

未来都市のC2Cローカルネットワーク

2023/11



Strictly Confidential



テクノロジーを駆使した、新たな街づくり会社

ミッション

人々を支え合える街を創る

設立：2015年

資本金：9,999万円

住所：東京都中央区日本橋茅場町

事業内容

- ◆ 【デジタル】国内最大級の地域コミュニティアプリ「ピアッツァ」の開発・運営
- ◆ 【リアル】再開発における地域活性化に向けてリアル事業（イベント企画・運営、施設運営、エリアマネジメントコンサルティング等）

代表者

矢野 晃平



創業エピソード

私の子供が事故により看病が必要になった時、同じマンションの方が声を掛けてくれました。挨拶程度だったその方の一声に救われた経験から、街の人と人が出会い、つながりを育めるプラットフォームの必要性を再確認し、PIAZZA株式会社を立ち上げました。

PIAZZA（ピアッツァ）はイタリア語で「広場」という意味。街の人がPIAZZAを介して集まり、暮らしに関する情報をやり取りしたり、ちょっと困った時に相談したり、使わなくなったモノを必要としている人に譲ったり。気づけば人と人が支え合っている、そんな未来を目指しています。

メディア



日本経済新聞

読売新聞

朝日新聞社

東京新聞



取引先

自治体：国土交通省、文化庁、警視庁、東京都中央区・渋谷区・品川区・港区など

事業会社：三井不動産株式会社、森トラスト株式会社、住友不動産株式会社、野村不動産株式会社、サッポロ不動産開発株式会社、株式会社三越伊勢丹ホールディングス など

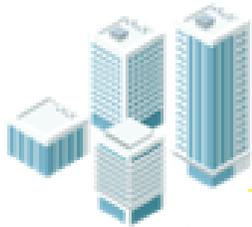
株主

三井住友海上キャピタル、JR東日本スタートアップ、みずほキャピタル など

街の価値は「ハード」から「ソフト」に転換

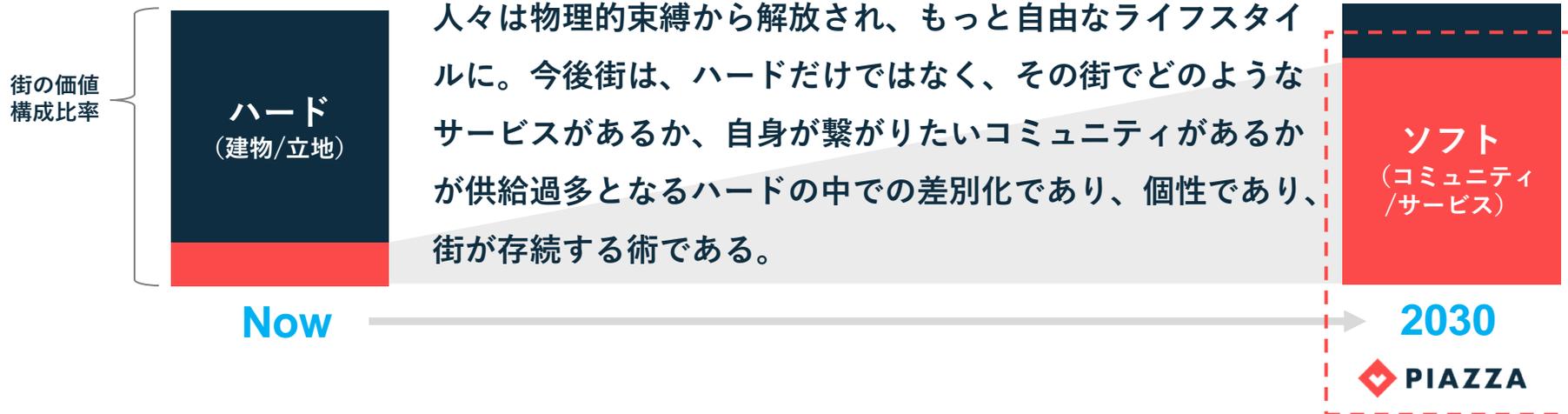
マクロトレンド

- ◆ 新築着工数の減少し、ハードの価値は減価傾向に
- ◆ EC・デリバリーの発達により、サービスは家中までリーチ
- ◆ リモートワークが増加し、職場以外でも働く事が可能



考察：街の価値注目はハードからソフトの時代へ

人々は物理的束縛から解放され、もっと自由なライフスタイルに。今後街は、ハードだけではなく、その街でどのようなサービスがあるか、自身が繋がりたいコミュニティがあるかが供給過多となるハードの中での差別化であり、個性であり、街が存続する術である。



近くが遠い | ローカルでつながる手段の欠落

地域住民 (Consumer)

背景

- ①単身世帯、②児童虐待、③65以上の孤独死、
全ての指標が**過去最高を更新**
- 町内会加入率は年々下落。**86%が担い手不足**
- 地域内で**支え合える人が「0」が65%**

課題

地域自治を継続する仕組みが欠如

近くが遠い | ローカルでつながる手段の欠落

地域住民 (Consumer)

地域事業者 (Business)

背景

- ①単身世帯、②児童虐待、③65以上の孤独死、
全ての指標が**過去最高を更新**
- 町内会加入率は年々下落。**86%が担い手不足**
- 地域内で**支え合える人が「0」が65%**



Cも嬉しくはない
インプット

- 地域事業者の主な広告媒体は紙媒体
- 反響率は**0.01%~0.3%** & タイムリー性の欠如。タワマンは入れない
- SNS/Webは実際の来店から遠い
- マーケ担当が不在

課題

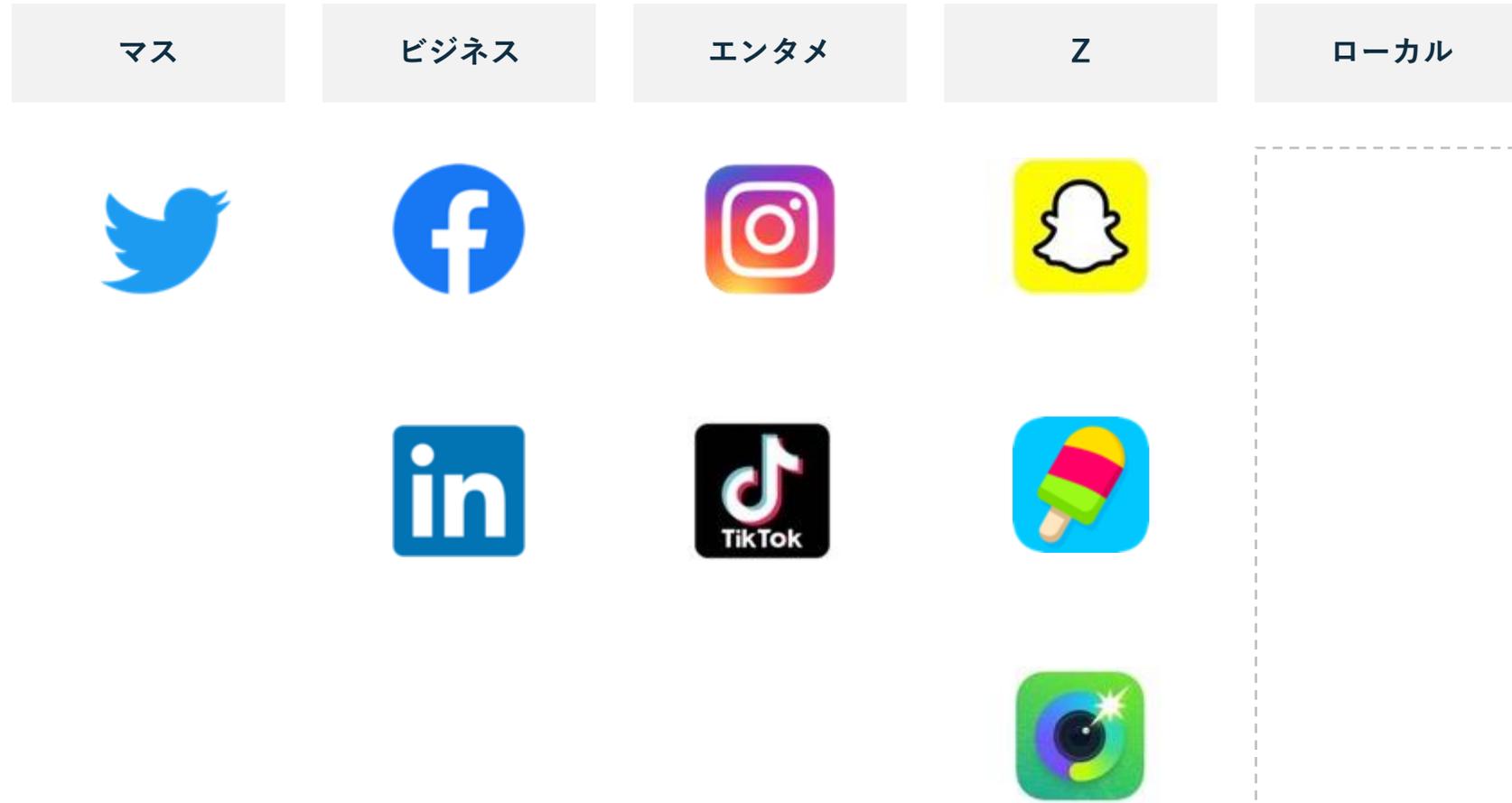
地域自治を継続する仕組みが欠如

効果的なローカルリーチ手法が必要



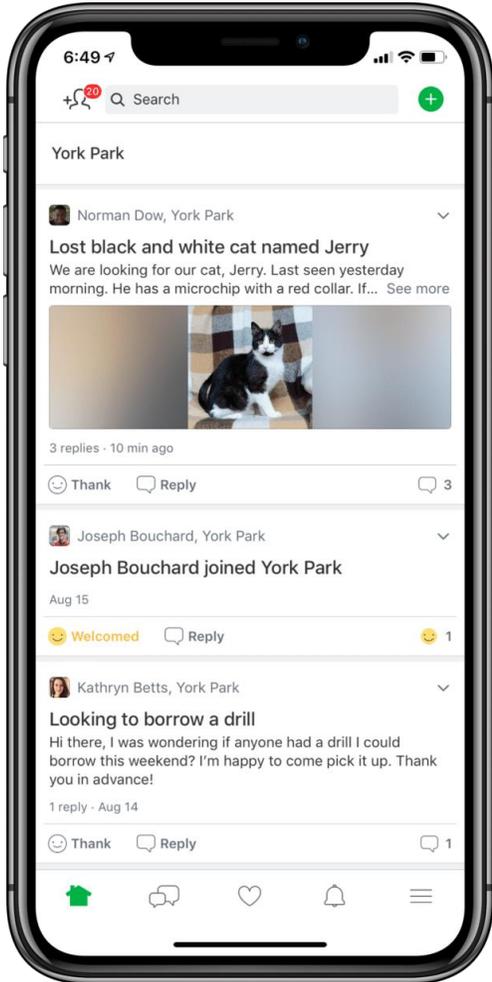
デジタルを駆使して、日本の未来社会の為にこの課題解決に取り組んでいます。

ローカルに特化したソーシャルメディアはまだ国内で成功例なし





nextdoor | 米国で台頭するローカルSNS



CEO & Early Investors

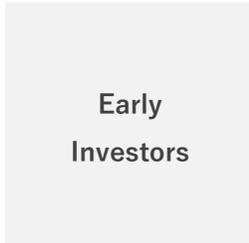


Sarah Friar CEO

(Ex-Square CFO)



McKinsey & Company



greylock partners.

Key Stats

登録者数 : 8,100万人

(米国の1/3世帯が利用)

売上 : \$212M

(21年実績 / YoY +56%)

時価総額 : \$ 1 B

地域のステークホルダーを繋ぐ デジタルプラットフォーム「ピアッツァ」

累計80万投稿 (310万PV/月)

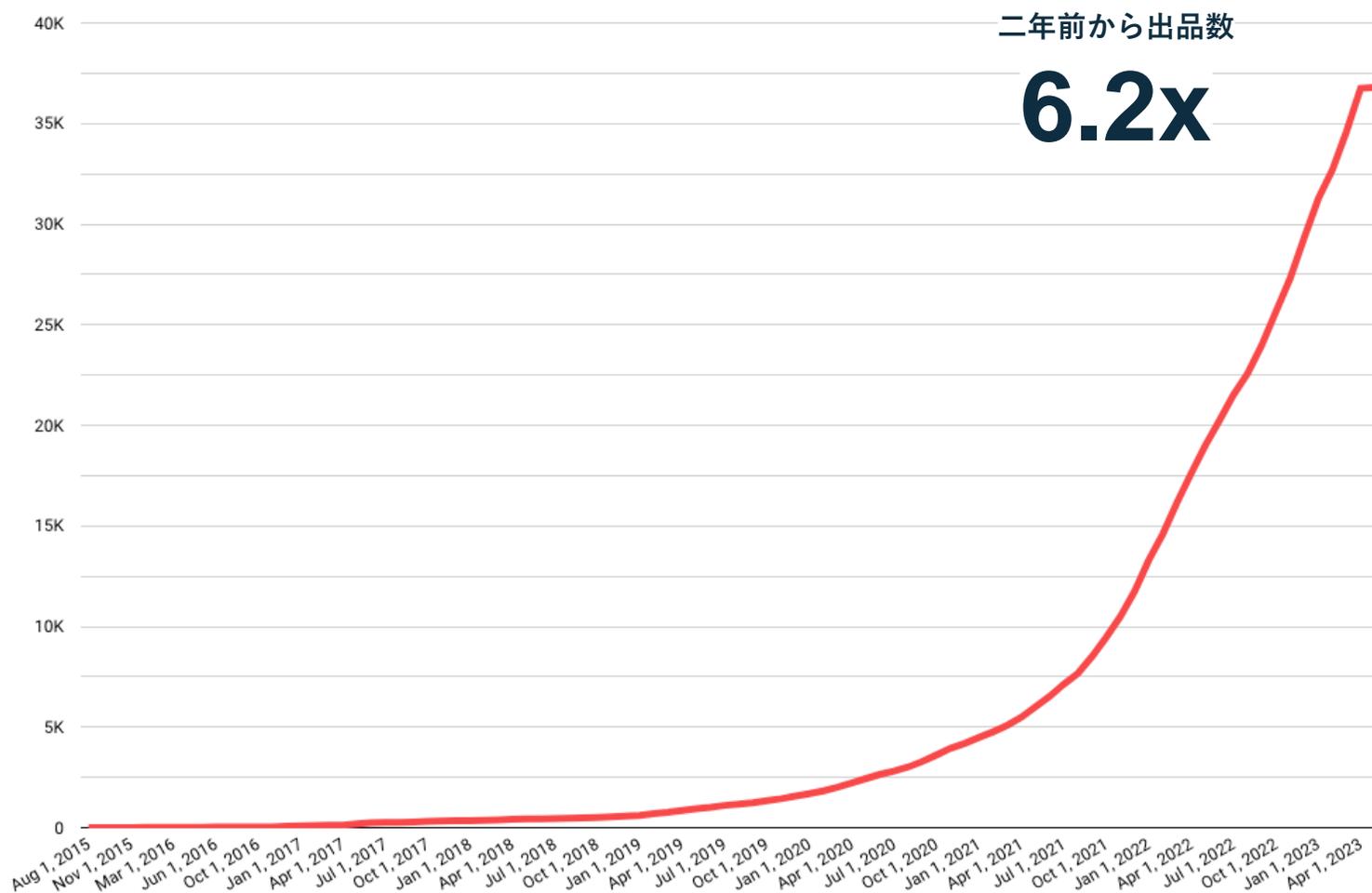


成功事例

中央区の30~40代人口の3割が登録



スケールしたご近所さん間のお譲りします。



大量に届いた「じゃがいも」



フリマで売りにくい「自転車」



サイズアウトした「ベビーベット」

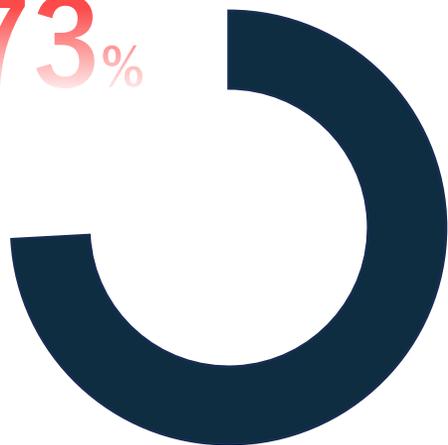


生まれすぎた「めだか」

ローカル x 購買力あるファミリー層が主な利用者

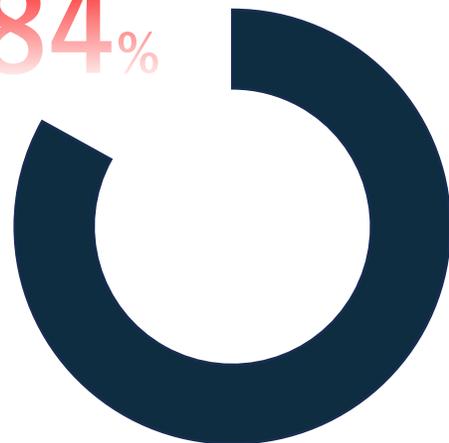
年齢30~40代

73%



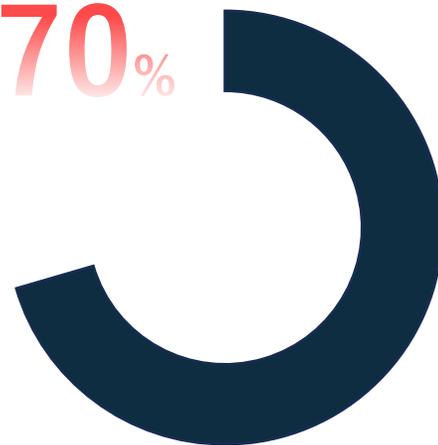
子育て中

84%



世帯年収700万以上

70%



コア利用者



子育て中（特に0~7歳児の親）の
アクティブな30~40代ファミリー層

- 20代後半~40代前半
- 今住んでいる場所が地元ではない
- 生活の協力者が身近にいない

2020年ピアццаアプリによるアンケート調査 (n=504)

施設運営などリアルな取り組みも実施

コミュニティデザイナー組織の運営

参加した人が喜んでくれる
ことが嬉しい



実際のコミュニティデザイナーさんの声

地元コミュニティを
もっと盛り上げたい



イベントの企画 & 運営



住民参加型お下がり品の譲渡会
(ららぽーと豊洲)



駅前広場を活用した交流イベント
(武蔵小杉駅前)

コミュニティ施設の運営

グロースリンクかちどき (東京都中央区勝どき) ※会員数3万人



カフェピアッツァ (東京都港区新橋)



地域のステークホルダーを繋ぐ デジタルプラットフォーム「ピアッツァ」



地域広告は紙に偏在しており、デジタル化の余地が大きい



国内ローカル広告市場規模（2021）8,865億円

ダイレクトメール
3,446億円¹

折込チラシ
2,631億円¹

交通
1,346億円¹

フリーペーパー
1,442億円¹

Digital Transformation

デジタルでの配信

双方向型の
コミュニケーション

費用体効果高い



ファミリー層にリーチしたことで、売上が急増

NHK



NHK おはよう日本
8/17に放映



③ マネタイズの壁

足元商圈にダイレクトアクセスする手段の提供

独自のネットワーク / デジタルならではの強み



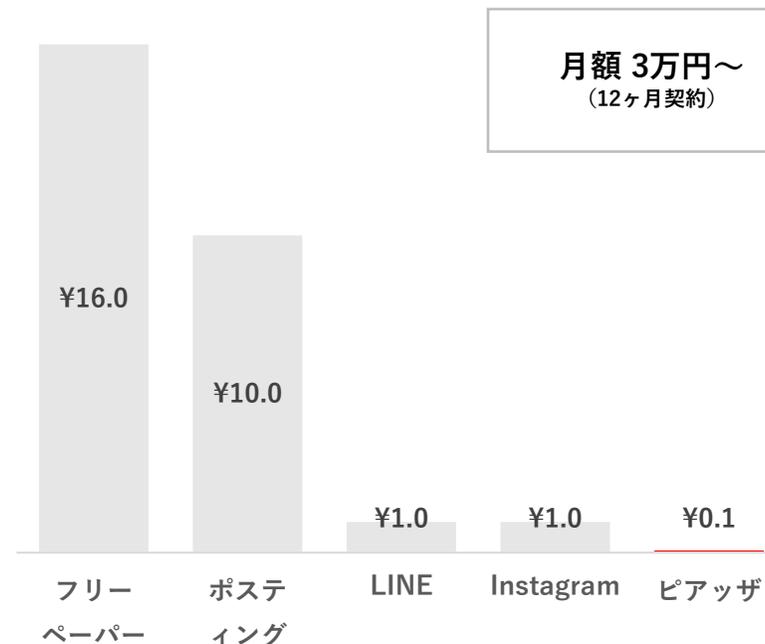
- ✓ 近隣にお住まいの方へ施設情報を発信し、地域とのつながりにつなげていきたいと思い導入した。
- ✓ 足元商圈にダイレクトに発信できるため、ユーザーの反応がわかりやすく施設への来館に繋がっている。



- ✓ 地域住民にピンポイントで広告を出すことができる。
- ✓ 行政推奨アプリであることも安心材料。
- ✓ 紙と違ってスペース制限がないのでしっかりと告知ができる。



1接触あたりのコスト比較



月額 3万円～
(12ヶ月契約)

- フリーペーパー：高所得層向け媒体、中面広告1/2pの場合
- ポスティング：A4両面カラー印刷+配布の場合
- LINE：メッセージ通数5,000通までの場合
- Instagram広告：インプレッション単価の一般的な目安

ローカルXファミリー層に親和性がある顧客層

商業施設

 Takashimaya S.C.
NIHOMBASHI

 COREDO
日本橋

 atré
TAKESHIBA

 LaLaport
URBAN DOCK
三井ショッピングパーク
TOYOSU

 GRANDTREE
MUSASHIKOSUGI

 Harumi Triton
晴海トリトン

 ABENO
HARUKAS

 ARIAKE GARDEN

不動産開発

 三井不動産
MITSUI FUDOSAN

 MORI
TRUST

 野村不動産

 日鉄興和不動産

 SAPPORO
サッポロ不動産開発株式会社

 街に、ルネッサンス
UR 都市機構

子育て・教育

 BabyPark

 自分を育てる バイリンガル幼児園
KidsDuo
International

 CircleToys
サークルトイズ

 日生劇場
NISSAY THEATRE

地域のステークホルダーを繋ぐ デジタルプラットフォーム「ピアッツァ」

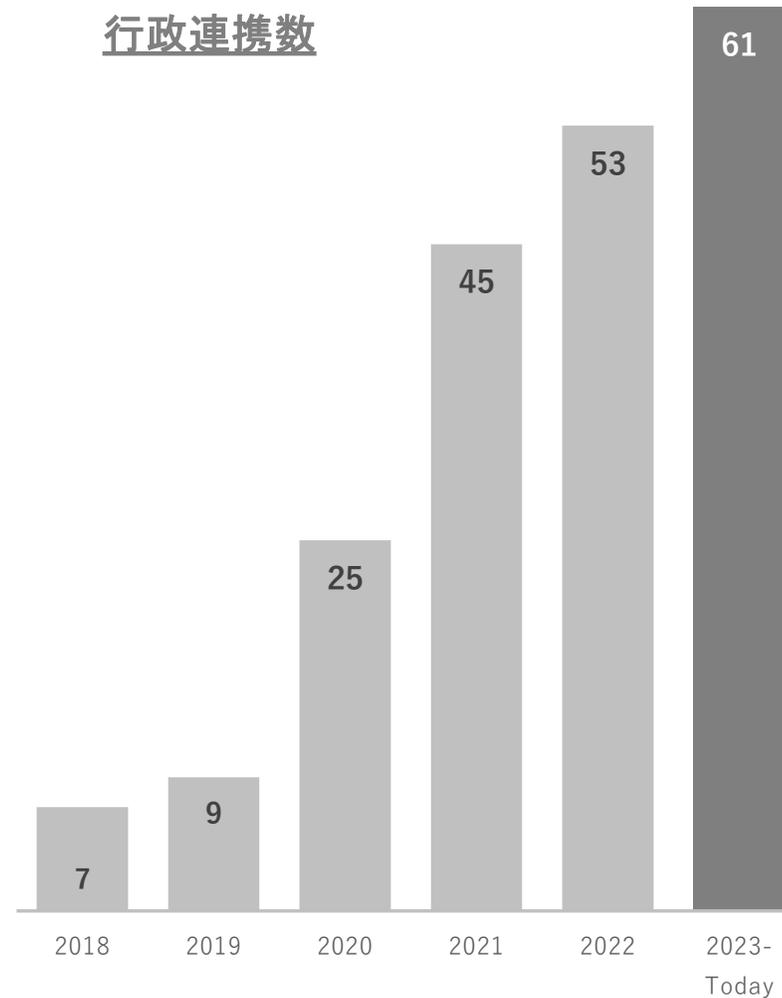


24ヶ月で28の行政との連携を実現



※一部抜粋

行政連携数



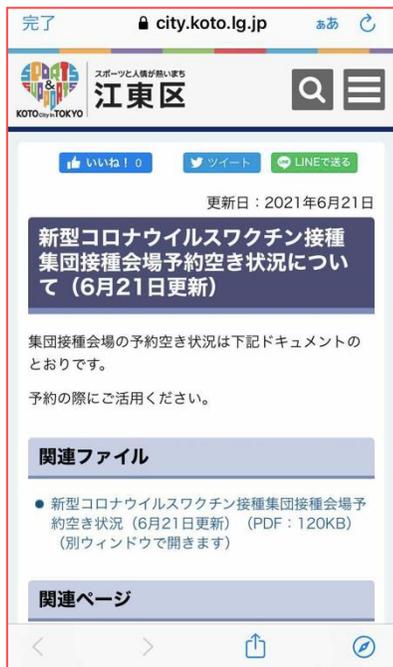
特徴① 行政情報の自動取得表示

住民の暮らしに役立つ情報を自動連携表示。安心・安全な街づくりを目指す

行政ホームページ情報を表示



毎日最新情報を
取得表示！



HPへ移動

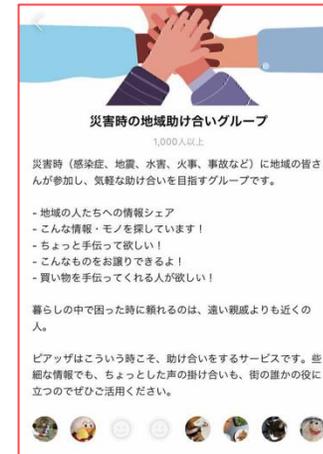
防犯情報の自動配信（プッシュ通知）



プッシュ通知でお知らせ



災害時はグループを活用し全ユーザーへプッシュ通知可能！



エリア開設時に自動連携（管理工数ゼロで最低限の情報配信が可能）

粗大ごみとして廃棄する前にご検討ください

粗大ごみの中には新品もしくは新品同様でそのまま使用可能なものが排出されている現状があります。不要になったものをごみとして廃棄する前に、必要とする方に譲ることで価値あるものとして継続利用が可能になることもあります。資源循環型社会の推進を図るため、「捨てる前にリユースする」という選択もぜひご検討ください。

地域コミュニティアプリ「ピアッツァ」に出品しませんか



ピアッツァ

ピアッツァ (PIAZZA) は、地域イベントの情報発信や気軽な情報交換、助け合い、不要品の譲り合いなど、地域の情報をユーザー同士で安心・安全に情報交換できるSNSアプリです。

「お譲り」機能を使って、ご近所で品物を必要としている方にお譲りすることができます。ぜひご活用ください。

アナログで、散乱している自治体イベント情報



8割のチラシはデジタル管理されていない



自治体での管理が煩雑
紙での掲出

GenAI | 地域のアナログ情報を収集する仕組みを開発



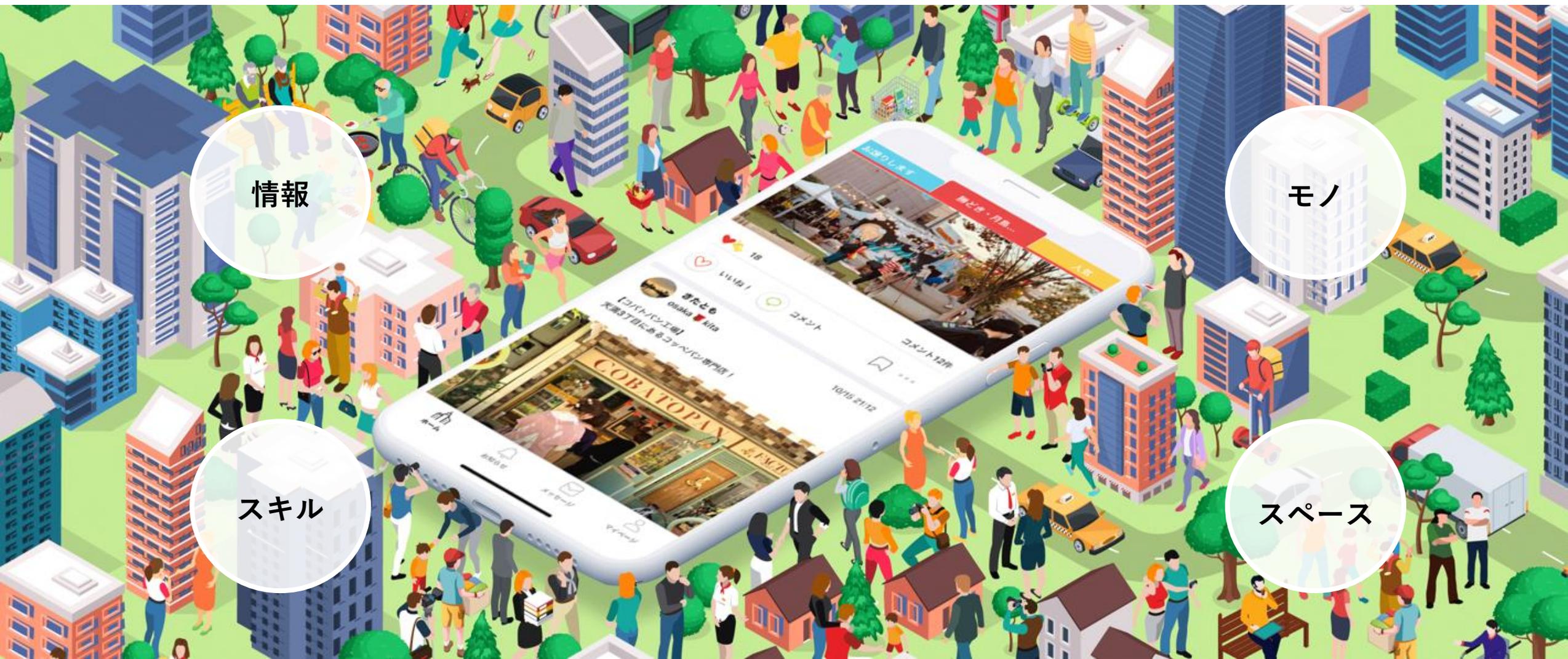
自治体での管理が煩雑
紙での掲出



OCR x ChatGPT x 機械学習を通じて
自治体のイベントチラシ情報を
デジタル構造化し、データベース化
(タイトル、住所、日時、概要など)



地域コミュニティ構築は、地域リソースをオープン化する方法



情報

モノ

スキル

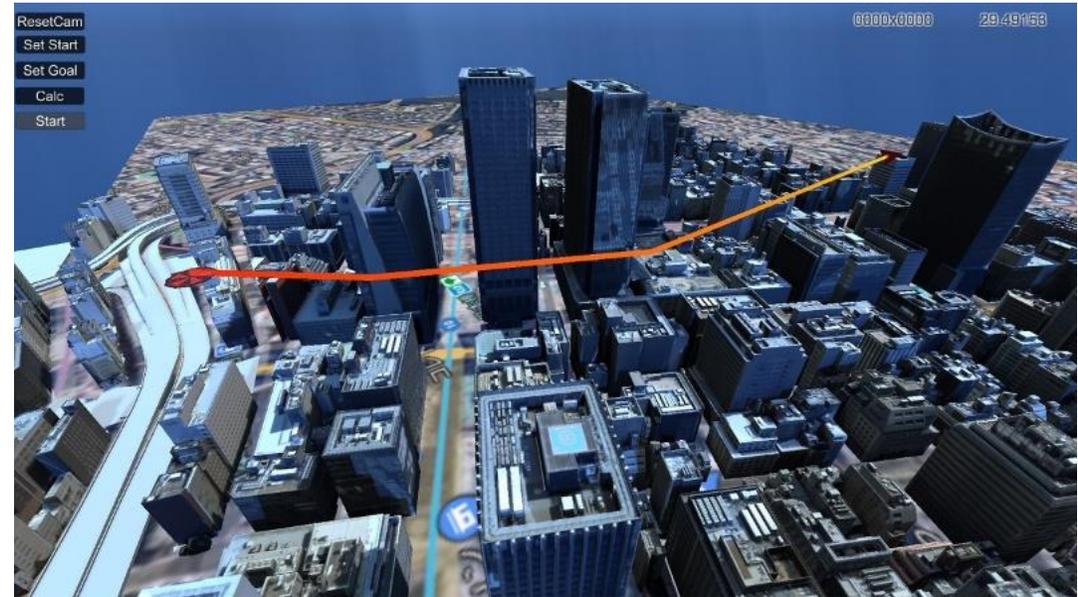
スペース

PLATEAUとPIAZZAの可能性

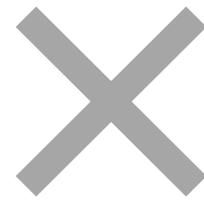
2D



3D



地域の
リソース



デジタル
ツイン



想定ユースケース



For 自治体	地域住民の力で街の課題をプロットイング
For 不動産 事業者	再開発前のコミュニティ形成 (エリアマネジメント)
For 事業者	回遊目的としての街の謎解きゲーム (関係人口増加)
For 住民	リアルシムシティ (地域活動貢献度に応じて 自分の街をリッチ化できる)
実現性	パフォーマンス、速度、コスト エンドユーザーの端末スペック

ご清聴有難うございました。

メール：kohei.yano@piazza-life.com

携帯：080-5965-2307

X：@kohei_yano

