

■ 事業のセールスポイント

- デジタルサイネージを活用した即時即応型サービスの提供による中心市街地における「賑わい」の拡大とリアルタイム混雑マップの提供による密回避を支援
- ICTを活用した「賑わい」をコントロールできる方策の構築に関する効果検証

■ 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)



■ 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
- ・中心市街地における「新たな生活様式」

⇒こうした課題に対応していくためには、通常時、イベント開催時など様々な状況下での中心市街地の状態を把握し、その場の状況に応じて効果的に対応していく必要がある。

■ 解決方法

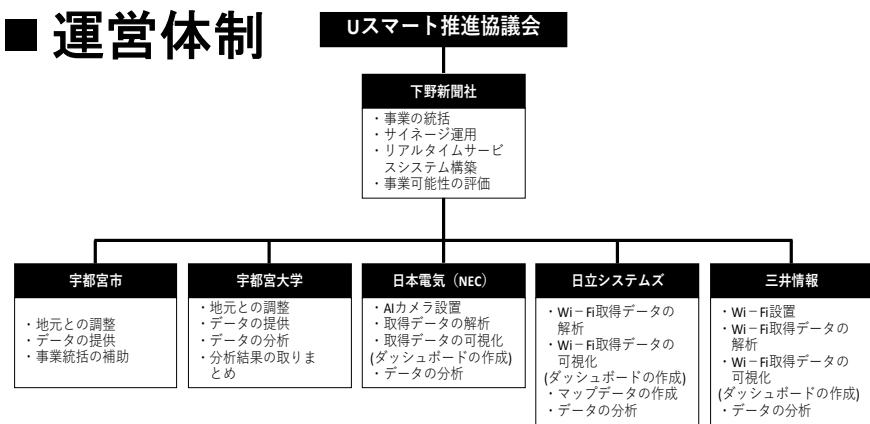
① デジタルサイネージを活用した即時即応型サービスの提供

- ・飲食店の混雑状況をデジタルサイネージにリアルタイムで表示し、利用者が自主的に密を避ける判断をできるようにする。
- ・「空席」の場合には、クーポンを発行し密を避けることにインセンティブを付与する。

② 混雑マップ提供による利便性向上と密回避を支援

- ・センシングを活用して、取得した人流データをリアルタイムに近い形で混雑情報としてマップ上に見える化し、自主的に密を避ける判断をできるようにする。

■ 運営体制



■ KPI(目標)

ICTを活用した「賑わい」をコントロールできる方策の構築と効果検証

① 中心市街地の「賑わい」の広がり  
⇒クーポン利用による店舗利用決定率

② 局所的な「密」の回避  
⇒混雑情報の閲覧数

## ■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。



- デジタルサイネージを活用し、地域単位での「店舗の混雑情報」と「リアルタイムクーポン」を組み合わせた回遊利便性向上策の効果検証 ⇒ 混雑情報とクーポンがお店選びの「基準」となったことを確認
- AIカメラシステム・Wi-Fiで取得した人流データを活用したリアルタイムの混雑可視化による「密」回避誘導策の効果検証 ⇒ 市民の混雑マップへの高い関心を確認

## ■ 実証実験の内容

### ① デジタルサイネージを活用したリアルタイムサービスの提供

- ・店舗側が入力した混雑情報を、デジタルサイネージ等でリアルタイムに発信することで、市民に混雑を避けながら飲食を楽しんでもらうとともに店舗側も混雑を回避できる仕組みを構築
- ・店舗側は店内が混雑していない場合は、クーポンを発行することで市民を店舗誘導できる仕組みを提供し、行動変容の効果を検証(アンケートから効果検証)



### ② 混雑マップ提供による利便性向上と密回避を支援

- ・市民が中心市街地の混雑状況を一目で把握し、混雑を避けた回遊を可能とするため、AIカメラシステム・Wi-Fiのセンシングにより収集した人流データをリアルタイムで情報発信できる仕組みを構築
- ・WEBや中心市街地に設置したデジタルサイネージから、市内9箇所の状況を「混雑」、「やや混雑」、「空いている」を表示し情報発信することで、密回避を支援する情報に関するニーズを評価



## ■ 実証実験で得られた成果・知見

### ① デジタルサイネージを活用したリアルタイムサービスの提供

- ・クーポン利用者へのアンケートから約9割の方が「混雑情報」と「クーポン」が店舗を選ぶ際の基準になったと回答があった。このことから、一定の賑わいの分散、誘導効果の可能性を確認
- ※ 新型コロナウイルス感染症の影響から十分なサンプル数が確保できなかったため傾向として効果を評価

### ② 混雑マップ提供による利便性向上と密回避を支援

- ・WEB上で混雑マップ公開後、緊急事態宣言下においては、一日約1,000件を超えるHPへのアクセスを記録
- ・コロナ禍において、多くの人が混雑状況を気にしながら外出していることを確認(混雑回避支援策としての可能性を確認)
- ・マーケティングデータとしての有効性を確認

今回の実証実験から以下の更なる課題も浮上。これらの解決に向けた更なる検討や事業スキームの磨き上げを行い、サービスとしての実装を目指す。

- ⇒店舗側で混雑情報をリアルタイムに入力しデジタルサイネージ等で発信する仕組みの「自動化」
- ⇒リアルタイムデータ取得方法の精査による「システム運用コストの削減」等

## ■ 実証実験で得られた課題

### ①デジタルサイネージを活用したリアルタイムサービスの提供

- ・実施期間の延長やサンプル数を増やすことによる効果の検証(事業スキームのブラッシュアップ)
- ・店舗側の負担軽減(店舗の混雑情報発信、クーポン発行の自動化)
- ・広告効果の検証方法(データ分析方法のスキーム構築)

### ②混雑マップ提供による利便性向上と密回避を支援

- ・コスト削減策の検討(人流データ収集方法の最適化によるコストの削減)
- ・長期的なデータ蓄積とデータ利活用方策の検討(中期的に分析することでどのようなことが見えてくるのかを提示)
- ・他のデータと組み合わせた活用方策の模索(データを有効に活用するためのノウハウを提供する機会の創出)

## ■ 今後の取組:スケジュール

### ①デジタルサイネージを活用したリアルタイムサービスの提供

事業の実装に向けて「金銭的インセンティブ(割引)」と「体験的インセンティブ(例えば特別メニューがオーダーできる権利など)」を飲食店側で使い分けできるように仕組みとするなど、より持続性の高い事業スキームの構築に向けた検討を継続して実施する。

- ⇒宇都宮市が導入を進めている「LRT(Light Rail Transit)(2023年3月の開業予定)」沿線での活用も含め継続した検討を実施

### ②混雑マップ提供による利便性向上と密回避を支援

今回の実証実験は、データの収集期間が3カ月間と限定的であったことから、短くても通年、可能であれば複数年人流データを蓄積し、その活用方策についてデータ利用者として想定される中心市街地の商店街組合等との議論を深めていく。

- ⇒データ連携基盤の整備との連動も含め継続した検討を実施