

令和4年度補正 スマートシティ実装化支援事業
調査報告書

令和6年3月

国土交通省 都市局

大手町・丸の内・有楽町地区スマートシティ推進コンソーシアム

団体名	大手町・丸の内・有楽町地区スマートシティ推進コンソーシアム		
対象区域 (該当に○を付す)	○ a 地区単位（数ha～数十ha程度） b 複数地区をまたぐ区域（例：ニュータウン） c 市町村全域 d その他（複数市町村をまたぐ区域、鉄道沿線等）		
地方公共団体	市町村等名		
	東京都		
	代表者役職及び氏名		
	スマートシティ戦略担当課長 藤田 真成		
	連絡先	部署名	デジタルサービス局デジタルサービス推進部 デジタルサービス推進課
		担当者名	山本 真之介
		住所	東京都新宿区西新宿2-8-1
		電話番号	03-5000-6455
		FAX番号	-
		メールアドレス	Shinnosuke_Yamamoto@member.metro.tokyo.jp
	市町村等名		
	千代田区		
	代表者役職及び氏名		
	麹町地域まちづくり担当課長		
連絡先	部署名	環境まちづくり部	
	担当者名	齊藤 理恵	
	住所	東京都千代田区九段南1-2-1	
	電話番号	03-5211-3617	
	FAX番号	03-3264-4792	
	メールアドレス	chiiki-machi@city.chiyoda.lg.jp	
民間事業者等※ (代表)	事業者名		
	一般社団法人大手町・丸の内・有楽町地区 まちづくり協議会		
	代表者役職及び氏名		
	理事長 細包 憲志		
	連絡先	部署名	スマートシティ推進委員会
		担当者名	植村亮平
		住所	東京都千代田区大手町1-1-1 大手町パークビル
		電話番号	080-1066-0840
FAX番号		03-3287-3275	
メールアドレス	ryohei_uemura@mec.co.jp		

1. はじめに	1-1
1.1. 対象区域について.....	1-1
1.2. コンソーシアムについて.....	1-1
1.3. 都市の課題について	1-1
2. 目指すスマートシティとロードマップ	2-1
2.1. 目指すスマートシティ	2-1
2.2. ロードマップと KPI.....	2-2
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	3-2
3.3. 課題解決に向けた本実証実験の意義・位置づけ	3-2
4. 計画.....	4-1
4.1. 実証事業概要.....	4-1
4.2. 構築物.....	4-2
4.3. 各検証内容.....	4-16
5. 実験実施結果	5-1
5.1. 実験結果と分析	5-1
5.2. 考察と課題.....	5-12
6. 横展開に向けた一般化した成果	6-1
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

1. はじめに

「大手町・丸の内・有楽町地区スマートシティ 大丸有エリア MICE 実証事業」（以後、本実証事業）に取り組む事業主体である「大手町・丸の内・有楽町地区 スマートシティ推進コンソーシアム」に関する基本事項について説明する。

1.1. 対象区域について

大手町・丸の内・有楽町地区（以後、本地区）は、日本経済を牽引する東京都心のビジネスエリアであり、日本の国際競争力を牽引していくためにも、先進的なスマートシティ化を推進している区域である。区域面積は約 120ha で、超高層ビルが軒を連ねるため建物延床面積は約 800ha（建設予定含む）、建物棟数は 101 棟（建設予定含む）となっている。世界でも有数の業務地区（CBD¹）であり、就業人口は約 35 万人、約 5,000 社が拠点を構えている。

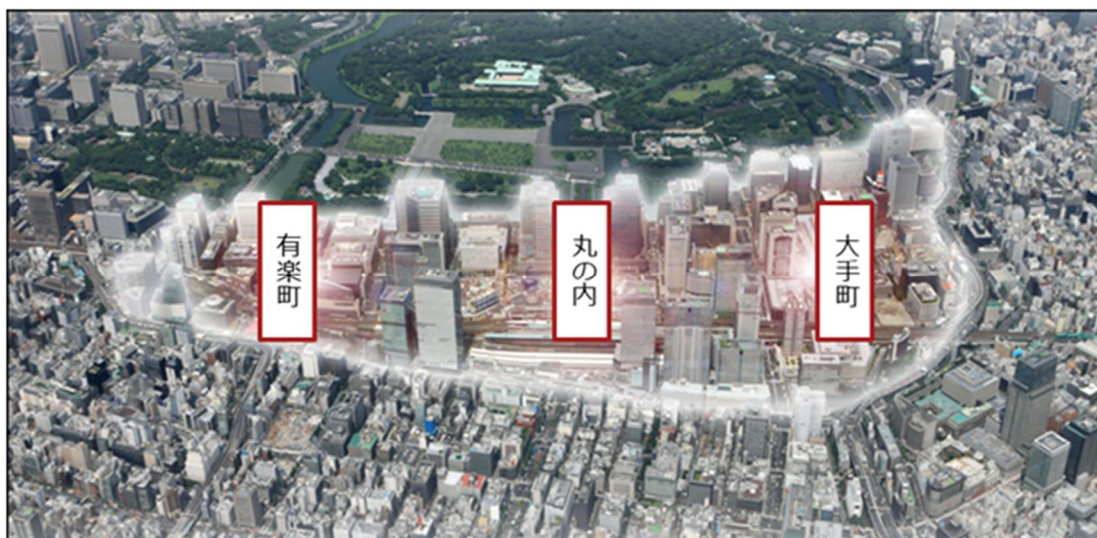


図 1.1-1 大手町・丸の内・有楽町地区鳥瞰図

1.2. コンソーシアムについて

本地区では 1988 年に地権者の団体である「一般社団法人大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり協議会（以後、協議会）」を発足以来、地権者、所在企業、行政も参加する公民協調のもと、まちづくり活動を進めてきた。政府が唱える「Society 5.0」構想に対応し、本地区のさらなる国際的な競争力と魅力の維持・向上、及び日本における既成市街地のスマートシティ化のモデルとなるべく、2020 年度に千代田区・東京都・協議会の 3 者で大手町・丸の内・有楽町地区 スマートシティ推進コンソーシアム（以後、本コンソーシアム）を組成。大丸有スマートシティビジョン・実行計画を策定し、公民協調でスマートシティに取り組んでいる。

1.3. 都市の課題について

本コンソーシアムは、スマートシティ化を「まちづくりガイドライン²」が示す「まちづくりの目標」（図 1.3-1）を達成する手段として捉えており、スマートシティ化により、既存の都市機能のアップデートと、これからの社会変化に対応した都市のり・デザインを実現していきたいと考えている。

¹ 「Central Business District」の略。

² 本地区では、千代田区、東京都、東日本旅客鉄道株式会社、協議会の 4 者で構成する大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり懇談会にて、「まちづくりガイドライン」を策定し、まちづくりの基本的な考え方を定めている。

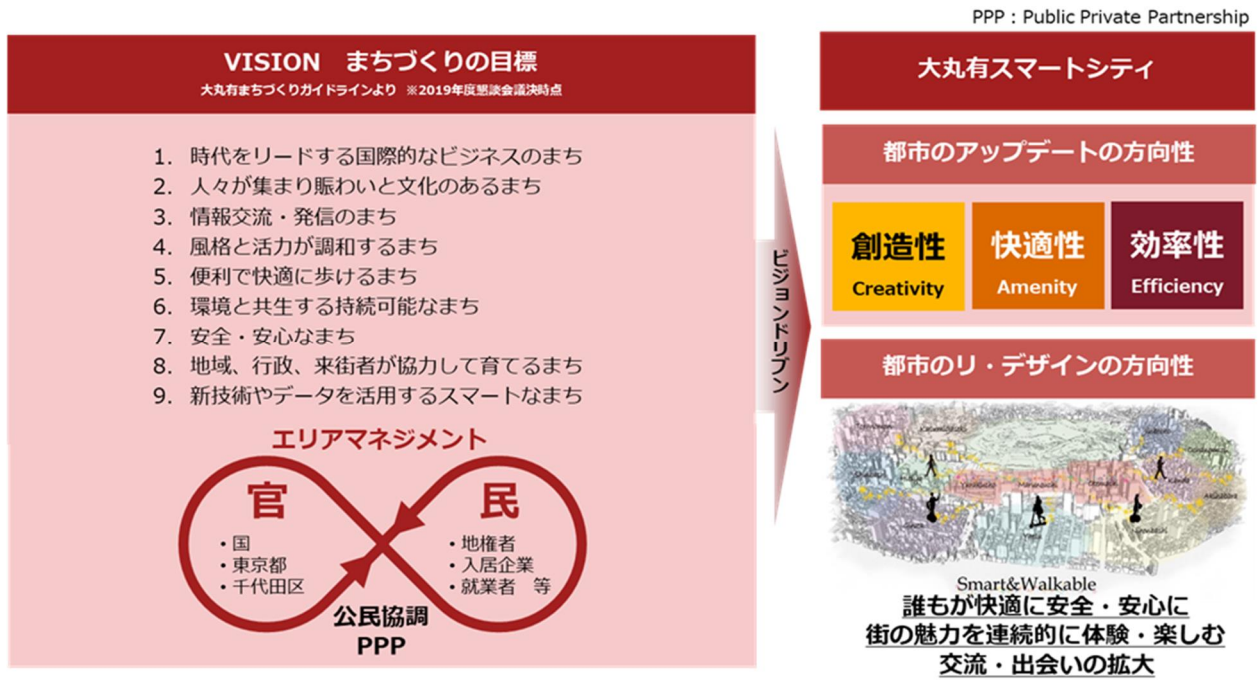


図 1.3-1 まちづくりの目標

そのうえで、都市の課題として、「区域の発展的課題の4象限（図 1.3-2）」を整理している。

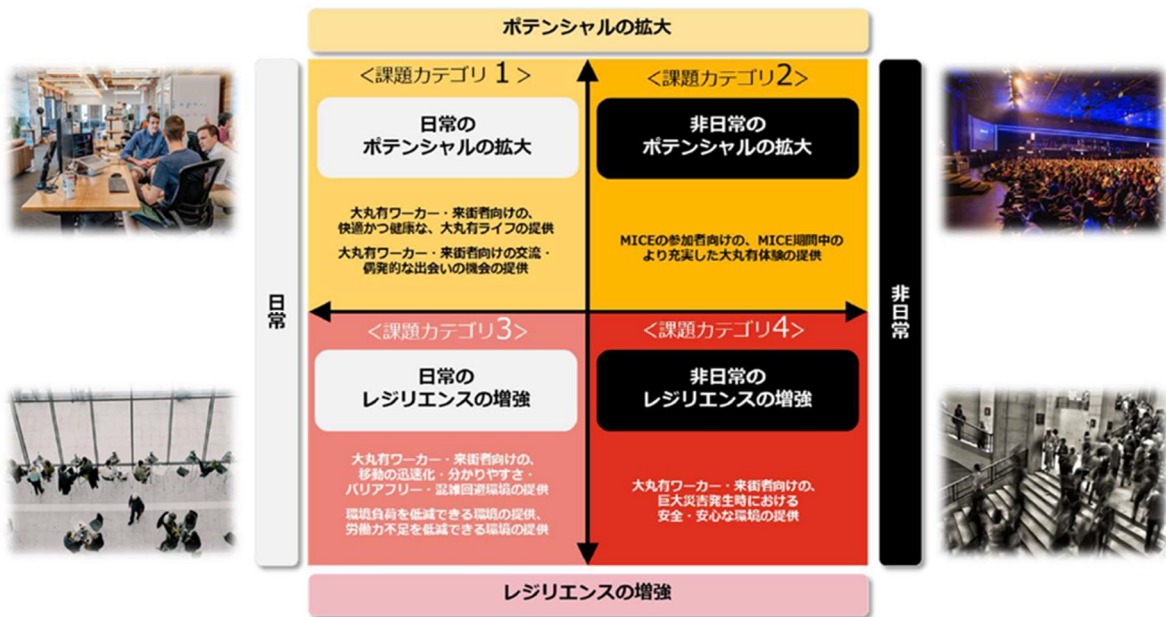


図 1.3-2 区域の発展的課題の4象限

2. 目指すスマートシティとロードマップ

2.1. 目指すスマートシティ

まちづくりの目標（図 1.3-1）として示す飛躍的に高まる区域の価値「創造性」「快適性」「効率性」の実現と、公民協調のエリアマネジメントという本地区の特徴を生かした「データ利活用型エリアマネジメントモデル」の確立により、全国への展開を本地区では目指している。

都市とデジタルを融合させ、今後はデータに基づいたエリアマネジメントを実行し、都市の課題にむけた各種とりすすめについては、官民連携体制及び、エリアマネ連携体制を構築し推進し、テーマごとに取り組を進めている活動体とビジョンの共有を図り連携して取組を進めていく。

【エリアマネDX】

活発に実証等を実施するリビングラボとしての実際の物理的な大丸有地区と、データにより仮想空間上に都市活動が可視化された大丸有デジタルツインが、OMO³として融合する。それは、言い換えるならば「エリアマネジメントのデジタルトランスフォーメーション（DX）」の実現である。今後、地区内で公共性を問わず、多様なサービス・アプリケーションが創造される。それらを通じて、様々な静的・動的データが収集される。それらデータを収集し、新たに都市にインストールされるデジタル基盤を通じて、シミュレーションを重ね最適解を素早く見つけることで、都市のリ・デザイン計画が推進され、実際の物理的な都市空間に対してリ・デザインが実行される。

就業者や来街者が、より「創造性」「快適性」「効率性」が高まった街で過ごすことができるようにするために、データ利活用により、人の行動変容を促し、街側も変化を受容される性質を高めることを実現する。それらを実現するために都市OSにあたるITプラットフォームやデータ利活用を推進するライブラリ機能等、システムとエリアマネジメントによる運用の体制を整備していく。



図 2.1-1 エリアマネジメントのデジタルトランスフォーメーション

³ 「Online Merges with Offline」の略。EC サイトやアプリなどのオンラインと実店舗や実オフィスなどのオフラインを分断せずに融合することを表す。

2. 目指すスマートシティとロードマップ
2.2 ロードマップと KPI

2.2. ロードマップと KPI

2022 年度までを第 1 フェーズとし、都市 OS を立ち上げ、エリマネ活動連携および複数主体の連携が必要な分野を対象に、自らサービス構築・連携しながらデータ利活用を推進、各種実証を通じた知見収集を行ってきた。2023～2025 年度までを第 2 フェーズとして各種サービスの実装に向けた体制・持続的なモデル構築に取り組んでおり、他団体等との連携によりサービスが創出されることも目指す。以降、2030 年を目標に自走できる運営モデル構築を目指す。

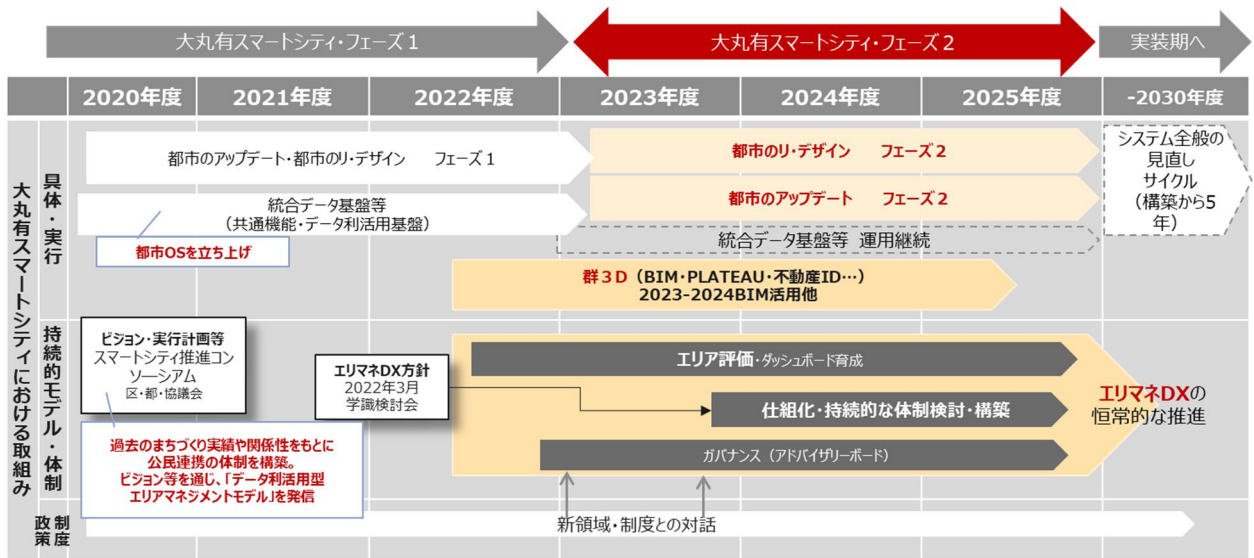


図 2.2-1 2030 年までのステップ

スマートシティの KPI に関する議論においては、まちづくりの目標 (図 1.3-1) として示す飛躍的に高められる区域の価値である創造性・快適性・効率性について、以下、街のステートメントを設定した。(本地区の発展的課題である「日常」「非日常」における「ポテンシャルの拡大」と「レジリエンスの増強」を街として解決するステートメントである。)

- ・ 創造性：イノベーションを創造し国際競争力あるビジネスを推進する交流・出会いのある街
- ・ 快適性：ウェルネスを高め誰もが自分らしく心豊かに安心・安全・便利に活動できる快適な街
- ・ 効率性：サーキュラーエコノミーを実現する環境と親和した街、ロボットや自動化を導入し効率的な街

KPI は本ステートメントを各々の構成要素に分解し、それらを達成目標として KPI に変換することを考え、取組状況等の成果に向かう途中段階を「取組 KPI」とし、取組成果の評価設定を「成果 KPI」として、評価設定を 2 段階に設計した。KPI の目標達成年度を設定するとともに定量・定性合わせた評価が出来るように考慮した。これらの設計により、社会状況に合わせた柔軟な評価判定と、プロセスを多面的に評価することを出来るようにした。

2. 目指すスマートシティとロードマップ
2.2 ロードマップとKPI

		取組KPI			達成年度	最近データ	成果KPI		
 創造性 Creativity	イノベーションを創出し国際競争力あるビジネスを推進する交流・出会いのある街	交流・賑わい	定量	スマートシティ関連実証実験数	10件	2023	・スマート化による行動変化を調査 ・スマート化による交流促進成果の実態調査 ・スマート化による賑わいイベントの効果に関する実態調査 等		
		イノベーション	定性	・街一体型MICE（DMO取組）開催の推進 ・エリアアプリの導入推進 ・アートイベント開催の推進 等					
 快適性 Amenity	ウェルネスを高め誰もが自分らしく心豊かに安心・安全・便利に活動できる快適な街	健康・健全	定性	ヘルスケアアプリの導入者数	5万人	2023	アンケート結果等による本地区の就労者・来街者の快適性や幸福度等、エリマナが心豊かな生活への貢献度を調査(家計・就業・人間関係・健康・家族・自由な時間・生きがい・友人関係・コミュニティの視点を重要視して調査)		
		ユニバーサルデザイン		・クールスポットアプリの導入推進 ・本地区の環境把握活動の推進 ・バリアフリーに係る実証実験等の推進 ・災害ダッシュボード等の取組推進 等					
		安心・安全							
 効率性 Efficiency	サーキュラーエコノミー(CE)を実現する環境と親和した街、ロボットや自動化を導入し効率的な街	ロボット・自動化	定量	ロボット導入件数	150台	2023	・本地区企業におけるCEの取組実態調査 ・自動運転、ロボット等の導入実態調査 ・廃棄物削減等の環境対策に対する実態調査 等		
		低炭素・省エネルギー	定性	・CEに係る実証実験等の推進 ・自動運転、ロボット等の実証実験等の推進 ・プラスチック廃棄削減プロジェクトの推進 等					
		廃棄物削減・多段階活用(3R)							

図 2.2-3 KPI (例示)

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

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

本コンソーシアムでは、スマートシティビジョン・実行計画で整理した図 1.3-2 に示す「区域の発展的課題の 4 象限」から検証テーマを設定し、関係事業者と連携のうで実装化に向けた取り組みを推進している。

本実証事業では、感染症対策の観点から開催が見送られる機会が多く、過年度の取り組みにて検証を行えずにいたイベントや会議・展示会等の MICE 来街者に向けた施策として、デジタルマップ等を活用したエリア情報発信の在り方や、情報発信に必要となる都市 OS の機能の在り方について検証する。MICE で非日常的に来街する人を対象に、MICE 期間中の周辺エリアでの体験価値を向上させることで、「非日常のポテンシャルの拡大」を通じて、都市の価値向上につなげることを狙いとしている。

当地区では 2017 年に都心型 MICE の誘致促進を目的に、MICE 施設、ユニークベニュー施設やホテルなどを所有、運営する団体を中心に結成された DMO 東京丸の内が設立されている。MICE 施設の整備・拡充に加え、街一体となって MICE を受け入れるための環境を整備することに向けて、ユニークベニュー等を活用したイベントの街全体への拡張や、夜のアフターMICE の時間へのイベントの拡大等を検討している。また、東京国際フォーラム等の施設の中で開催される MICE が街中に滲み出すための公的空間活用の仕組みの整備や、複数の会場を使った街一体型のイベントの受け入れメニュー化、DMO 東京丸の内の活動を通じたユニークベニュー新規開拓等に取り組んでいる。

MICE 機能整備や MICE ブランド力の向上は、将来の MICE を誘致し、エリアの知的交流機会創造に寄与するものでもあり、当地区でのエリア MICE の実現により、当地区の都市の価値が向上することを目指している。

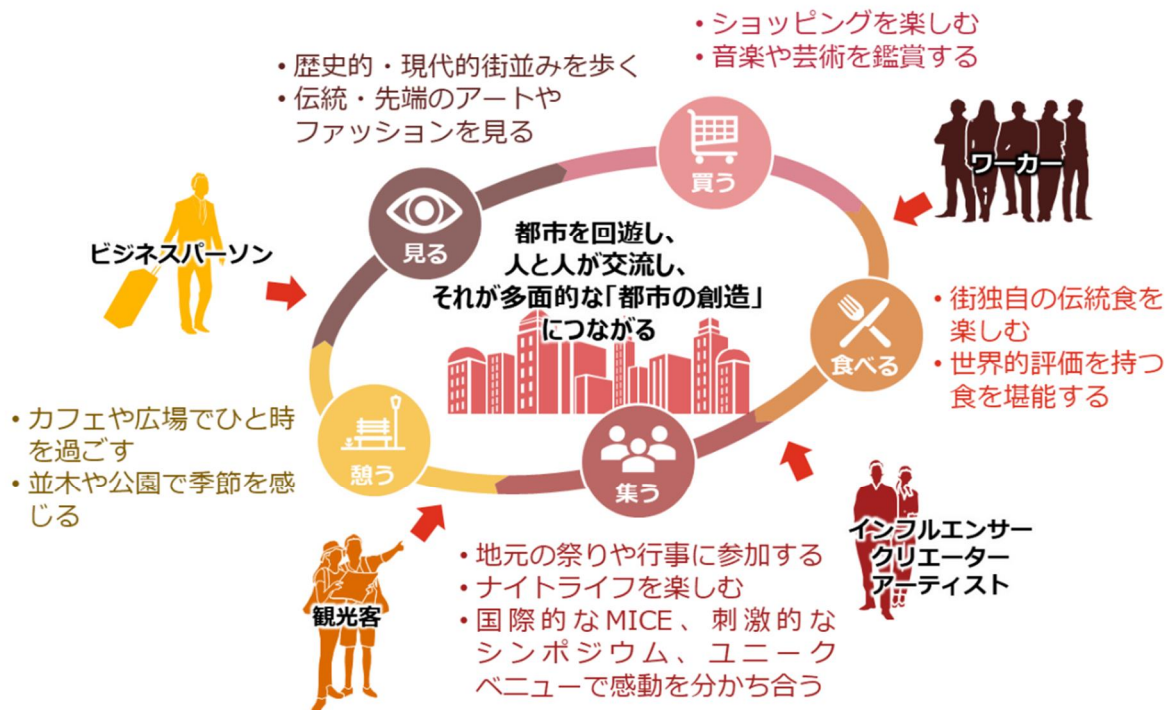


図 3.1-1 エリア MICE を通じた都市のポテンシャルの拡大⁴

⁴ 大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり懇談会『大手町・丸の内・有楽町地区都市観光ビジョン』（2019.12 改定）より引用

3. 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

3.2. ロードマップの達成に向けた課題

エリア MICE の充実、MICE 来街者の会場周辺エリアでの滞在・体験価値の向上に向けては、施設・コンテンツの整備・拡充のみならず、それらの情報発信も重要となる。当地区は、MICE 会場の周辺エリアとして多様な施設・コンテンツが存在する一方、関係者（MICE 主催者・参加者・エリアマネジメント団体・店舗等）間での情報連携を課題に資源の有効活用が達成されないことも少なくない。

現状は DMO 宛に事前相談がある案件を中心に、都度連携対応する状況であり、関係者が簡易に利用できるようなメニューとしての情報連携体制が備わっている状況ではない。

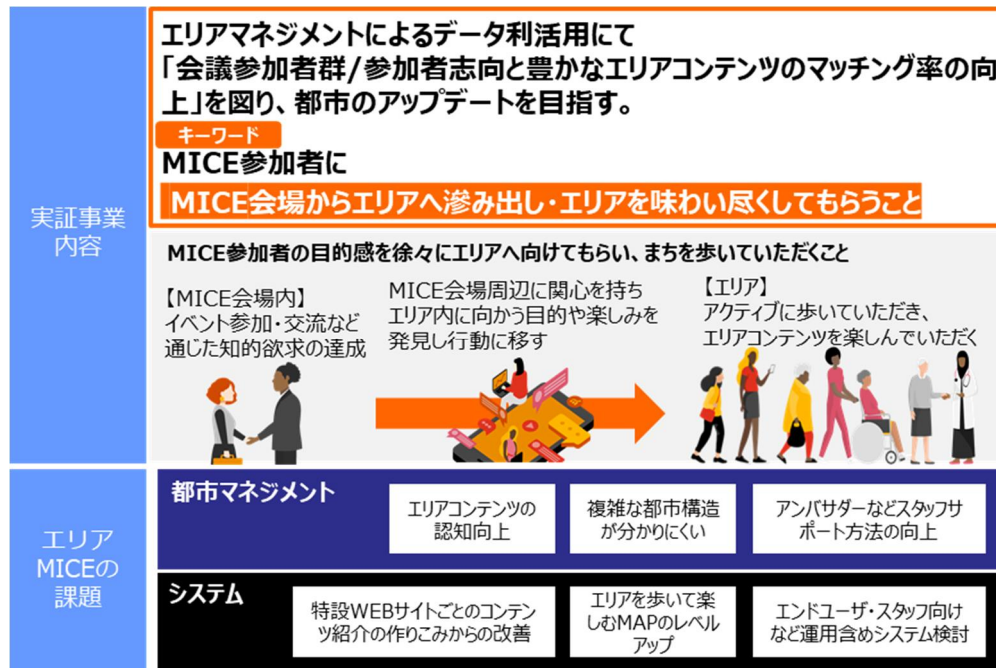


図 3.2-1 エリア MICE 実現に向けた課題と本実証事業の概要

3.3. 課題解決に向けた本実証実験の意義・位置づけ

本実証事業を通じた課題解決の意義として、都市型のエリア MICE 実現に向けたエリア側として具備すべきデジタルメニューの在り方についての知見獲得があげられる。

テーマ性をもって開催される MICE の来街者については、日常的な来街者よりも属性が偏る傾向を推察できる。網羅的なエリア情報の発信だけではなく MICE 参加者群/参加者志向と親和性の高いエリア情報を発信することができれば、より効率的に関係者がメリットを享受する体制構築につながられる。

本実証事業は、MICE 開催地の情報発信メニューとしてどのような形態（収集情報・発信媒体等）が適しているのかを確かめることで、前述の当地区の目指す姿・抱える課題の解決につなげる検証となる。

4. 計画
4.1 実証事業概要

4. 計画
4.1. 実証事業概要

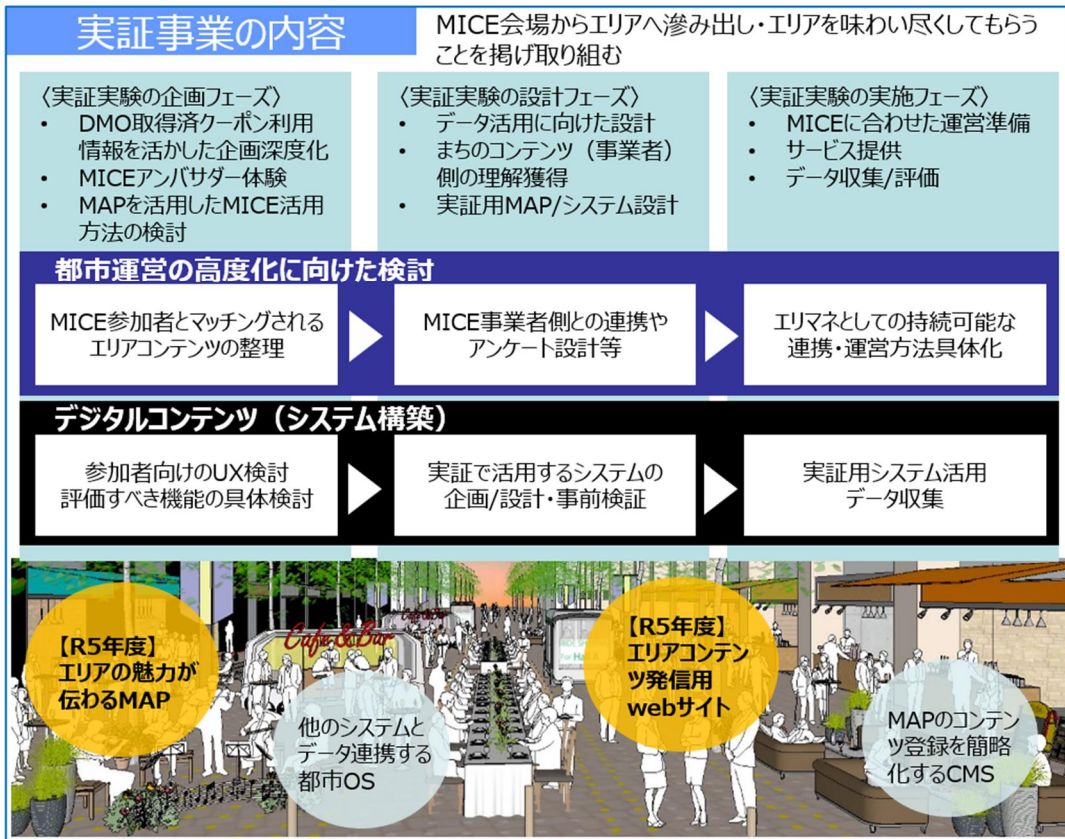


図 4.1-1 実証事業の内容

本実証事業では、前章までに記した内容の検証に向け、図 4.1-1 下部に示す取り組み対象 4 点、

- ・ エリアの魅力が伝わる MAP
- ・ エリアコンテンツ発信用 web サイト
- ・ 他のシステムとデータ連携する都市 OS
- ・ MAP のコンテンツ登録を簡略化する CMS

のうち、下線を引いた 2 点を本年度の実施対象とし、MICE 来街者に向けた周辺エリア情報の有効な発信方法について、実際に当地区内で開催された MICE 参加者向けに実証的に情報を提供し、アンケート調査を用いて情報発信の在り方を検証した。他の 2 点については、今後の取り組みや本実証事業外の取り組みとして実施する。

検証については、2023 年度中にエリア内で開催された MICE のうち、DMO 東京丸の内としての関与、主催者側の意向を鑑み、下記 3 つの MICE を対象として実施。

検証①：第 31 回日本医学会総会 2023 東京・博覧会：2023 年 4 月 15 日～23 日

検証②：第 77 回日本臨床眼科学会：2023 年 10 月 6 日～9 日

検証③：第 8 回サステナブル・ブランド国際会議 2024 東京・丸の内：2024 年 2 月 21 日～22 日

本実証事業に関する目標 (KPI) としては、MICE サービス (=エリアの魅力が伝わる MAP) 利用者からの満足度 50%以上を掲げ、上記検証①～③においてアンケート調査を実施。



図 4.1-2 実証事業のスケジュール

4.2. 構築物

【エリアの魅力が伝わる MAP】

(1) 概要

MICE 参加者向けに、MICE 期間中に会場周辺エリアへの回遊を促進するような情報を提供することで、本地区での滞在をより充実したものとするため、エリアの魅力が伝わるマップを作成した。

コンセプトとして「見ていて楽しいマップ」などのキーワードを掲げ、エリア・施設やイベントなどの特徴に合わせたデザインや機能の実装・コンテンツ掲載を行い、MICE で訪れている来街者だけでなく、来街予定者に対してもエリアの価値・魅力を伝える「デジタルデフォルメマップ」としてマップを構築。MICE 参加者への提供ならびにアンケート集計、分析を実施した。

(2) 検討状況／実証状況・結果

テーマパークのデジタルマップやイベントにおけるデフォルメマップ等、国内外の事例や 3D データを活用した事例などを調査し、技術的なフィジビリティから以下 5 案を検討。今後の拡張性やスケジュールなどから案 1、案 2、案 3 を基本筋として検討を継続。それぞれの案のイメージを図 4.2-1~5 に示す。図内の赤枠部分がデジタルデフォルメマップ構築にあたり新規に検討した内容となっている。

表 4.2-1 デフォルメマップの構築案一覧

#	検討案	内容
1	Mapbox ⁵ 上に GeoTIFF ⁶ ファイル（デフォルメマップ）を重畳	ベース地図と形状が一致したイラスト地図を作成し、GeoTIFF ファイルとして重畳することでデフォルメマップを表現。
2	Mapbox 上にベース地図上に、POI ⁷ アイコンデータとして画像データを重畳	Mapbox のベース地図上に、POI アイコンデータとして画像データを重畳する。ランドマークとなるビルなどの画像データを準備することでデフォルメマップを表現。
3	外部サービスを活用	作成されたイラスト地図をそのまま活用し、ベース地図の位置関係にあわせるサービスを活用してデフォルメマップを表現。
4	Mapbox のベース地図上に、POI アイコンデータとして 3D データを重畳	Mapbox のベース地図上に、POI アイコンデータとして 3D データを重畳することで、デフォルメマップを表現。
5	Mapbox 上でソリューション（OSS ⁸ ）を活用	作成されたイラスト地図をそのまま活用しベース地図の位置関係にあわせるソリューション（OSS）を活用してデフォルメマップを表現。

⁵ Mapbox とは、位置情報プラットフォームサービスで、数多くのマップアプリで使用されている地図や位置情報サービスを提供する。様々な情報を統合し、目的に合わせた地図を自由に構築することが可能になる。(https://www.mapbox.jp/)

⁶ GeoTiff はラスタイメージに地理参照情報が埋め込まれたファイルを意味する。

⁷ 「POI (Point of Interest) データ」は地物を表現する「点」と同じ意味で用いており、単一の頂点から構成される地物を「ポイント (=POI) データ」のことを指す。

⁸ 「OSS (Open Source Software)」は無償で利用でき、プログラムのソースコードが一般公開されているソフトウェアのことを指す。

4. 計画
4.2 構築物

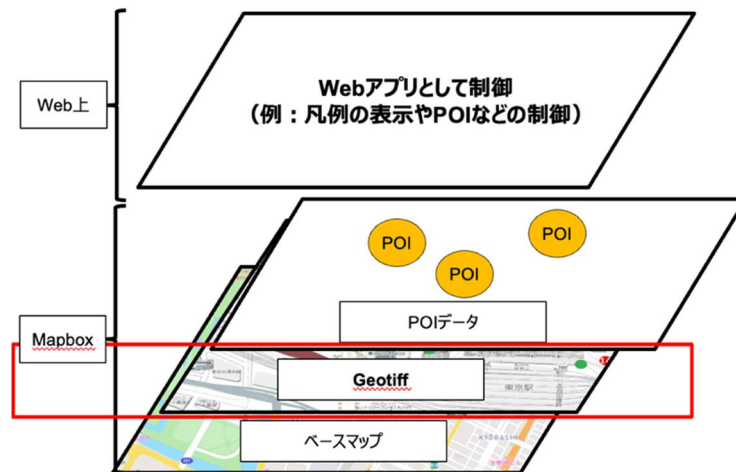


図 4.2-1 デフォルメマップ検討案1: Mapbox 上に GeoTIFF ファイル (デフォルメマップ) を重畳

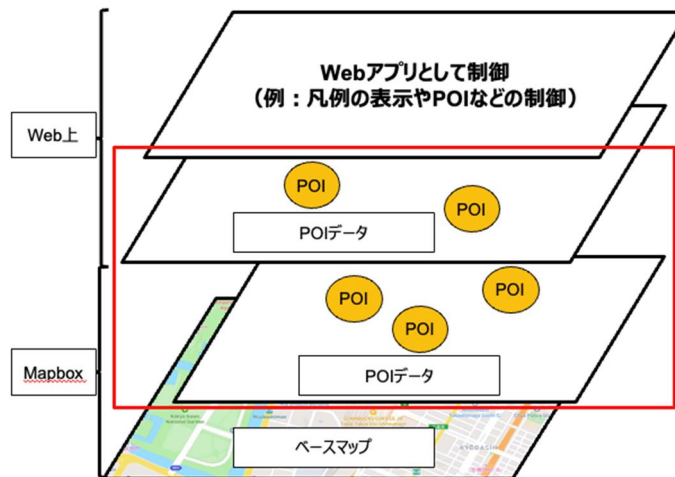


図 4.2-2 デフォルメマップ検討案2: Mapbox 上にベース地図上に、POI アイコンデータとして画像データを重畳⁹

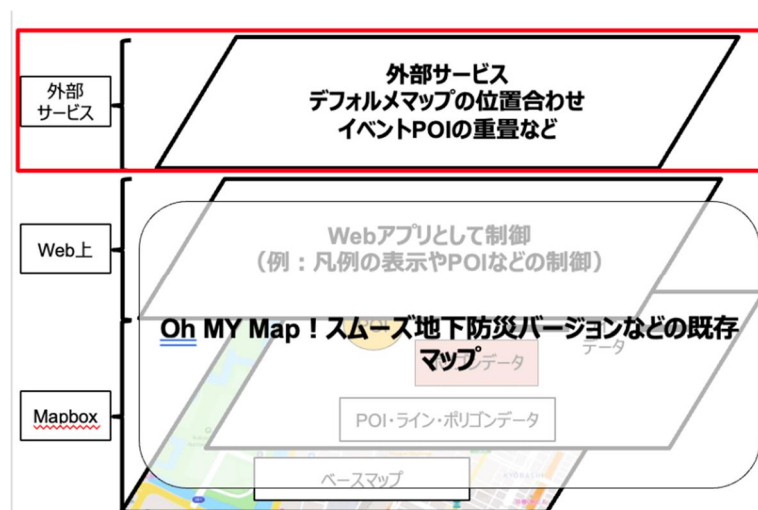


図 4.2-3 デフォルメマップ検討案3: 外部サービスを活用

⁹ Mapbox のベースマップ上だけでなく、Web 上でも POI の追加が可能のため重複して表示

4. 計画
4.2 構築物



図 4.2-4 デフォルメマップ検討案 4: Mapbox のベース地図上に、POI アイコンデータとして 3D データを重畳

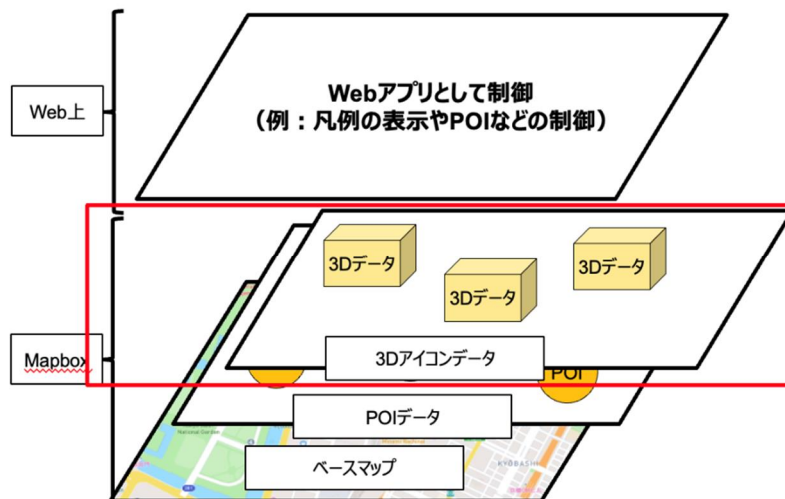


図 4.2-5 デフォルメマップ検討案 5: Mapbox 上でソリューション (OSS) を活用

ア 検討案比較及び今回の採用案

デフォルメマップの構築案として、表 4.2-1 の#1~3 案に対して比較検討を行い、採用案を決定。「体制」「コスト」「期間」「デザイン性」「モビリティなど動的情報の表示」「都市 OS とのコンテンツ連携」の 6 項目において比較を行った。検討過程において浮上した案 2 の派生形も比較対象と含め、表 4.2-2 に比較結果をまとめた。

モビリティなどの動的情報表示など、今後の拡張性およびコンセプトである「見ていて楽しいマップ」からデザイン性を重視。そこで、今回の採用案としては「案 2」Mapbox 上でのベース地図に、イラストマップ風にデフォルメしたものを新たに作成・追加し、そのマップ上に画像データを重畳」として設計並びに実装を進めることとした。

4. 計画
4.2 構築物

表 4.2-2 デフォルメマップの構築案一覧

	Mapbox ベース			外部サービス活用
	案 1	案 2	案 2'	案 3
概要	Mapbox 上に GeoTIFF ファイル (デフォルメ地図) を重畳 Mapbox を活用するため拡張性が高いが、マップの緯度経度を合わせる必要がある。	Mapbox のベース地図上 (スムーズ地下防災バージョンベース) に、POI・カスタムマーカーとして画像データを重畳 Mapbox を活用するため拡張性が高い。Mapbox で通常の POI 追加とほぼ同様の手順で実装できる。	案 2 の派生で、Mapbox 上でのベース地図に、イラストマップ風にデフォルメしたものを新たに作成・追加し、そのマップ上に画像データを重畳 Mapbox を活用するため、拡張性が高い。Mapbox で通常の POI 追加+デフォルメマップの色設定を行うことで実装できる。	外部サービスを活用 (A 社) 既存の地図をそのままデフォルメマップにできる。(デフォルメマップと Mapbox の緯度経度があいていないと重畳できない) その他、A 社の既存サービスも簡単に活用可能
体制	デザイン地図作成+フロント開発	フロント開発	フロント開発	A 社
コスト	△	○	△	△
期間	△	○	○~△	○~△
デザイン性	○~△	△~×	○~△	○
動的情報の表示	○	○	○	△
都市 OS とのコンテンツ連携	○	○	○	△

イ デフォルメマップ構築スケジュール

上記採用案に従い、デフォルメマップ構築までの進め方並びにスケジュールを作成し、各種対応を実施した。

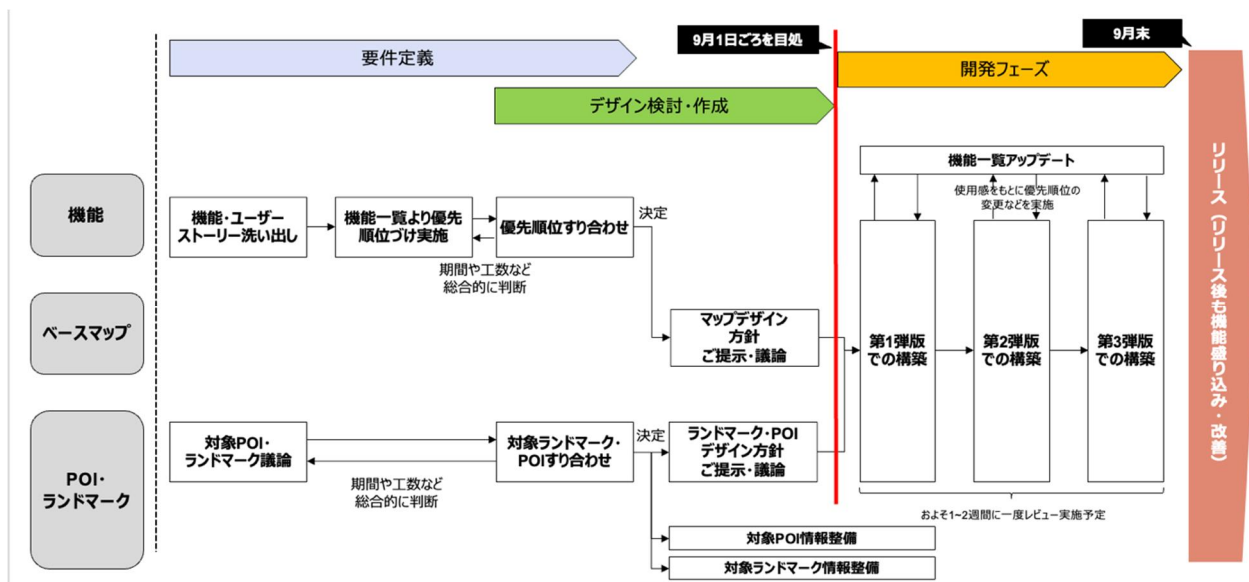


図 4.2-6 デフォルメマップ構築に向けた進め方

4. 計画
4.2 構築物

計画			2023年			
			7月	8月	9月	10月
マイルストーン					★要件・デザインFix	★リリース
工程	分類	タスク				
要件調整	機能	機能・画面一覧の作成・アップデート	→			
		優先度の決定			→	
	POI・ランドマーク	対象POIの分類決定				→
		コンテンツ収集期間	→	→		
		掲載コンテンツの決定 (ソースとなるURLの決定)				→
		対象ランドマークの決定	→			
		対象ランドマークに掲載するコンテンツ収集		→		
対象ランドマークに掲載するコンテンツの決定 (ソースとなるURLの決定)				→		
デザイン検討・作成	POI・ランドマーク	POI・ランドマークデザイン 検討・作成	→			
		POI・ランドマークデザイン 決定			→	
	ベースマップ	ベースマップ 検討・作成	→			
		ベースマップ 決定			→	

計画			2023年			
			7月	8月	9月	10月
マイルストーン					★要件・デザインFix	★リリース
工程	分類	タスク				
対象POI情報整備	POI	データ仕様検討・決定	→			
		情報整備		→		
対象ランドマーク情報整備	ランドマーク	データ仕様検討・決定	→			
		情報整備		→		
都市OS環境構築		ドメイン名決定			→	
		開発・実装			→	
フロント開発 Mapbox設定	開発	開発・実装			→	
		レビュー			→	
		機能一覧アップデート			→	
結合試験		試験実施			→	
最終確認・リリース		最終確認			→	

図 4.2-7 デフォルメマップ構築スケジュール

ウ 設計・実装概要

(ア) コンテンツ設計

デジタルデフォルメマップ上に重畳したコンテンツ種別としては「①ランドマークアイコン」「②エリアおすすめ情報 POI」の2種類である。それぞれの設計並びにマップへの重畳については以下の通りである

A ①ランドマークアイコン

ランドマークとなる施設スポットを選定。建物だけでなく、通りやスポットなどの単位で選定を行った。ランドマーク以外にも、当地区の情景や当地区内で過ごす人々の様子が伝わるようなアイコンを重畳することで「見ていて楽しいマップ」として当地区の魅力を伝えることができると考え、「その他」として整理した。

ランドマークアイコンとしてマップ上に重畳するにあたり、GeoTiff形式、POI形式、ポリゴン形式、ライン形式の4点から検討を実施し、各スポットの特徴から形式の組み合わせなども考慮した上で重畳形式を図 4.2-8 のように整理した。

4. 計画
4.2 構築物

項番	施設・スポット名	形式	備考
1	東京駅丸の内駅舎	POI	
2	行幸通り	POI + ポリゴン	デザイン上の懸念があり、リリース時点での重畳を中止。
3	丸の内仲通り	POI + ポリゴン	
4	皇居	POI	
5	丸ビル	POI	
6	新丸ビル	POI	
7	三菱一号館美術館	POI	
8	KITTE	POI + ポリゴン	
9	東京国際フォーラム	POI + ポリゴン	
10	大手町の森	POI + ポリゴン	
11	大手町川端緑道	POI + ポリゴン	
12	リーチマイケル像	POI	
13	その他	POI	「木」や「キッチンカー」「ベンチ」など

図 4.2-8 ランドマークアイコンの整理

B ②エリアおすすめ情報 POI

エリアとしておすすめする POI の種別として「イベント情報」「アート情報」「グルメ（レストラン）情報」の 3 種類として整理。

「イベント情報」については対象 MICE の情報だけでなく、MICE 期間内（前後含む）に当地区で開催されるイベント情報を収集し、マップ重畳に向けた設計を実施。

「アート情報」については、屋外に設置されているアート及び美術館を収集対象として、マップ重畳に向けた設計を実施。

「グルメ（レストラン）情報」については、MICE 主催者に参加者属性をヒアリングした他、MICE と連携する店舗などを選定し、マップ重畳に向けた設計を実施。

(イ) 機能設計

マップの構築に向けて「見ていて楽しいマップ」コンセプトや、MICE で訪れている来街者だけでなく、来街予定者に対してエリアの価値・魅力を伝えるというユーザーストーリーからマップ機能の洗い出しを実施。そのうち優先度や実装負担などから、表 4.2-3 機能洗い出しおよび「第 77 回日本臨床眼科学会」までの MVP のうち白抜きされた項番を「第 77 回日本臨床眼科学会」までの MVP (Minimum Viable Product) として整理し、機能設計を行った。

4. 計画
4.2 構築物

表 4.2-3 機能洗い出しおよび「第 77 回日本臨床眼科学会」までの MVP

項番	システム	ユーザーストーリー	機能	機能概要	9月向けスコープ (MVP)	備考	
1	Web・スマホアプリ	アプリを利用する際にユーザーにログイン・ログアウトさせるようにしたい。	ログイン機能	個人の認証情報を用いてログインすることができる機能	×		
2			ログアウト機能	ログアウトすることができる機能	×		
3			新たに利用するユーザーに対して会員登録を行うことができるようにしたい	会員新規登録機能	新規に会員登録を行うことができる機能	×	
4				必要情報入力機能	会員登録に必要な情報を入力して頂き、システム上に連携することができる機能	×	
5		マップを表示したい	デフォルトマップ表示機能	マップを表示することができる機能	○		
6			地図縮尺変更	ユーザー自身で地図の縮尺を変更することができる機能	○		
7			地図上表示エリア絞り込み機能	地図上で表示するエリアを限定することができる機能 (大丸有エリアのみなど)	○		
8			地図初期表示位置変更機能	マップを表示する際の初期位置を、システム側から変更・設定できる機能 (東京駅を初期位置にするなど)	○		
9			現在位置表示機能	ユーザーのクライアント端末の現在位置を表示してくれる機能	○		
10			エリア混雑情報可視化機能	エリアの混雑情報をマップ上に可視化することができる機能	×		
11			地図表示回転機能	ユーザー自身で地図の表示を回転させることができる機能	×	マップの動きに合わせてランドマークアイコンの制御に時間を要するため、北を上にして表示を実施	
12			表示設定の保存機能	表示設定を保存しておき、ユーザーがアクセスすると以前の設定状態でマップを利用できるようにしたい	○	前回設定を localStorage に保存しておき、次回表示時に読み込み	
13			iframe 埋め込み	他のサイトに iframe としてマップを埋め込めるようにしたい	○		
14			マップ上でイベント情報やレストラン情報など各情報を確認できるようにしたい	対象 POI のマップ上表示機能	対象の POI アイコンを表示する	○	
15		POI アイコンタップ時の詳細情報表示機能		POI アイコンをタップした際に、詳細情報として該当の POI アイコンの情報を表示する	○		
16		POI ON/OFF ボタン機能		画面上のボタンを押すことで POI の表示・非表示を制御する	○		

4. 計画
4.2 構造物

1 7		POI の自動切り替え機能	イベント期間や時間に応じて POI の表示・非表示が自動的に切り替わる機能	×	
1 8		POI 混雑情報表示機能	その POI 施設の混雑情報などを表示することができる機能	×	
1 9		POI お気に入り登録機能	ユーザーが POI のお気に入り登録をすることができる機能	×	
2 0		POI お気に入り登録解除機能	ユーザーが POI のお気に入り登録を解除することができる機能	×	
2 1	マップ上でリアルタイムに連携された各情報を確認できるようにしたい	動的 POI のマップ上表示機能	対象の POI アイコンを表示する	×	
2 2		動的 POI アイコンタップ時の詳細情報表示機能	POI アイコンをタップした際に、詳細情報として該当の POI アイコンの情報を表示する	×	
2 3		動的 POI の詳細情報リアルタイム変化機能	POI アイコンをタップした際に、詳細情報として該当の POI アイコンの情報を表示する	×	
2 4		動的 POI ON/OFF ボタン機能	画面上のボタンを押すことで POI の表示・非表示を制御する	×	
2 5	エリアの魅力が伝わるようにマップをデフォルメしたい	ランドマークアイコンのマップ上表示機能	対象のランドマークアイコンを表示する	○	
2 6		ランドマークアイコンタップ時の詳細情報表示機能	ランドマークアイコンをタップした際に、詳細情報として該当のランドマークの情報を表示する	○	
2 7		マップの自動切り替え機能	天気や昼夜の状況に応じてマップが自動的に切り替わる機能	×	
2 8		デフォルメマップ⇄通常マップ切り替え機能	期間限定のイベント実施時、該当のランドマークもしくは POI が強調されてマップ上に表示される機能	×	
2 9		階層切り替え機能	地下や地上、地上内でも 1 階、2 階…など選択し、切り替えることができる	×	
3 0	来街したユーザーに対してエリアを楽しんでもらえるようにしたい	クーポン連携機能	特定 POI のイベントや施設と連携したクーポンを表示・使用ができる機能	○	
3 1		イベントチケット連携機能	特定 POI のイベントや施設と連携した入場のためのチケットを管理・利用することができる機能	×	
3 2		施設予約機能	特定 POI のイベントや施設と連携した施設の予約をすることができる機能	×	
3 3		デジタルスタンプ機能	特定 POI のエリアに行くことで、QR コードや GPS 機能を介してスタンプを獲得・集めることができる機能	×	

4. 計画
4.2 構築物

3 4		天気情報表示機能	エリアの天気情報を表示する機能	×	
3 5		大丸有イベントカレンダー表示機能	大丸有エリアのイベントをカレンダー形式で表示することができる機能	×	
3 6		エリアに関するお知らせ機能	エリアに関する新着情報などをお知らせ形式で表示することができる機能	×	
3 7		イベント一覧表示機能	開催中のイベントを一覧形式で確認できる機能	×	
3 8		レコメンドイベント表示機能	期間限定のイベント実施時、該当のランドマークもしくは POI が強調されてマップ上に表示される機能	○	
3 9		イベントサイトやアプリなどへの遷移機能		○	
4 0	来街したユーザーに対してさまざまなルートでエリアを案内できるようにしたい	最短ルート表示機能	目的地への最短ルートを表示することができる機能	×	
4 1		混雑回避ルート表示機能	目的地へ混雑回避をしていくことができるルートを表示することができる機能	×	
4 2		レコメンドコース表示機能	目的地へのレコメンドルートを表示することができる機能	×	
4 3		3次元での経路案内機能 (AR/MR)	行きたい場所に行く際に、AR 画面に切り変わって矢印など経路を案内してくれる	×	
4 4	来街していないユーザーに対してもアプリからエリアの魅力を伝えて来街するきっかけを伝えることができるようにしたい	バナー表示機能	ページ上部または下部にバナーとして情報を掲載することができる機能	○	OhMYMap! スムーズ地下防災 ver への遷移バナーの準備
4 5		バナーによるレコメンドイベント表示機能	バナーに個人の嗜好やマップ運営者オススメのイベントを掲載することができる機能	×	
4 6	ユーザーが欲しいと思ったエリアの情報にすぐにアクセスできるようにしたい	POI・ランドマーク検索機能	該当の POI やランドマークを検索により探すことができる機能	×	
4 7		POI・ランドマークフィルタ機能	様々な種類の POI やランドマークをユーザーの欲しい情報単位でフィルタをかけることができる機能	×	
4 8		SNS 連携機能	各 SNS にデフォルトマップの POI 情報を連携することができるボタン機能	×	
4 9	エリアの情報をユーザーが書き込めるようにしたい	エリア固有情報ポスト機能	該当の POI やランドマークを検索により探すことができる機能	×	
5 0		レビュー機能	様々な種類の POI やランドマークをユーザーの欲しい情報単位でフィルタをかけることができる機能	×	

4. 計画
4.2 構築物

5 1		エリア固有情報 修正・削除機能	SNS にデフォルメマップの情報を自動で連携することができるボタン機能	×	
5 2	アプリ上から各設定 を行えるようにしたい	各会員情報変 更機能	登録した会員情報に変更が出た際に、情報を入力し変更を保存できる機能	×	
5 3		会員退会機能	ユーザー自身で会員を退会することができる機能	×	
5 4		凡例情報表示 機能	POI やランドマークなどマップに関わるアイコンの凡例を表示する機能	×	
5 5	マップに関わる各情 報を表示したい	利用規約表示 機能	アプリ利用時の利用規約を表示することができる機能	○	
5 6		出典情報表示 機能	POI やランドマークなどの情報の出典元を表示する機能	○	
5 7		プライバシーポリ シー表示機能	アプリが利用する各パーソナルデータについてのポリシーを表示することができる機能	×	
5 8		乗り案内表示 機能	特殊なモビリティなどに対して乗り方の案内を行うことができる機能	×	
5 9		お問合せ機能	アプリサービス提供者に対して、各問い合わせを実施できる機能	×	
6 0		アプリに関するお 知らせ表示機能	アプリに関する変更点などお知らせを表示することができる機能	×	
6 1		使い方サポート 機能	アプリの使い方サポートのページを表示する機能	×	
7 0		Google Analytics	PV 数計測	デフォルメマップのページ閲覧回数を計測	○
7 1	UU 数計測		デフォルメマップを利用したユニークユーザー数を計測	○	
7 2	ボタンタップイベ ント計測		全てのボタンタップのイベントが発生したイベント数を計測	○	
7 3	POI ボタンなど 該当ボタンタップ 時のイベント計 測		該当のボタンタップのイベントが発生したイベント数を計測	○	
7 4	平均エンゲージ メント時間計測		デフォルメマップに滞在した平均エンゲージメント時間を計測	○	

4. 計画
4.2 構築物

(ウ) 画面設計・デザイン

コンテンツ設計並びに機能設計の内容をもとに画面デザインを検討。デザインの考えとして、当地区の魅力を訴求する「デザインのトーン&マナー（世界観）」を重視し検討を実施。その中で今回の検討にあたり「A案：親しみカジュアル案」「B案：スタイリッシュ案」「C案：ユニーク案」の3案準備し議論を行った。

協議の結果、「A案：親しみカジュアル案」とこれまでのマップにはない特色を持つ「C案：ユニーク案」を掛け合わせつつ、当地区に対して来街者が思う特別感や高級感といった特性も考慮し、A案とC案を掛け合わせたマップの中でもスタイリッシュに寄せたデザイン案で決定した。

デザイントーマナ_A案

親しみカジュアル案

イラストとPOIをシンプルに描きつつ、明るく優しい色味で、気軽に足を運びたいくなるような身近に感じられる大丸有の魅力を訴求します。



デザイントーマナ_B案

スタイリッシュ案

イラストとPOIを強調して描きつつ、地形や道などの背景は落ち着いた色味を使用することで大丸有の便利で洗練された印象を訴求します。



デザイントシマナ_C案

ユニーク案

個性的なイラスト表現と、華やかな色使いで、
唯一無二かつ刺激的な大丸有の魅力を訴求します。

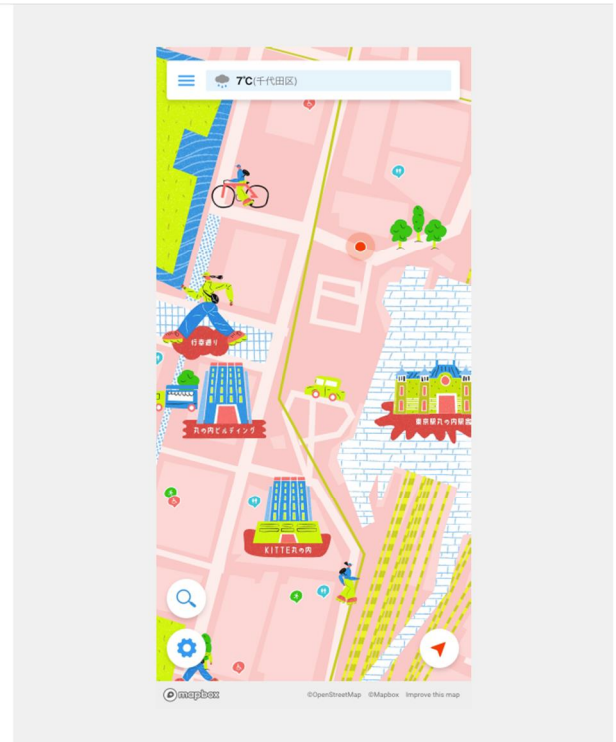
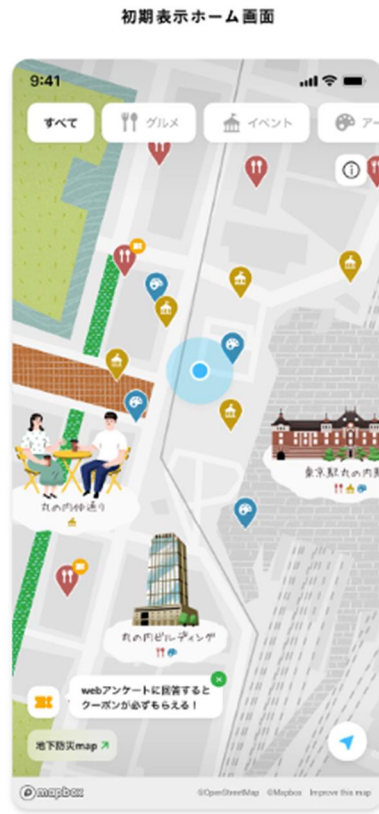


図 4.2-9 検討したデザイン3案

決定した方針をもとに、画面設計およびデザインの作成を進め、**図 4.2-10** の画面設計・デザイン内容で実装を取り進めることとした。また MICE 会場となるランドマーク（東京国際フォーラム・KITTE/JP タワー）については、①ポリゴンの背景色を水色に変更、②ランドマークアイコン下部の雲の色の変更を実施することにより、MICE 参加者に対してもマップ上ですぐに会場がわかるような実装を取り入れた。

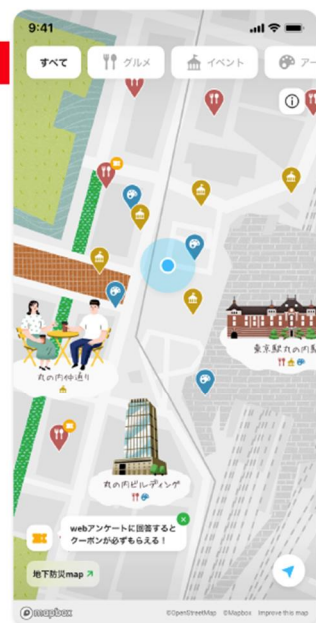
最終的に 2024 年 10 月 2 日 15:00 に「<https://ammap.tokyo-omy-w.jp/>」のドメインリリースが完了し、MICE 参加者に利用いただける状態となった。

画面デザイン



カテゴリ選択ボタンについて

カテゴリ選択ボタン
初期表示は「すべて」



選択時
POIが絞られる

「グルメ」選択



ランドマーク内の
カテゴリも
絞り込まれる

4. 計画
4.2 構造物

POIアイコンについて



アンケート(クーポン)ボタンについて

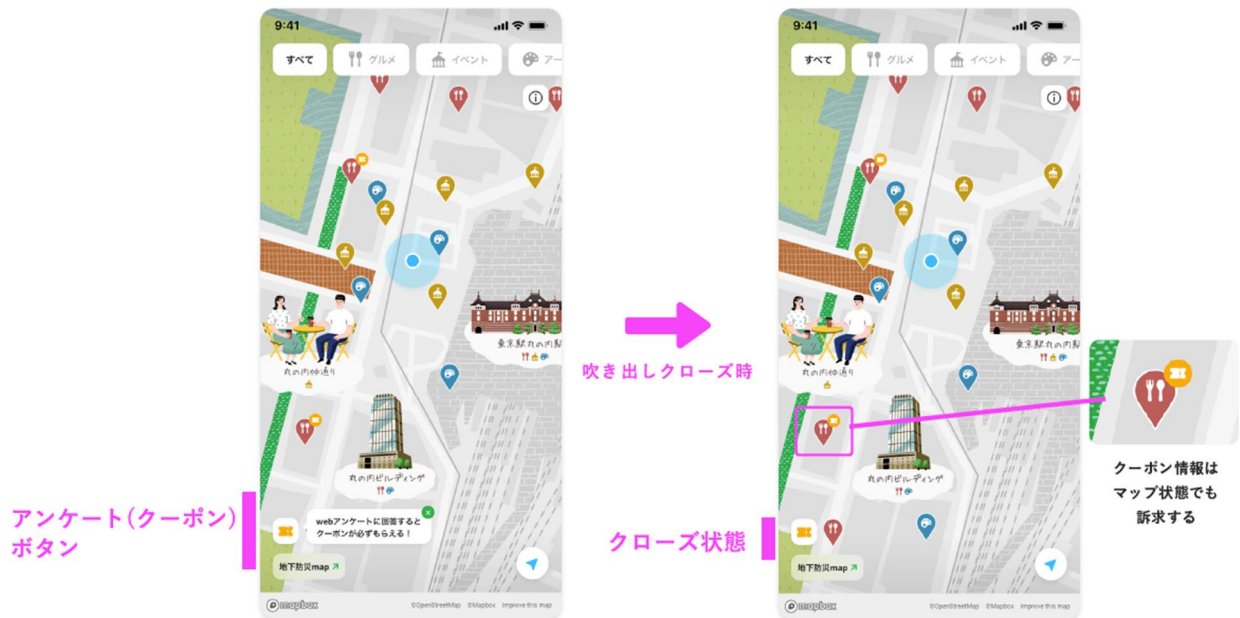


図 4.2-10 画面デザインならびに機能ごとの画面内容

4. 計画
4.3 各検証内容

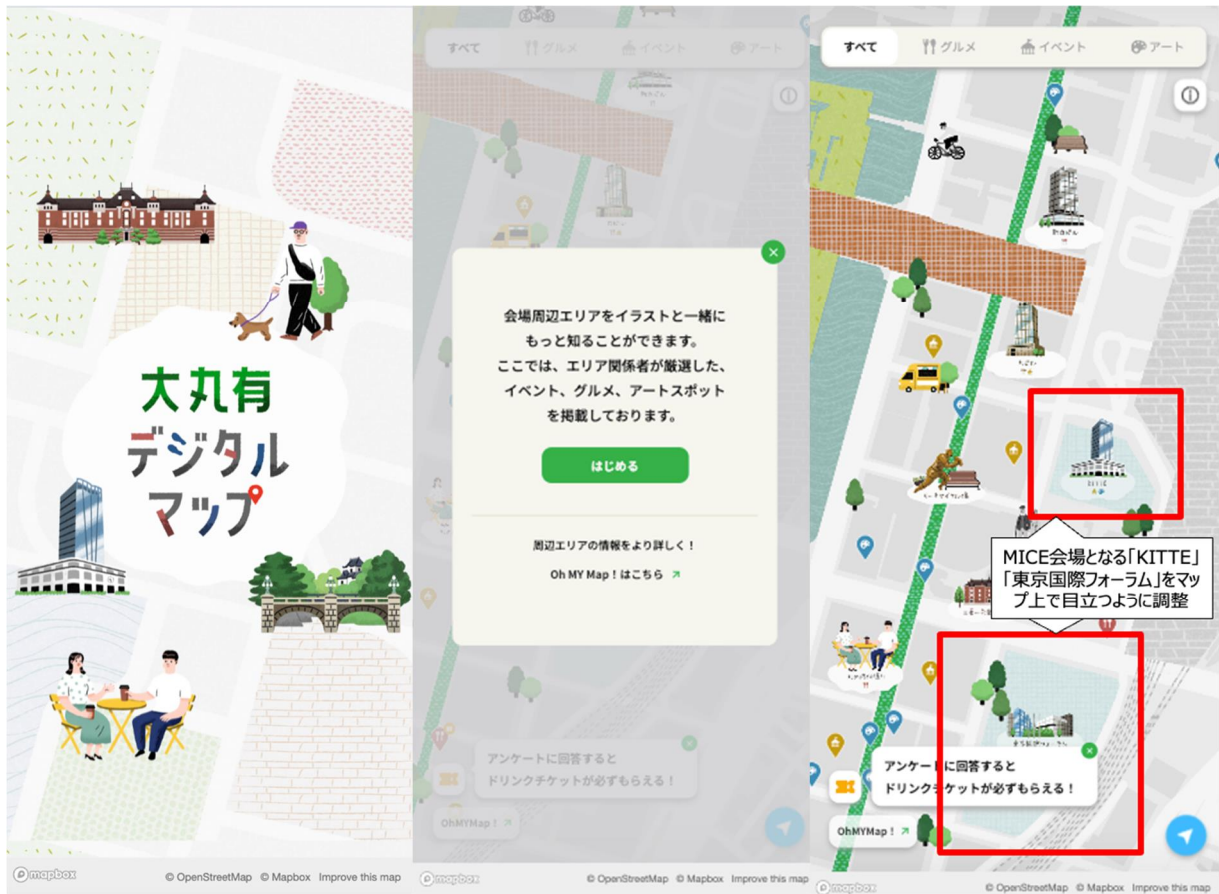


図 4.2-11 スプラッシュスクリーン～初回モーダル～マップ画面

4.3. 各検証内容

【検証①】第31回日本医学会総会 2023 東京・博覧会

- **期間**：2023年4月15日～23日
- **場所**：東京国際フォーラムおよび丸の内/有楽町エリア
- **特徴**：登録制の屋内会場での学術集会のみならず、一般参加も可能な博覧会・周辺エリアでのイベント連携も図られた大規模な MICE であり、エリア内の回遊を意識した MICE として開催された。
- **本実証事業の取り組み**：関連イベントの発信のみならず MICE 参加中や前後の時間でも、参加者にエリアを味わい尽くして頂くため、エリアコンテンツ発信用の web サイトを本実証事業の取り組みとして構築し、web サイト内のコンテンツ閲覧ログから、情報発信すべきコンテンツについて MICE 参加者の関心領域を分析した。構築した web サイトについては、MICE 主催者公式 HP からのリンク、周辺エリア地権者（三菱地所）のプレスリリース等での情報発信を行った。

◇ **エリアコンテンツ発信用 web サイトの内容**

➤ **厳選 会場周辺オススメ店舗情報**

会場周辺には多数の飲食店舗が存在する状況が、MICE 等で非日常的に来街する人にとっては全量情報の案内は過多になる懸念もあり、検索に不便を感じる人向けに厳選した情報

4. 計画

4.3 各検証内容

を提供。

- ・ 店舗管理会社が飲食店情報案内サイトと連携して構築した特設ページリンク
 - ・ エリアマネジメント組織として選定した店舗情報
 - ・ DMO 東京丸の内会員施設の情報
- 医学会総会期間中に開催 エリア内の盛り上げイベント
- MICE に関連したイベントの開催情報に加え、周辺エリアで開催されている他のイベント等の情報も発信することで副次的な回遊行動創発を期待し、情報を提供。

4. 計画
4.3 各検証内容



本まとめサイトは、大丸有スマートシティプロジェクトの取り組みとして実証的に立ち上げているものであり、皆さまからのご意見ももともと今後も改善を目指して参ります。

厳選 会場周辺オススメ店舗情報

[もっとみる](#)

<p>～食ベログコラボ～ 医学会総会参加者向け特設サイト</p>	<p>丸の内でお働く人たちがおすすめしたいレストラン</p>	<p>せっかくの丸の内 ラグジュアリーな空間で楽しむグルメ&お土産</p>
----------------------------------	--------------------------------	---

医学会総会期間中に開催 エリア内の盛り上げイベント（外部ページリンク）

[もっとみる](#)

<p>HAKKO MARUNOUCHI</p>	<p>大手町・丸の内・有楽町 仲通り綱引き大会</p>	<p>有楽町ウィンドウギャラリー</p>
<p>ラ・フォル・ジュルネ TOKYO 2023 丸の内エリアコンサート</p>	<p>丸の内ラジオ体操</p>	<p>歩いて健康 みんなで目指せ 1,000万歩! 博覧会スタンプラリー</p>
<p>Marunouchi Antique Market</p>	<p>TOKYO TORCH Market</p>	<p>丸の内 行幸マルシェ×青空市場 毎週（金）開催</p>

図 4.3-1 エリアコンテンツ発信の web サイト

4. 計画
4.3 各検証内容

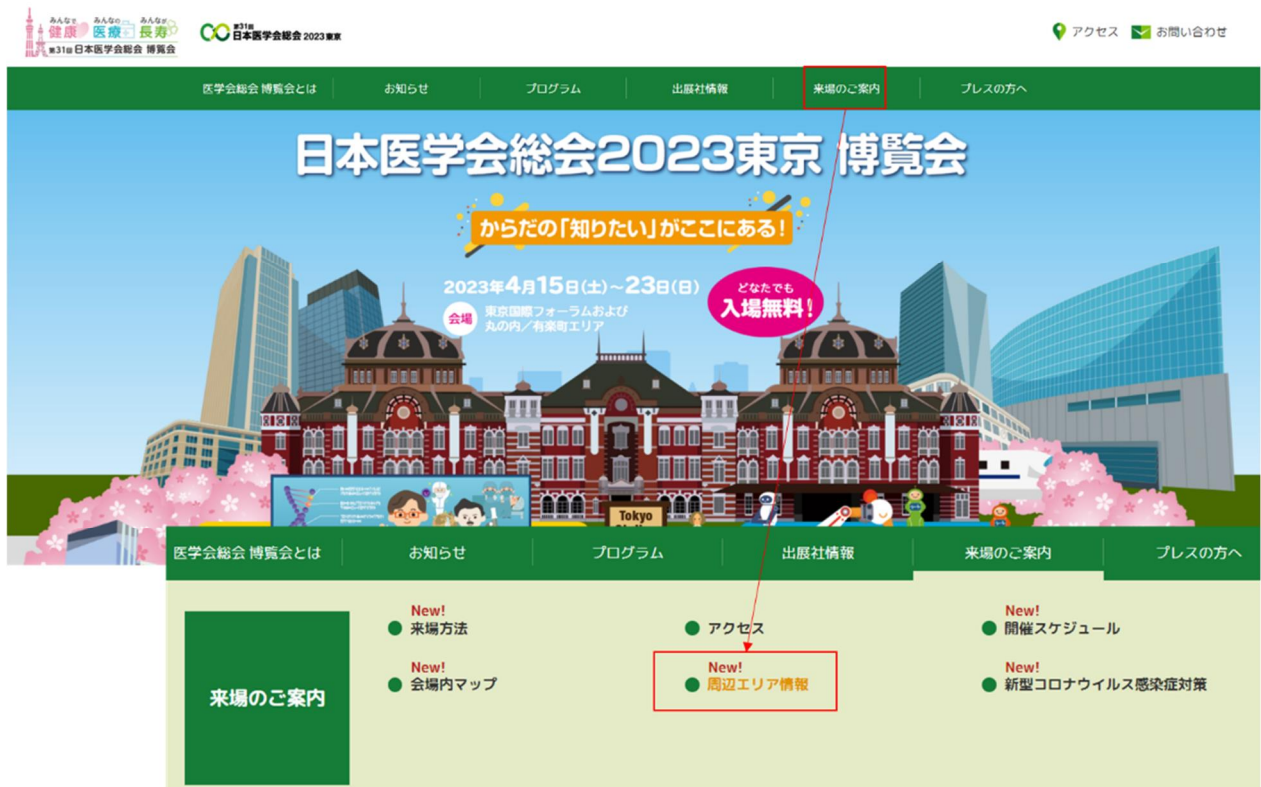


図 4.3-2 MICE 主催者公式 HP からのリンク配置 (赤導線)

⑫大丸有の魅力発信－エリア情報まとめサイト(一般社団法人大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり協議会)

医学会総会にお越しの方向けに大丸有エリアの魅力を発信する情報まとめサイトを開設します。会場周辺のオススメ情報やエリアならではのコンテンツを掲載。お出かけ前や会場周辺の散策時にアクセス頂き、大丸有エリアの魅力を満喫、滞在時間をより豊かにするためにお役立てください。

●W E B:<https://guide.tokyo-omy-w.jp/event/6783>



図 4.3-3 周辺地権者（三菱地所）のプレスリリースの抜粋¹⁰

¹⁰ 2023 年 4 月 6 日三菱地所グループ発出リリース：
https://www.mec.co.jp/event_campaign/mec230406_isoukai/mec230406_isoukai.pdf

4. 計画
4.3 各検証内容

【検証②】第77回日本臨床眼科学会

- **期間**：2023年10月6日～9日
- **場所**：東京国際フォーラム・JPタワーホール&カンファレンス
- **特徴**：登録制の屋内会場での学術集会が中心
- **本実証事業の取り組み**：会場が二拠点に分かれるため、会場間の移動に派生して周辺エリアでの回遊を期待し、デジタルマップを活用して周辺エリア情報を発信。主催者と連携し、学会公式HPやアプリからマップへの導線を設置した。マップ内のコンテンツ閲覧ログ分析や、マップ閲覧者を対象に実施したアンケートからの意見収集やマップへの満足度調査を行った。

◇ デジタルマップでの情報発信内容

- 学会会場情報
 - 周辺エリアイベント情報
 - グルメ情報
 - アート情報
- 主催者から学会参加者の志向をヒアリングし、周辺店舗管理側から選定を行い重畳

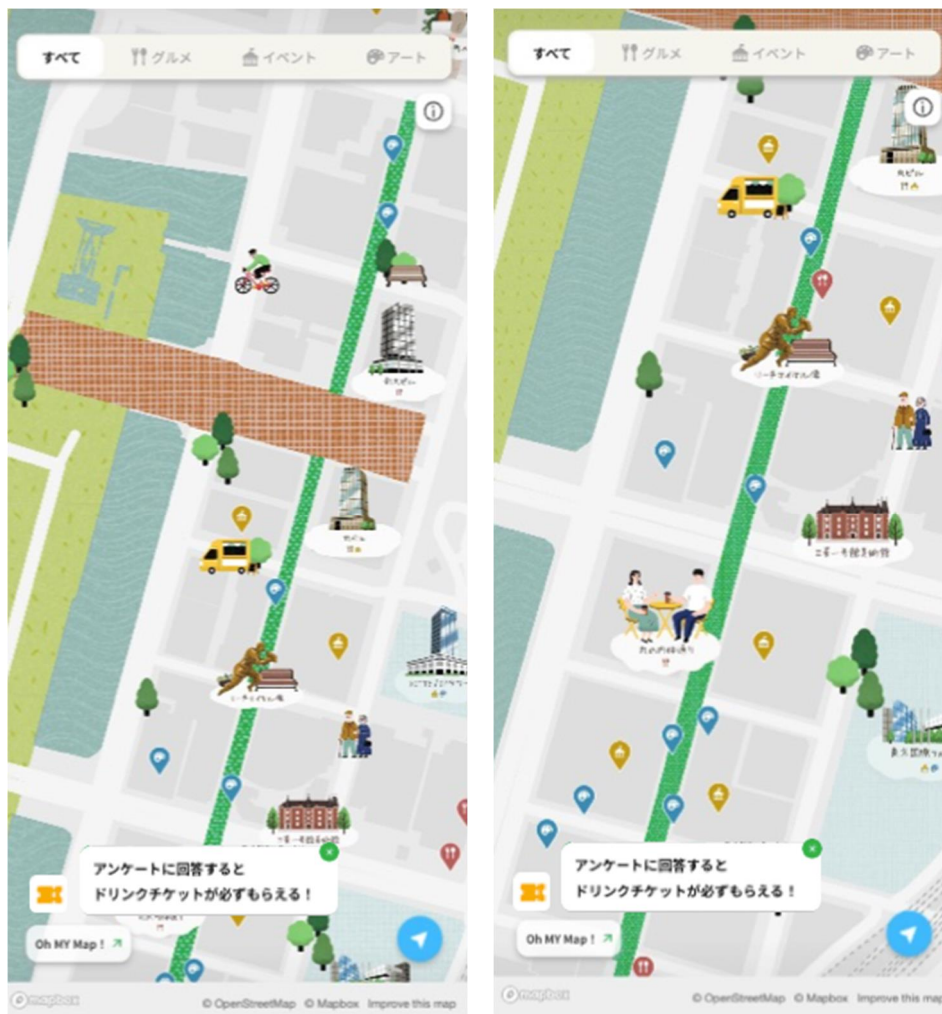


図 4.3-4 大丸有デジタルマップ画面

4. 計画
4.3 各検証内容

The image shows a screenshot of the official website for the 77th Annual Congress of Japan Clinical Ophthalmology. The page is in Japanese and features a dark theme with white text. On the left, there is a vertical navigation menu with various options like 'HOME', '開催概要' (Event Overview), 'プログラム' (Program), and '参加登録' (Registration). The main content area is titled '開催概要' and lists key information about the event, including dates, venue, organizers, and sponsors. At the bottom, there are logos for sponsors such as Logic & Design, Bayer, and Scholaria. A red dashed box highlights a banner for '大丸有 デジタルマップ' (Daikoku Yū Digital Map) in the bottom left corner. The footer contains contact information for the organizing institution and the copyright notice for 2022.

THE 77TH ANNUAL CONGRESS OF JAPAN CLINICAL OPHTHALMOLOGY	
日本語	
ENGLISH	
第77回日本臨床眼科学会	
開催概要	
会期	2023年10月6日（金）～10月9日（月・祝）
会場	東京国際フォーラム 〒100-0005 東京都千代田区丸の内3丁目5番1号 JPタワーホール&カンファレンス 〒100-7004 東京都千代田区丸の内2丁目7番2号 KITTE 4,5階
学会長	大鹿 哲郎（筑波大学医学医療系眼科 教授）
副学会長	大原 睦子（茨城県眼科医会 会長）
プログラム委員長	白井 智彦（国際医療福祉大学医学部眼科 教授）
テーマ	IMAGINE THE FUTURE ～想像の向こうへ～
主管校	筑波大学医学医療系眼科 〒305-8575 茨城県つくば市天久保1-1-1 事務局長：平岡孝浩（筑波大学医学医療系眼科 准教授）
運営事務局	株式会社コングレ 〒103-8276 東京都中央区日本橋3-10-5 オンワードパークビルディング TEL：03-3510-3701 FAX：03-3510-3702 E-mail: 77ringan@congre.co.jp

図 4.3-5 学会公式 HP へのバナー設置

4. 計画
4.3 各検証内容

◇ アンケート内容

大丸有デジタルマップご利用者向けアンケート

大手町・丸の内・有楽町エリアでは、学会や展示会等で来街される方にエリアをお楽しみ頂くため、デジタルマップを制作しました（今後も継続的に機能拡充・改善予定）。皆さまからのご意見を参考にマップの改善等につなげて参りますのでご使用になった感想等を下記設問にてご回答頂けると幸いです。ご回答を完了された方にはエリア内の特定店舗でご利用頂けるドリンクチケットを配信しておりますので、宜しければご利用ください。

* 必須

1
「性別」についてお聞かせください。*

男性
 女性
 その他
 回答しない

2
「年代」についてお聞かせください。*

答えの選択

3
日本臨床眼科学会へのご参加立場をお聞かせください。*

医師
 研修医・コメディカル・留学生
 民間研究員
 学生
 市民講座参加者
 その他

4
大手町・丸の内・有楽町エリアにはどのくらいの頻度で訪れていますか？*

はじめて
 週に1回以上
 月に1回以上
 半年に1回以上
 年に1回程度

4. 計画

4.3 各検証内容

5

大丸有デジタルマップをどこで知りましたか？ *

- 幕間での案内
- 日本語床眼科学会公式HP
- 学会アプリからの通知
- その他

6

大丸有デジタルマップをどのようなタイミングでご利用されていますか？（複数回答可） *

- 学会前
- 学会中
- 学会参加後

7

大丸有デジタルマップは何回ほどご利用されましたか？ *

- 1回のみ
- 2回以上

8

大丸有デジタルマップの直感的な見た目の印象を教えてください。（複数回答可） *

- 見やすいマップである
- 楽しく見ることができる
- 無機質な地図感がある
- 情報量が少ないと感じる
- 特に何も感じない
- 見続けようと思わない
- その他

9

大丸有デジタルマップはデザインと掲載コンテンツ量から見やすいマップと感じましたか？ *

- とても見やすい
- 見やすい
- 普通
- 見にくい
- とても見にくい

4. 計画

4.3 各検証内容

10

大丸有デジタルマップのどのコンテンツに興味がありますか？（複数回答可）*

- 特徴的なランドマーク
- グルメ
- イベント
- アート

11

大丸有デジタルマップで追加して欲しい情報はありますか？（複数回答可）*

- ランドマークの追加
- グルメ情報の追加
- イベント情報の追加
- アート情報の追加
- その他

12

大丸有デジタルマップをご覧になって実際現地に行きましたか？*

- 元々予定があったので行った（行く予定）
- マップ掲載コンテンツを見て現地に行った（行く予定）
- 現地に行っていない（行く予定はない）

13

大丸有デジタルマップの満足度を教えてください。*

- 満足
- やや満足
- 普通
- やや普通
- 不満足

4. 計画

4.3 各検証内容

14
大丸有デジタルマップの改善点を教えてください。(複数回答可) *

- デザインがよくないと思う
- レイアウトが見にくい
- コンテンツが多すぎる
- コンテンツが見にくい
- サイト上の操作がしにくい

15
大丸有デジタルマップにご意見・ご要望がございましたら、ご自由にお書きください。

回答を入力してください

図 4.3-6 アンケート設問

4. 計画
4.3 各検証内容

【検証③】 第8回サステナブル・ブランド国際会議 2024 東京・丸の内

- **期間**：2024年2月21日～22日
- **場所**：東京国際フォーラム・明治安田生命ビル、他周辺会場多数
- **特徴**：登録制の会議、一般開放のオープンセミナー等の関連イベント
- **本実証事業の取り組み**：メイン会場が二拠点に分かれるほか、周辺エリア内多数の会場にて関連イベントが開催されるため、プログラムへの参加を主目的としつつ、周辺エリアを回遊することができる情報を発信。（エリアコンテンツ発信用マップの整備、会議 HP プログラムページへの掲出、会議特集広報誌での発信、当日ガイドでの発信、会場内での発信）

◇ デジタルマップでの情報発信内容

- 会議会場情報
本会場、サブ会場の配色表示
- 周辺エリアイベント情報
イベント関連広報誌連携イベント
- グルメ情報
イベント連携店舗、クーポン連携店舗、イベント関連広報誌連携店舗
- アート情報



図 4.3-7 マップ画面



図 4.3-8 イベント公式 HP プログラムページ

4. 計画
4.3 各検証内容

SB'24 TOKYO-Marunouchi

第1会場 東京国際フォーラム

第2会場 明治安田ヴィレッジ 丸の内

第3会場 Sustainable Brands OPEN SEMINAR & EXHIBITION

SB BoF (Birds Of A Feather) 2月22日(木)19:00~

会場配布物 (一部抜粋)

図 4.3-9 会場配布物 (一部抜粋)

丸の内の大自然を楽しもう

F R a U

特別号
FREE

つながる、丸の内。

2024. 2/21 wed. - 2/22 thu.
サステナブル・ブランド国際会議 2024 東京・丸の内

Sustainable Brands OPEN SEMINAR

S. TRIP

サステナブル・ブランド国際会議 2024 東京・丸の内 特別企画

Sustainable Brands OPEN SEMINAR & EXHIBITION

2024年2月21日(水)-22日(木)の2日間、丸の内で開催される「サステナブル・ブランド国際会議 2024 東京・丸の内(以下SB国際会議)」の特別企画! 誰でも無料で参加できる「オープンセミナー」「エキシビジョン」をご紹介します。この機会にサステナブル・ブランドに関心を持ちましょう!

参加無料

参加登録はこちらから ▶▶▶ <https://www.sb-04-042024.com/>

会場: OSF 東京国際フォーラム 会議室 G701 (東京都千代田区丸の内3-5-0)
明治安田ヴィレッジ (東京都千代田区丸の内2-14-1 明治ビルディング)

DAY 1 2024. 2/21 wed.

12:30-13:30 OSF1 【組織収支プロジェクトと消費者行動変遷】 by 日経ホールディングス	13:45-14:45 OSF1 【観光が育む持続可能な地域課題解決〜高校生と共創した新たな交流事業〜】 by 日本旅行	17:00-18:00 OSF1-2 【紙製品から考えるエンカル消費】 by 日本製紙クレシア
--	---	--

DAY 2 2024. 2/22 thu.

12:30-13:30 OSF2 【JALと考えるサステナブルな空の旅】 by JAL	13:30-14:30 OSF2 【消費者の行動変容はどのように生み出せるか?〜飲食店からのサステナブル視点のアプローチ〜】 by 日本サステナブル・レストラン協会	15:00-16:00 OSF2-2 【「アコース」が引き出すサステナブルファッション、本誌編集へ】 by FRBU
--	---	---

2024. 2/17 sat. - 2/29 thu. 11:00 - 20:00

土着の知 -Local Techniques Japan-

多様な自然環境を有する日本は、地域に土着した伝統的・自然的資源の活用や循環産業、地域振興なども、とても多岐です。EXHIBITIONではそれらの事例を並べて見ること、現在の日本や地域の特性の理解につながります。事例の参加登録は不要です。

会場: GOOD DESIGN Marunouchi (東京都千代田区丸の内3-4-1 丸の内ビルディング 1F)

主催: Sustainable Brands Japan (株式会社SB)

協賛: GOOD DESIGN Marunouchi (株式会社グッドデザイン)

協賛: SUSTAINABLE BRANDS TOKYO MARUNOUCHI

【Activation Hub】in SB 国際会議 に入場できる!
参加費は、国際会議のSB 国際会議内にあるアクティベーションハブへ、2月21日(水) 19:00から参加いただけます。SB 国際会議の開催概要や参加費はこちらをご覧ください。

SB 国際会議の企画や丸の内のことから分かる! ▶▶▶
デジタルMAP

図 4.3-10 イベント関連広報誌 (一部抜粋)

◇ アンケート内容

大丸有デジタルマップご利用者向けアンケート

* 必須

大手町・丸の内・有楽町エリアでは、国際会議や展示会等で来街される方にエリアをお楽しみ頂くため、デジタルマップを提供しております（今後も継続的に機能拡充・改善予定）。皆さまからのご意見を参考にマップの改善等につなげて参りますので使用になった感想等を下記設問にてご回答頂きますと幸いです。ご回答を完了された方にはエリアオリジナルトートバッグとエリア内の特定店舗でご利用頂ける500円分クーポンをお記りにしておりますので、宜しければご利用ください。

1

「性別」についてお聞かせください。*

男性

女性

その他

回答しない

2

「年代」についてお聞かせください。*

答えの選択 ▼

3

サステナブル・ブランド国際会議2024に参加をされましたか？*

はい（参加登録者）

はい（無料プログラム参加者）

いいえ

4

大手町・丸の内・有楽町エリアにはどのくらいの頻度で訪れていますか？*

はじめて

週に1回以上

月に1回以上

半年に1回以上

年に1回程度

4. 計画

4.3 各検証内容

5

大丸有デジタルマップをどこで知りましたか？ *

- サステナブル・ブランド国際会議公式HP
- 会場設置QR
- 配布資料QR
- その他

6

大丸有デジタルマップをどのようなタイミングでご利用されていますか？ *

- 会議参加前
- 会議期間中
- 会議参加後

7

大丸有デジタルマップは何回ほどご利用されましたか？ *

- 1回のみ
- 2回以上

8

大丸有デジタルマップの直感的な見た目の印象を教えてください。 *

- 見やすいマップである
- 楽しく見ることができる
- 無機質な地図感がある
- 情報量が少ないと感じる
- 特に何も感じない
- 見続けようと思わない
- その他

9

大丸有デジタルマップはデザインと掲載コンテンツ量から見やすいマップと感じましたか？ *

- とても見やすい
- 見やすい
- 普通
- 見にくい
- とても見にくい

4. 計画
4.3 各検証内容

10
大丸有デジタルマップのどのコンテンツに興味がありますか？ *

特徴的なランドマーク

グルメ

イベント

アート

11
大丸有デジタルマップで追加して欲しい情報はありますか？ *

ランドマークの追加

グルメ情報の追加

イベント情報の追加

アート情報の追加

その他

12
大丸有デジタルマップをご覧になって実際現地に行きましたか？ *

元々予定があったので行った（行く予定）

マップ掲載コンテンツを見て現地に行った（行く予定）

現地に行っていない（行く予定はない）

13
大丸有デジタルマップの満足度を教えてください。 *

満足

やや満足

普通

やや不満

不満足

14
大丸有デジタルマップの改善点を教えてください。 *

デザインがよくないと思う

レイアウトが見にくい

コンテンツが多すぎる

コンテンツが見にくい

サイト上の操作がしにくい

15
大丸有デジタルマップにご意見・ご要望がございましたら、ご自由にお書きください。

回答を入力してください

図 4.3-11 アンケート設問

5. 実験実施結果

5.1. 実験結果と分析

【検証①】第 31 回日本医学会総会 2023 東京・博覧会

Google が提供する分析サービスである GoogleAnalytics4 が提供する測定 ID を「エリアコンテンツ発信用 web サイト」内に新規に埋め込み MICE 開催期間中のアクセスユーザー数やユーザー獲得の状況など、利用状況の把握を行なった。また、エリアコンテンツ発信用 web サイト内にマップとして埋め込んだ「Oh MY Map! | Web 版スムーズ地下防災バージョン」には既存の測定 ID が埋め込まれているため、そちらを活用し利用状況の把握を行なった。

エリアコンテンツ発信用 web サイトでは、第 31 回日本医学会総会 2023 の開催期間である 2023 年 04 月 15 日から 2023 年 04 月 23 日で 516 ユーザーのアクセスがあった。また各ページの表示回数ならびにユーザー数を 図 5.1-2 に示す。結果を見るとトップページ（エリアコンテンツ発信用 web サイトに”meta title”を設定していないため、GoogleAnalytics4 上でページタイトル”not set”として集計が行われている）の表示回数が 668 回に対して、トップページからサイト内遷移する各ページの表示回数は最大でも 58 回と大きく数値が下がっていることがわかる。またサイト上部に設置した「おすすめレストラン 8 選」「せっかくの丸の内 ラグジュアリーな空間で楽しむグルメ&お土産」については、比較的表示回数が多い一方で、サイト下部に設置した「大丸有でアートな春をお楽しみください」「大丸有エリアの歴史」についてはさらに表示回数下がっていることがわかる。

また web サイト内に Oh MY Map! スムーズ地下防災バージョンを埋め込んだ際の URL¹¹を活用することで、埋め込みマップの利用状況についても分析を実施した。こちらはユーザー数ならびにイベント数は 494 ユーザー、1770 イベントを計測し、マップとしてのコンテンツに一定以上のユーザー関心があることを伺えた。

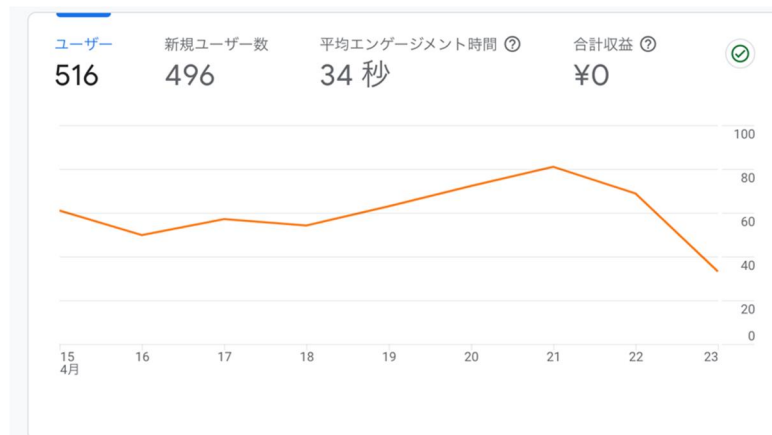


図 5.1-1 GoogleAnalytics4 分析画面【集計期間 2023 年 4/15~4/23】（ユーザー数遷移）

¹¹ <https://umap.tokyo-omy-w.jp/?isEmbedded=1&initialZoomRate=14.5&initialLng=139.7634323478188&initialLat=35.67798025660071&isShowPoiButtons=1>

5. 実験実施結果
5.1 実験結果と分析

ページタイトルとスクリーン名	↓ 表示回数	ユーザー	ユーザーあたりのビュー	平均エンゲージメント時間
	770 全体の 99.48%	516 全体の 99.61%	1.49 平均より 0.13% 低い	34 秒 平均より 0.07% 高い
1 (not set)	664	513	1.29	28 秒
2 おすすめレストラン8選	58	43	1.35	32 秒
3 せっかくの丸の内 ラグジュアリーな空間で楽しむグルメ&お土産	29	28	1.04	26 秒
4 大丸有でアートな春をお楽しみください	12	11	1.09	1 分 09 秒
5 大丸有エリアの歴史	7	6	1.17	14 秒

図 5.1-2 GoogleAnalytics4 分析画面【集計期間 2023 年 4/15~4/23】(ページごとの表示回数・ユーザー数遷移)

ページロケーション	↓ 総ユーザー数	イベント数
合計	494	1,770
1 https://umap.tokyo-omy-w.jp/?isEmbedded=1&initialZoomRate=14.5&initialLng=139.7634323478188&initialLat=35.67798025660071&isShowPoiButtons=1	494	1,770

図 5.1-3 GoogleAnalytics4 分析画面【集計期間 2023 年 4/15~4/23】(iframe 埋め込みを Oh MY Map! スムーズ地下防災バージョンのユーザー数)

測定結果より、Web サイト形式におけるコンテンツ発信については以下側面があることが分析できた。

- ・ Web サイトはトップページの表示回数に対してリンク遷移を実施するユーザーの割合が少ないため、多くのユーザーはトップページを見た段階で離脱する。
- ・ リンク遷移するユーザーのうち、Web サイトの上部にあるコンテンツは比較的リンク遷移が行われるが、下部にあるコンテンツはリンク遷移が行われにくい傾向があり、コンテンツ内容によらず Web サイトのどこに配置するかページ構成が重要となる。
- ・ 一方でマップはページ下部に配置したにもかかわらず、ユーザー数が 494 を記録するなどユーザーの興味関心をひくコンテンツであると考えられる。
- ・ Web サイト形式だとツリー上の表示で、コンテンツの注目度にページ構成が依存しているがマップの際にはページの上部下部が存在しておらず、一眼的にコンテンツを確認することができるため MICE 来街者のような当地区に対して親和性がない方達にも満遍なく発信できるため有効なのではないかと考える。

そのため、検証②、③ではマップを主軸とした検証ならびに分析を行い、アンケートを用いてマップのコンテンツの興味関心、行動変容について確認を実施した。

【検証②】第 77 回日本臨床眼科学会

検証①同様、Google が提供する分析サービスである GoogleAnalytics4 が提供する測定 ID を「大丸有デジタルマップ」内に新規に埋め込み MICE 開催期間中のアクセスユーザー数やユーザー獲得の状況など、利用状況の把握を行なった。また、Microsoft Forms を利用しアンケート集計を行い、MICE 期間中の 2023 年 10 月 06 日から 2023 年 10 月 09 日で回答を募集し、マップの満足度の測定を行った。

5. 実験実施結果
5.1 実験結果と分析

大丸有デジタルマップでは、第 77 回日本臨床眼科学会の開催期間前後日を含む 2023 年 10 月 05 日から 2023 年 10 月 10 日で 221 ユーザーのアクセスがあった。アンケートは 6 件の回収で、「6 人中 4 人が満足もしくはやや満足」であったことから、満足度は 66%を記録した。KPI である「満足度 50%以上」は達成したものの、ユーザー数ならびにアンケート回答数が低い結果となった。

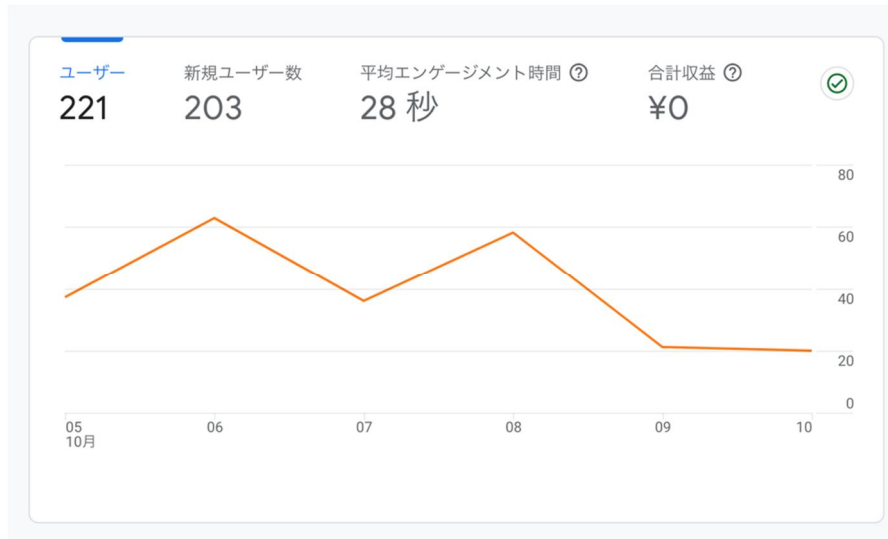


図 5.1-4 GoogleAnalytics4 分析画面【集計期間 2023 年 10/5~10/10】(ユーザー数遷移)

大丸有デジタルマップご利用者向けアンケート

6 応答

04:13 完了するのにかかった平均時間

終了済み 状態

1. 「性別」についてお聞かせください。

● 男性	1
● 女性	5
● その他	0
● 回答しない	0



2. 「年代」についてお聞かせください。

● 10代以下	0
● 20代	2
● 30代	0
● 40代	0
● 50代	3
● 60代	1
● 70代	0
● 80代以上	0



3. 日本臨床眼科学会へのご参加立場をお聞かせください。

● 医師	3
● 研修医・コメディカル・留学生	0
● 民間研究員	0
● 学生	1
● 市民講座参加者	0
● その他	2



4. 大手町・丸の内・有楽町エリアにはどのくらいの頻度で訪れていますか？

● はじめて	0
● 週に1回以上	1
● 月に1回以上	4
● 半年に1回以上	0
● 年に1回程度	1

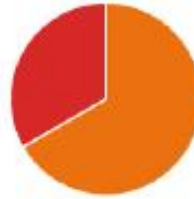


※5,6についてはForms上の不具合により7,8と同じ質問が生成されてしまったため割愛

5. 実験実施結果
5.1 実験結果と分析

7. 大丸有デジタルマップをどこで知りましたか？

● 愚問での案内	0
● 日本臨床眼科学会公式HP	4
● 学会アプリからの通知	0
● その他	2



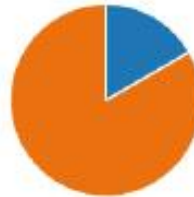
8. 大丸有デジタルマップをどのようなタイミングでご利用されていますか？(複数回答可)

● 学会前	1
● 学会中	4
● 学会参加後	2



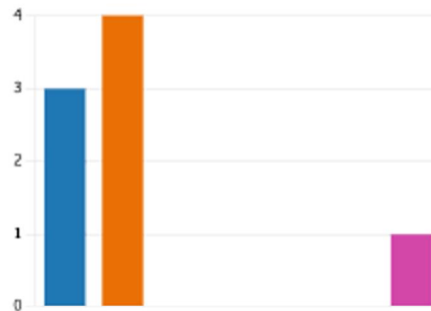
9. 大丸有デジタルマップは何回ほどご利用されましたか？

● 1回のみ	1
● 2回以上	5



10. 大丸有デジタルマップの直感的な見た目の印象を教えてください。(複数回答可)

● 見やすいマップである	3
● 楽しく見ることができる	4
● 無難な地図感がある	0
● 情報量が少ないと感じる	0
● 特に何も感じない	0
● 見続けようと思わない	0
● その他	1



11. 大丸有デジタルマップはデザインと掲載コンテンツ量から見やすいマップと感じましたか？

● とても見やすい	1
● 見やすい	1
● 普通	4
● 見にくい	0
● とても見にくい	0



5. 実験実施結果
5.1 実験結果と分析

12. 大丸有デジタルマップのどのコンテンツに興味がありますか?(複数回答可)

● 特徴的なランドマーク	1
● グルメ	5
● イベント	2
● アート	0



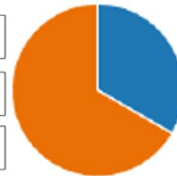
13. 大丸有デジタルマップで追加して欲しい情報はありますか?(複数回答可)

● ランドマークの追加	0
● グルメ情報の追加	3
● イベント情報の追加	3
● アート情報の追加	0
● その他	1



14. 大丸有デジタルマップをご覧になって実際現地に行きましたか?

● 元々予定があったので行った(行...	2	元々予定があったので行った(行く予定)
● マップ掲載コンテンツを見て現地...	4	マップ掲載コンテンツを見て現地に行った(行く予定)
● 現地に行っていない(行く予定は...	0	現地に行っていない(行く予定はない)



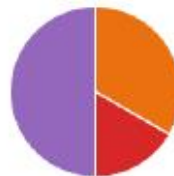
15. 大丸有デジタルマップの満足度を教えてください。

● 満足	1
● やや満足	3
● 普通	2
● やや普通	0
● 不満足	0



16. 大丸有デジタルマップの改善点を教えてください。(複数回答可)

● デザインがよくないと思う	0
● レイアウトが見にくい	2
● コンテンツが多すぎる	0
● コンテンツが見にくい	1
● サイト上の操作がしにくい	3



17. 大丸有デジタルマップにご意見・ご要望がございましたら、ご自由にお書きください。

1
応答

最新の回答
"もっと掲載のお店が増えるのを楽しみにしています"

図 5.1-5 アンケート結果【集計期間 2023 年 10/6~10/9】

5. 実験実施結果
5.1 実験結果と分析

測定結果より、マップ形式におけるコンテンツ発信については以下側面があることが分析できた。

- ・マップ作成後日本臨床眼科学会の HP におけるバナー掲載や幕間スライドでの表示による拡販をしたものの、実際にユーザーがマップを見るアクションを起こすまでの強制力が薄いため、約 36 ユーザー/日という結果になった。
- ・マップ作成後も各 MICE の特徴に合わせた柔軟なマップの掲載方法について考慮する必要があり、掲載形態を考慮した追加開発を各 MICE に応じて柔軟に実施することが必要である。
- ・またアンケート数に関してもマップのユーザー数と比例した回答数になっており、まずはマップを見てもらうこととそこからアンケートを回答するアクション起こすための各 MICE 来街者に対して効果的なインセンティブも検討する必要があると考える。

そのため検証③では構築したマップを用いて、MICE 主催者との連携を深めマップ掲載形態の検討・実装を行った上で検証を実施した。

【検証③】 第 8 回サステナブル・ブランド国際会議 2024 東京・丸の内

検証②と同様の測定 ID を活用し、再度 MICE 開催期間中のアクセスユーザー数やユーザー獲得の状況など、利用状況の把握を行なった。Microsoft Forms を利用しアンケート集計を行い、MICE 期間中の 2024 年 02 月 21 日から 2024 年 02 月 22 日で回答を募集し、マップの満足度の測定を行った。

大丸有デジタルマップでは、第 8 回サステナブル・ブランド国際会議 2024 東京・丸の内の開催期間前後日を含む 2024 年 02 月 20 日から 2024 年 02 月 23 日で 352 ユーザーのアクセスがあった。アンケートは 46 件回答があり、その中で「46 人中 39 人が満足もしくはやや満足」であったことから満足度は 85 パーセントを記録し、KPI である「満足度 50%以上」を達成した。

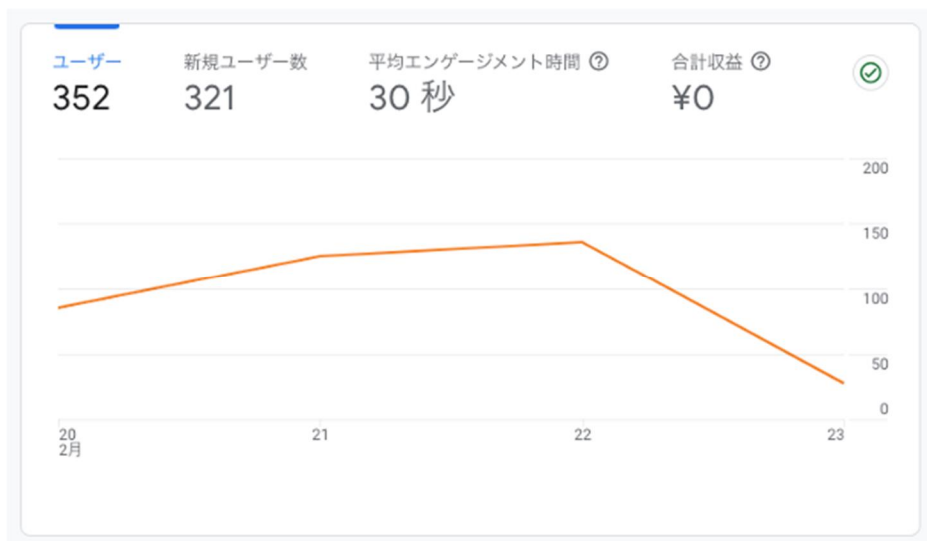


図 5.1-6 GoogleAnalytics4 分析画面【集計期間 2024 年 2/20~2/23】(ユーザー数遷移)

大丸有デジタルマップご利用者向けアンケート

46 応答

06:31 完了するのにかかった平均時間

終了済み 状態

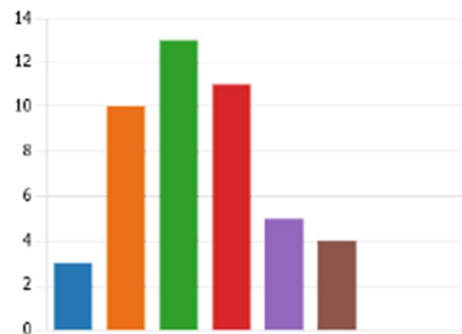
1. 「性別」についてお聞かせください。

● 男性	16
● 女性	29
● その他	0
● 回答しない	1



2. 「年代」についてお聞かせください。

● 10代以下	3
● 20代	10
● 30代	13
● 40代	11
● 50代	5
● 60代	4
● 70代	0
● 80代以上	0



3. サステナブル・ブランド国際会議2024に参加をされましたか？

● はい(参加登録者)	27
● はい(無料プログラム参加者)	13
● いいえ	6



4. 大手町・丸の内・有楽町エリアにはどのくらいの頻度で訪れていますか？

● はじめて	3
● 週に1回以上	21
● 月に1回以上	12
● 半年に1回以上	7
● 年に1回程度	3



5. 実験実施結果
5.1 実験結果と分析

5. 大丸有デジタルマップをどこで知りましたか？

● サステナブル・ブランド国際会議…	23
● 会場設置QR	6
● 配布資料QR	12
● その他	5



6. 大丸有デジタルマップをどのようなタイミングでご利用されていますか？

● 会議参加前	9
● 会議期間中	30
● 会議参加後	7



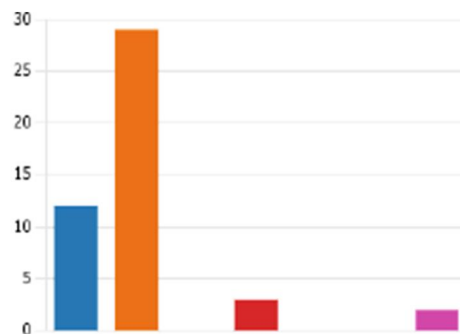
7. 大丸有デジタルマップは何回ほどご利用されましたか？

● 1回のみ	21
● 2回以上	25



8. 大丸有デジタルマップの直感的な見た目の印象を教えてください。

● 見やすいマップである	12
● 楽しく見ることができる	29
● 無機質な地図感がある	0
● 情報が少ないと感じる	3
● 特に何も感じない	0
● 見続けようと思わない	0
● その他	2



9. 大丸有デジタルマップはデザインと掲載コンテンツ量から見やすいマップと感じましたか？

● とても見やすい	17
● 見やすい	21
● 普通	7
● 見にくい	1
● とても見にくい	0



5. 実験実施結果
5.1 実験結果と分析

10. 大丸有デジタルマップのどのコンテンツに興味がありますか？

● 特徴的なランドマーク	8
● グルメ	21
● イベント	14
● アート	3



11. 大丸有デジタルマップで追加して欲しい情報はありますか？

● ランドマークの追加	7
● グルメ情報の追加	17
● イベント情報の追加	10
● アート情報の追加	9
● その他	3



12. 大丸有デジタルマップをご覧になって実際現地に行きましたか？

● 元々予定があったので行った(行…	20	元々予定があったので行った (行く予定)
● マップ掲載コンテンツを見て現地…	22	マップ掲載コンテンツを見て現地に行った (行く予定)
● 現地に行っていない(行く予定は…	4	現地に行っていない (行く予定はない)



13. 大丸有デジタルマップの満足度を教えてください。

● 満足	22
● やや満足	17
● 普通	7
● やや不満	0
● 不満	0



14. 大丸有デジタルマップの改善点を教えてください。

● デザインがよくないと思う	1
● レイアウトが見にくい	3
● コンテンツが多すぎる	4
● コンテンツが見にくい	19
● サイト上の操作がしにくい	19



図 5.1-7 アンケート結果【集計期間 2024 年 2/21~2/22】

5. 実験実施結果
5.1 実験結果と分析

web サイトの測定結果から「MICE 主催者と密に連携し、iframe によるマップ埋め込みを実施した拡販効果」、アンケート結果から「マップとして掲載するにコンテンツ発信の効果」についてそれぞれ以下側面があることが分析できた。

- ・日本臨床眼科学会時と比べ、「サステナブル・ブランド国際会議 HP 上での iframe 埋め込み」、「MICE 主催者による MICE 期間中の館内アナウンスでのマップ呼びかけ」、「イベント関連広報誌によるマップ QR コード掲載」など MICE 主催者と密に連携し、各施策を講じたことで約 88 ユーザー/日と日本臨床眼科学会の際と比べ、1 日あたりのユーザー数が約 2.4 倍増えた。

- ・検証①で、Web サイトの構成について検証・分析を実施したが、今回「サステナブル・ブランド国際会議 HP 上での iframe 埋め込み」においてサステナブル・ブランド国際会議 HP 内の Program ページ上部にマップを配置していただくことができたため、注目度が上がったと考える。

アンケート設問 5 の結果からも 46 人中 23 人が「サステナブル・ブランド国際会議公式 HP」から知ったと回答しており、MICE 主催者との密連携したマップの拡販がまずは重要である。

- ・アンケート設問 12 の結果から 46 人中 22 人が「マップ掲載コンテンツを見て現地に行った（行く予定）」と回答しており、50%弱の行動変容に成功しており、マップにおけるコンテンツ掲載の有効性を確認することができた。また設問 10 の結果から 46 人中 21 人が「グルメ」、14 人が「イベント」に興味があると回答しており、その注目度から「グルメ」、「イベント」の 2 コンテンツは行動変容との因果関係があると分析できる。

- ・アンケート設問 6 の結果から 46 人中 30 人が「会議期間中」にマップを見たと回答しており、会議前後もマップを見て一体的なサービスを提供できるような機能的なアップデートが必要であると考えられる。

5.2. 考察と課題

【情報発信・連携の体制】

・MICE 主催者と連携した公式チャンネルでの情報発信

エリア独自のチャンネルでの MICE 参加者への情報発信には限界があり、MICE 参加者宛に情報発信する上での有効なチャンネルはイベント公式 HP/アプリ等を介した連携であることがわかる。情報の散在による複雑さ（検索性の低下）を回避するためにも公式コンテンツに紐づく情報発信チャンネルの確保が求められる他、イベント公式 SNS での情報発信やイベント会場での掲示、配布物への掲載等が有効な策と推察される。

MICE によっては参加者向けにイベント公式アプリを提供する仕組みを取っているものも少なくない。情報提供ルートの簡易化のためにも（追加でアプリダウンロードなどが必要にならないためにも）、主催側の提供コンテンツとの連携が重要である。

・MICE 主催者とエリアマネジメント団体との連携に向けた体制

上記の公式コンテンツとの連携に向けては、MICE 主催者と情報発信（提供）側との対話が求められる。互いが直接的にファーストコンタクトを取ることは現状困難であり、両者を結ぶ中間組織が求められる。当地区では DMO 東京丸の内が当該役割を担う構図となっており、本実証事業での 3 検証に至ったが、未連携イベントもエリア内では無数に開催されている状況であり、さらなる情報発信の強化（連携案数の増加）に向けては持続性を含め検討する必要があると示唆される。また、連携情報の正確性・粒度についても MICE 主催者と情報発信側の連携度合いが大きく影響する。

本実証事業においては 3 つ MICE と連携し検証を行ったが、開催されている MICE のテーマに応じて参加者属性も可変であり、その参加者属性に応じて会場周辺エリアの情報ニーズも可変である。MICE 主催者とのヒアリング機会を設け、前述ニーズや傾向を把握することが大切である。

・持続的な情報発信手法確立に向けた示唆

MICE 会場周辺エリアの充実した情報を MICE 参加者宛に発信することは、周辺エリアで消費活動等の増加によるエリア側が享受するメリットの存在とともに、MICE 参加者の満足度向上による MICE 主催者としても有益なことである。MICE の都度、大量の情報収集・発信方法を検討するにはコストが高く、MICE の規模によっても有効性が発揮しきれない。MICE 主催者と来街者の間にも入り込めるエリアマネジメント組織が、中間的に情報発信の基礎を構築しておくことが、前述障壁を乗り越える上でも有益であると考えられる。エリアマネジメント組織としての日常的な情報発信の仕組みの中に、非日常的な情報発信のメニューを位置づけていくことが有効ではないかと考えられる。

【マップでの情報発信の有益性】

・MICE 来街者の多くは、非日常的に会場周辺エリアに来街するため、周辺エリアの地理情報にも不慣れなことが多い。マップにてランドマークの情報等と合わせて、会場周辺エリアでの回遊行動につながるようなイベント情報や移動に関する情報を提供することで、周辺エリアでの充実した滞在時間を過ごすことにつながると考えている。今回の実証においても、「マップを楽しく見ることができた」、「マップを見て現地に足を運んだ」という利用者も一定数見受けることができ、情報発信ツールとしての可能性が感じられた。

・視覚的要素での表現が多いマップを活用した情報発信においては、デザインの調整が多く発生する。MICE 毎に取り扱うテーマも異なる他、公式情報発信チャンネルのトーン&マナーも異なるため、都度マップデザインの検討を行う必要が生じてしまう。本実証事業では、連携案件数が限られているために、マップデザインの可変度による利用者（MICE 参加者）への影響が確認出来ていないが、継続的に検証を行うことで、マップデザインの必要度も解像度が増すと考えている。また、MICE 規模によってもマップデザインにかけられる予算等も可変であるため、情報発信のメニューとしても可変要素に柔軟に対応できるような選択肢を用意しておくべきである。

・情報まとめサイトのような形式で、会場周辺エリア情報を構造化/階層化してしまうと、目的意識を持った情報検索には対応できるものの、まとめられた情報のタイトルを見るにとどまり、深層の情報に辿り着かない可能性も高く、MICE を主目的とし、副次的に会場周辺を回遊するうえでエリア全般を把握したいニーズには、マップ形式のような視覚的・直感的に情報が把握できる構造での情報発信の方が適しているかもしれない。

5. 実験実施結果

5.2 考察と課題

【収集情報・連携機能の拡大】

・充実した会場周辺エリア情報の発信に向けた連携情報の増加・詳細化が求められるのは勿論だが、MICE 主催者や MICE への協賛者が用意する情報（周辺・連携店舗でのクーポン等を含む）の収集や当該収集情報を利用するに当たり必要となる機能（クーポンのチケットティング等）をも搭載したツールとして情報発信の手法を考えるべきである。本実証事業での検証では、前述の追加機能の実装には至っておらず、今後も機能拡充とともに検証を続ける必要があると考える。

・大規模な国際会議等の誘致を検討する際、情報発信手法の多言語化についても避けることはできない。情報発信ツールとしての対応並びに、収集してくる情報自体の多言語化についても全体的に取り組んでいく必要がある。

6. 横展開に向けた一般化した成果

【MICE 主催者と周辺エリアをつなぐ組織の重要性】

・5.3 の考察として記載した通りではあるが、エリア MICE の充実に向けた会場周辺エリアの情報発信については、地元エリアマネジメント団体のような組織が仲介的な役割を担うことで、円滑な情報発信につなげることができる。また、仲介的な役割の要素として、単純なステークホルダー間の接続だけではなく、汎用的なデータプラットフォームも具備しておくことで、各回あたりの対応効率化が見込める。また、各種連携実績データの蓄積も共通化できるため、分析結果・改善策を次の MICE 時の対応につなげることができる。

・MICE 主催者が独自に周辺エリア情報の発信を検討している/周辺店舗との連携ランチクーポンの発行等を検討している事例も多く、周辺エリア情報発信方法の検討における初期のステップとして MICE 主催者の情報発信意向ヒアリングを経ることが有効である。

・MICE 主催者と連携する立場として間接的な関与となるエリアマネジメント組織による情報発信には、関係者間で取り組みの位置づけが曖昧になってしまう懸念もあり、位置づけを明確化する上で、本実証事業のようなきっかけでの事例作りも含め、実績を重ねていくことが大切である。

【マップとしての情報発信の価値】

・開催地にもよるが、MICE 参加者の多くは非日常的に会場周辺エリアに来街することとなり、地理的な情報と周辺エリア情報がセットで把握できるツールでの情報発信が有効である。そのうえで、確実に参加者宛に情報提供を行うためにも、MICE 公式コンテンツと連携した、マップ形式での情報発信が有効である。

【MICE 候補地選定への貢献可能性】

・情報連携範囲や連携機能次第ではあるが、MICE 会場周辺のエリア情報が地元からの提供メニューとして具備されている場合、MICE 開催地の候補選定の要素としてエリアに貢献するような可能性もある。

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

【情報発信の仕組み作り】

・効率的な情報発信に向けては、単一目的化されたチャンネルでの情報発信ではなく、他サービスと結びついた一体的な形式での情報発信ツールとすることが肝要である。MICE 主催者の公式コンテンツとの連携とも前述しているが、例えば来場に必要となるチケットシステムとの連携や宿泊・移動を伴う形式の MICE であればそれら関連サービスとの一体的な情報提供が望ましい。MICE 参加者の来街行動と紐づいた一貫したサービス提供に向けて、より多くのステークホルダー間での連携が求められる。

・発信情報量の増加・詳細化に向けては効率的な情報収集が求められるが、情報発信元によりデータ形式が多様である。より多くのサービス上での情報発信に向けては、共通フォーマット化した情報の収集・配信の仕組み作りが求められる。