントに関する情報が得られた。

■ スマート・プランニング

- ・コンテンツの実施効果や配置検討で留意すべきポイントに関する知見が得られ、これらを考慮したシミュレーション可能となった。

実装までに残された課題

■ オープンスペースを活用したコンテンツの創出

- ・プラットフォーム参加者の更なる拡大。
- ・コンテンツの実施による売り上げ等、現時点ではホスト（コンテンツ実施者）の参加メリットがそれ程大きくない。

■ スマート・プランニング

- ・実際の都市マネジメントにおける活用機会の増大および地域におけるデータ活用の気運醸成。
- ・スマート・プランニングの精度・機能向上およびそのためのデータ収集方法の検討。

■ 今後の取組：スケジュール

■ コンテンツの実施

- ・集まったコンテンツに付加価値をつけ、集客力等を高めるためのサービス運営（企画やコーディネート）を推進。
- ・より一層地域の関係者との連携を誘発するプラットフォームの構築（シェアマップなど）。

R6年度

- ・継続したサービス運営
- ・プラットフォームの価値向上
- ・シェアマップの構築等によるプラットフォーム規模拡大

R7年度

- ・PDCAサイクルによる継続的な運営

■ スマート・プランニング

- ・行政が実施するハード整備（集客拠点など）等の他団体の実施するまちづくり施策と連携し、新たに創出される人の集積効果をまち全体に波及させるための検討に活用。

R6年度

- ・行政のまちづくり事業やエリアマネジメントの実施するまちづくりと連携した施策立案

R7年度

- ・PDCAサイクルによる継続的な改良