

東京都データ連携・活用促進プロジェクト  
令和5年度採択事業者 事業実績報告書

<豊洲スマートシティ>

令和7年3月

<一般社団法人豊洲スマートシティ推進協議会>

## 目次

エグゼクティブサマリ .....	1
1. はじめに .....	2
1.1 本事業の背景と目的 .....	2
1.3 実施体制.....	5
2. 目指す姿 .....	6
2.1 エリアが目指す未来 .....	6
2.2 ロードマップ .....	8
2.3 KPI.....	9
3. 本事業の位置づけ.....	11
3.1 エリア全体の取組の中での位置づけ .....	11
4. 取組内容 .....	14
4.1 取組内容の詳細.....	14
4.2 各実装サービスについて.....	16
■実装サービス①スマートパス .....	17
■実装サービス①スマートパス-周遊コンテンツ「謎解き」 .....	18
■実装サービス②X R ジオラマビジョンの活用.....	20
■実装サービス③エリア人流解析マーケティング/ターゲティング配信.....	21
■実装サービス④オウンドチャンネルでの情報発信・サービス連携.....	22
■実装サービス④オウンドチャンネルでの情報発信・サービス連携.....	23
4.3 取組の工夫.....	24
5. 今後の予定.....	27

エグゼクティブサマリ

対象エリア：豊洲エリア

実行団体：一般社団法人豊洲スマートシティ推進協議会

事業概要：「課題解決+未来志向型スマートシティ」「ミクストユース型スマートシティ」のコンセプトのもと、【職・住・遊の全ステークホルダーのQOL向上】【地域連携・地域参画による先進的まちづくり・エリアマネジメント】という目標実現に向けて、豊洲都市OS及び他エリアの都市OSのデータを活用したスマートサービスを実装する。

- 対象とする課題：①回遊性の不足  
②情報発信の不足  
③地域内・地域間連携が不足

取組内容：上記課題に対し、下記4項目の取組を実施した。

	①豊洲スマートパスの提供	②XRジオラマビジョンの活用
内容	地域コンテンツを組み合わせて発行する電子チケット。豊洲エリア及び周辺エリアを周遊し魅力を発見する謎解きコンテンツを実施。 ・豊洲エリア内施設のクーポンとコンテンツ ・豊洲及び周辺エリアを含む「謎解き」	XR上でジオラマに、さまざまな情報を重ね合わせて表示し、ジオラマ上にお絵描きや付箋を貼ることで、ワークショップでの議論を加速させるツールサービス。 ・地域イベントでの活用 ・地域ワークショップでの活用
価値提供	・周遊チケットをワンストップで提供 ・来訪動機を提供しにぎわいを創出	・豊洲エリアの魅力発信、関心度向上 ・まちづくりへの参加しやすい環境構築
サービスイメージ	 万葉集旅券入浴割引券 ・ サイタフリヤ動物券 ・ バイクシェア割引券 ・ 謎解き紹介	
	③エリア人流解析マーケティング/ターゲット配信	④オウンドチャンネルでの情報発信・サービス連携
内容	豊洲来訪・回遊向上を目標としたイベントを対象に、人流データ分析をもとにしたSNS/アプリによるターゲット広告配信(生成AIを活用)による行動変容を実現。 ・豊洲エリア「とよすフォトコン」 「謎解き」 ・大丸有エリア「1day豊洲POPUP」	LINE、ポータルサイト、サイネージを活かして、エリア情報、サービスを発信。また、エリア情報を発信、回遊性を促すサービスとの連携。 ・LINEを通じたサービスの発信 ・サイネージを通じたイベント情報の発信
価値提供	・豊洲来街者の行動把握 ・費用対効果の高い情報配信	・LINEによるタイムリーな情報発信 ・豊洲エリアのイベント情報の一元化
サービスイメージ		

# 1. はじめに

## 1.1 本事業の背景と目的

豊洲スマートシティが対象とする主たるエリアは、江東区豊洲1～6丁目全域の約246haである。(図1.1.1)(図1.1.2) 当該エリアは、平成以降の約30年間の間に工業地域からの用途転換により急速に開発が進み、居住人口・就業人口ともに約4万人の職住混合エリアとなっている。加えて、豊洲市場・千客万来施設・ららぽーと豊洲・チームラボなどが立地していることから、年間数百万人の来街者があり近年はインバウンドも多数訪れるエリアとなっている。こうした実情から、当コンソーシアム(豊洲スマートシティ協議会)では、対象エリアをミクストユース(職・住・遊)の街と定義している。(図1.1.3)

また、スマートシティのターゲットとしては上記ミクストユースのステークホルダーをメインとしているが、豊洲エリアに限定するものではなく、臨海部など豊洲周辺エリアや他地域の連携エリア、江東区全域も視野に置きながらデータプラットフォーム(都市OS)の構築・運用、スマートシティサービスの実装を目指している。(図1.1.4)



図 1.1.1 位置図



図 1.1.2 位置図(俯瞰)



図 1.1.3 ミクストユースの概念



図 1.1.4 連携エリアの概念

## 1.2 エリアの課題

豊洲スマートシティのエリア課題は過去の豊洲スマートシティ推進協議会内ワーキングの活動総括から以下の点が挙げられる。

### ①取り組みの見える化／認知の不足（情報発信の不足）

地域防災など地域向けの取り組みは行っているものの、協議会の認知度はまだまだ低く、自治会の役員などとのコミュニケーションにおいても何をやっているのか見えないなどの声がある。

### ②ターゲット別コアサービスの不足（継続ユーザー化が困難）

住民・ワーカー・来街者それぞれが存在することが豊洲の特徴だが、それぞれのターゲットに向けたコアサービスが創出できていないことが、①の認知度不足につながっている要因の一つである。

### ③行政課題解決に向けたソリューションの不足（官民連携効果が出ていない）

江東区とは連携体制をとって進めているが、具体的な行政課題のソリューションは行えていない。課題の共有の上連携して課題解決に取り組んでいく必要がある。

### ④住民やワーカーの参画機会の不足（生の声（課題）を聞き反映する、が十分でない）

上述の通り、防災訓練以外に住民組織との連携による取り組みが行えておらず、個人向けサービスは情報発信が行き届かず十分な認知が獲得できていない状況という認識である。住民やワーカーの生の声を収集した上で、主体的に参画できるサービス・機会の創出が望まれる。

### ⑤周辺エリアとの連携不足（臨海副都心ほかとの連携が途上）

来街者向けサービス、観光分野を中心としたサービスを検討していくに際しては、特に隣接する臨海副都心との連携は重要である。これまで情報交換や意見交換は実施しているが具体的な施策に結び付けられていない。

### ⑥回遊性の不足（目的施設への来訪者の目的外スポットへの立ち寄りが極端に少ない）

ららぽーと、チームラボ、豊洲市場といった集客施設への人流は大きいですが、アンケートなどでは大半が目的施設のみ訪問して直帰または他エリアに移動している様子が窺える。この傾向が特に顕著なため、エリア内の他スポットへの立ち寄りを促す施策が求められている。

上記のエリア課題を踏まえて、本事業においては、以下の3点を注力課題として、それに対応する施策を検討することとした。なお、下記以外の課題についても本事業の取り組みの中での対応、あるいは自主事業等により取り組むこととしている。

#### **課題①回遊性の不足**

電車で豊洲に来る人の約20%がららぽーとを来訪しているがららぽーと来訪者の75%は、利用後直帰。移動範囲も豊洲駅周辺に集中しており、ららぽーと単独での利用の多さが目立った。

チームラボや豊洲市場でも同様の傾向がみられる。

ららぽーとのみを年数回利用、直帰が大半という点についてインタビューでは、他に行く目的・用事がない、ららぽーとだけで十分時間を使うことができ他スポットへ回遊するモチベーションがないことが要因であることが分かった。

#### **課題②情報発信の不足**

課題①の要因として、観光案内所など集約された観光情報発信拠点がなく、エリア情報やイベント情報の認知が低いことが考えられる。

エリア情報は、住民・ワーカー間でも認知が不十分。

来場者の大半が外国人という施設もある中、まちなかでは多言語に対応している案内も不足している。

豊洲及び周辺エリアには魅力的なスポットや地域独自の伝統文化・工芸品もあるが、地域の魅力を十分にアピールできていない。

#### **課題③地域内・地域間連携が不足**

地域の商店会やマンション自治会単位ではイベントを開催しにぎわいを創出している。参加者のすそ野を広げることが課題としており、地域コミュニティは形成途上。

住民やワーカー間の交流の機会が少ない。

ホテルや飲食店といった地域観光事業者の連携体制がない。千客万来施設開業を控え一層の地域一体の連携が求められている。

臨海部など周辺との連携体制がなく、それぞれのエリアで独自に集客や情報発信を行っている。

### 1.3 実施体制

本事業を推進する豊洲スマートシティ協議会は、2019年度国土交通省「スマートシティ先行モデルプロジェクト」を契機に組成されたコンソーシアムで、2023年6月2日付で任意団体から一般社団法人に移行し、民間11社と芝浦工業大学で構成される団体である。本事業においては、清水建設、NTTデータが中核として各スマートサービスを行い、他協議会メンバーについてはスマートサービス実装に向けての、場所や人といったエリアリソースの提供等を行った。また、国や大学、地域組織やスタートアップとも連携してまちづくりの一環として進めていくこととしている。(図1.3.1)

また、本事業ではエリアとして臨海副都心エリア(DIC協議会)、大丸有エリア(大丸有まちづくり協議会)と各サービスのPFと連携し、相互のデータ連携等を通じて、サービスの提供、利便性向上に取り組む。



図 1.3.1 推進体制図

## 2. 目指す姿

### 2.1 エリアが目指す未来

豊洲スマートシティ推進協議会が一般社団法人化を検討する過程において、2020～2022年度にかけてタスクフォース・ワーキングを設置し、内閣府が公開しているスマートシティリファレンスアーキテクチャを参照しながら将来像に関する検討を行った。

豊洲エリアは当初から豊洲駅周辺の混雑という課題はあるものの、全国のスマートシティで見られる高齢者の移動支援・インフラ再整備の効率化といった都市再生課題は少ないこと、都心において職・住・遊のミクストユースが存在するという特異な特徴があることを踏まえて、スマートシティの描く未来を先導し他エリアのモデルとなることを志向する概念でコンセプト・将来像の再設定が行われた。

未来志向型をキーワードに入れ、職・住・遊の全ステークホルダーのQOL向上を幅広い連携体制のもと、まちづくりの一環としてスマートシティを進めていくこととしている。(図2.1.1)

Well-Being 指標の概念と基本的には同一であると捉えており、スマートシティ関連全般の動向を踏まえながら、今後も継続的にアップデートしていく。

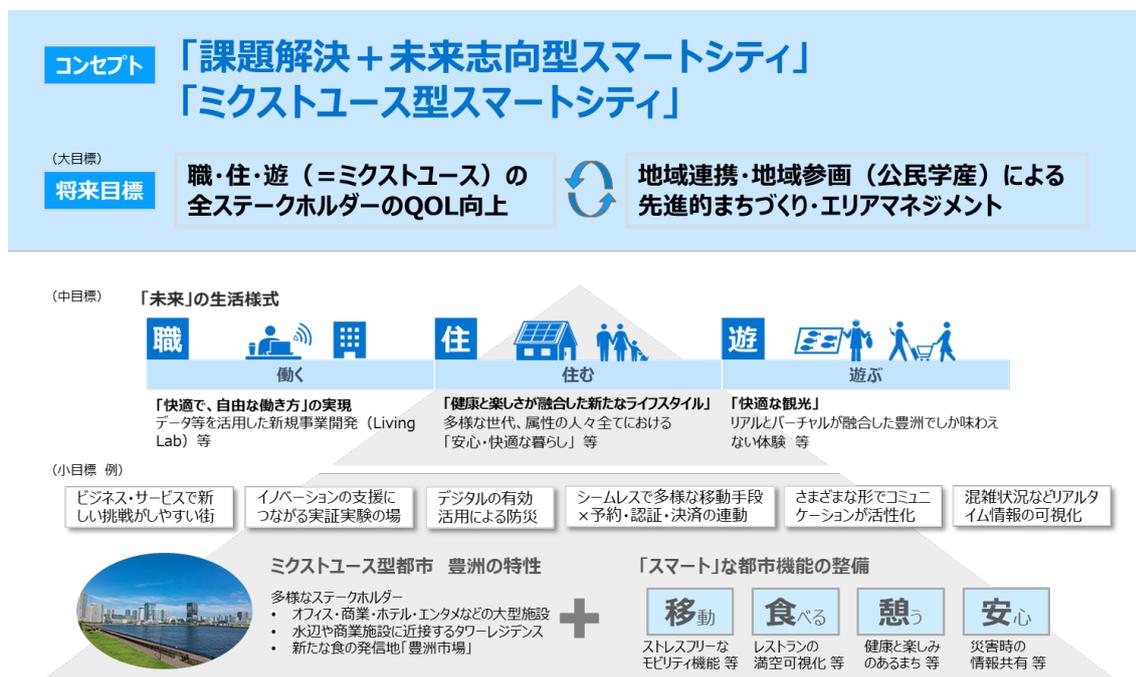


図 2.1.1 豊洲スマートシティのコンセプト

将来目標を達成するためには、行政の施策との連携や活用、目的を一にする官民連携体制の構築、地域組織や地域事業者との連携による相乗効果など幅広い協業と共創が重要であり、最終的にサービスを楽しむステークホルダーの満足度 (≒Well-Being) 向上が達成された際にはサービスの受益者のみならず、事業者や地域組織、行政の目的も達成されると捉

えて、各種取り組みを推進していく。(図 2.1.2)

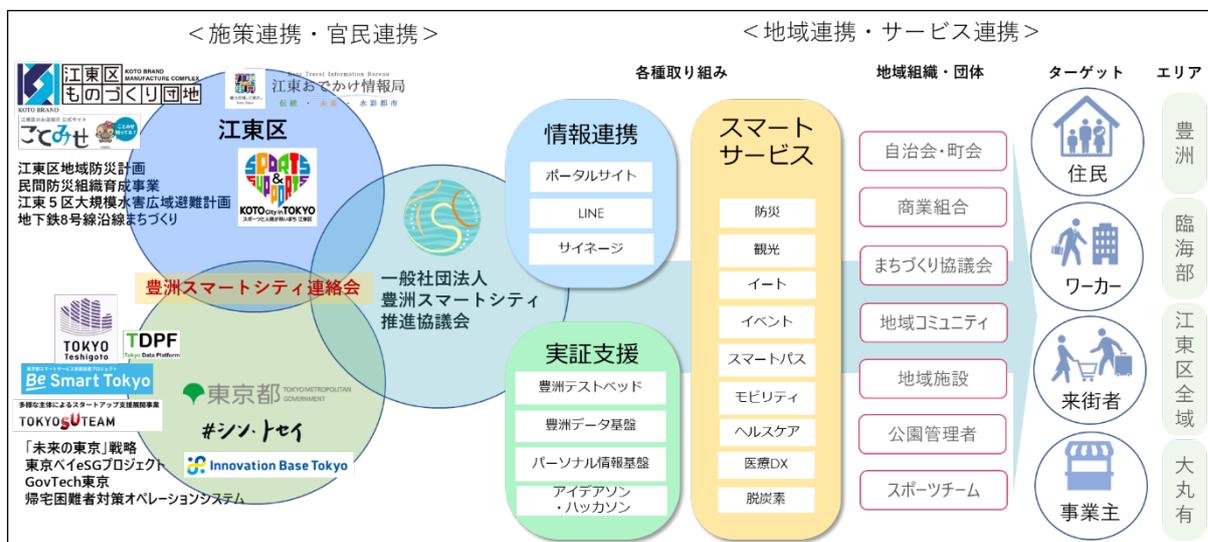


図 2.1.2 将来像実現に向けた連携の概念

## 2.2 ロードマップ

豊洲スマートシティ推進協議会において設定している中長期ロードマップは以下の通り(図 2.2.1)。ここでは、2025 年度を実装ターゲットとしているが、一部のサービスについては既の実装しており、継続してサービスの実装を進めていく。

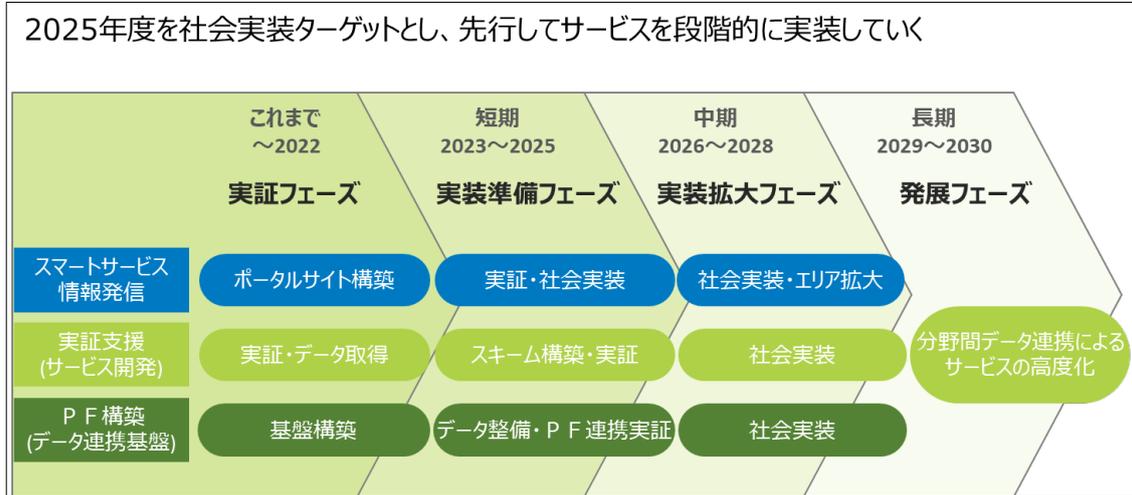


図 2.2.1 中長期ロードマップ

2022 年度までの取り組みを踏まえ、図 9 の中長期ロードマップの実装準備フェーズの詳細計画として、2023-2025 年度の取り組み計画の検討を行い、新たな実行計画として策定した。(図 2.2.2)

大項目	項目	2023	2024	2025	目標
情報連携	ポータルサイト	ポータルサイト運用・機能更新			スマートシティの取組や地域情報の発信を行うことで周知・波及効果を高めていくことを目指す。
	LINE	LINE運用・機能更新			
	サイネージ	基幹サイネージ設置検討	基幹サイネージの運用 他設置可能性調査		
実証支援	豊洲テストベッド	スタートアップ及び参画企業による実証 (東京都PJとの連携を含む)		新規開発での適用	イノベーション拠点としての認知を高め、ベンチャー等さまざまな豊洲発の新サービスを生み出す。イノベーション環境提供によるエコシステムを目指す。
	豊洲データ基盤	他地区、TDPFとの連携			
	パーソナル情報基盤	パーソナル情報の取扱い整理	パーソナル情報基盤構築		
	アイデアソン・ハッカソン	芝浦工大とのアイデアソン・ハッカソン	他大も巻き込んだアイデアソン・ハッカソン		
スマートサービス	イート	情報充実、機能活用促進、アライアンス検討			過去3年間においての取組の継続・発展を行うとともに実装及び他エリアとの連携・波及を目指す。
	防災	在宅避難支援、帰宅困難者支援ツールの実装			
	観光	インバウンド回復に対応した多言語対応 エリア間連携による周遊			
	ヘルスケア	運動量増進ツール活用による回遊性向上施策			コロナ等での影響により進展が少なかった分野や新規分野についても検討を進め新規サービスメニューの拡充を目指す。
	モビリティ	多様なモビリティを連携するMaaS Withコロナで想定される豊洲駅での混雑緩和			
	グリーン	取組・ガイドライン検討	構築・実装		
	スマートバス	簡易実証 (来訪者向け、住民・ワーカー向け)	構築・実装		

図 2.2.2 2023-2025 年度の取り組み計画  
(2022 年度時点)

## 2.3 KPI

本事業の実施にあたり、下記KPIを定めた（表2.3.1）。

- ①サービスの実装期間については、各スマートサービスの窓口となるLINEのメニューアップデート、一部サービス実装として2023年12月1日を設定し、その期間以降の日数とした。
- ②収集されたデータの種別数、③取得先のプレイヤー数については各年度において各サービスの実装や分析等に必要データを想定し策定した。
- ④実装サービスによる課題解決度については課題として位置付けた回遊性の不足、地域内・地域間連携の不足を対象に、アンケート、人流分析の結果より評価を行う（表2.3.2）。2023年度は期間の都合上十分な数のアンケート取得や連携エリアユーザーデータ取得が難しいため、回遊スポット数の向上を対象にした。
- ⑤サービス利用人数については、2023年度は各スマートサービスの窓口となるLINE、ポータルサイトの人数カウントを目標設定時の現況人数と実装期間による実施内容を加味し設定した。2024年度は上記に加え、リアルでのタッチポイントとしてエリアサイネージでの立ち止まった人数を設定した（表2.3.3）。

表 2.3.1 KPI 設定表

評価分類	評価項目	項目変更	目標値	目標値	設定根拠
			2023年度	2024年度	
1	サービスの実装期間《日》	無	122日	365日	LINEメニューアップデート、一部サービス実装を2023.12.1として設定
2	収集されたデータの種別数《件》	無	8	25	※1に記載
3	取得先のプレイヤー数《社》	無	4	8	1年目：臨海副都心エリア、Unerry、LINE、国土交通省 2年目：大丸有エリア、RYDE、SPOBY、LUUP
4	実装サービスによる課題解決度	無	110%	120%	※2に記載
5	サービス利用人数《人》	無	3500	15500	※3に記載

表 2.3.2 実装サービスによる課題解決度

課題*1	目指す姿	評価項目	評価方法	項目変更	目標値	設定根拠	評価タイミング	
							2023年度	2024年度
課題① 回遊性不足	来訪頻度の向上	イベント参加者の平均来訪頻度（見込み）*2	アンケート	無	1年目：110% 2年目：120% （イベント開催【配信施策実施】期間の豊洲エリア全体の平均数値と比較）	イベントの情報配信や周辺スポット回遊の促進を通して、現状より20%数値が向上することを目標に設定	- *3	○
課題① 回遊性不足	回遊スポット数の向上	イベント参加者の平均回遊スポット数	人流データ分析	無			○	○
課題③ 地域内・地域間連携不足	他エリアからの来訪者数の向上	イベント参加者に占める連携エリアユーザーの割合	人流データ分析	無			- *3	○

\*1：課題②情報発信の不足については、KPI項目「サービス利用人数」で評価（本課題解決度では評価しない）

\*2：協定期間内で実績値の取得が難しいため、アンケートで今後の豊洲エリアへの来訪頻度の見込みを確認

\*3：2023年度は期間の都合上十分な数のアンケート取得や連携エリアユーザーデータ取得が難しいため、2024年度のみ評価

表 2.3.3 サービス利用人数の設定根拠

5. サービス利用人数（人）		2023年度	2024年度		
サービス項目	ターゲット	3500	15500	個別サービスの合計値	
情報発信	LINE	住・職・遊	1000	6500	LINE公式アカウント友だち登録者数
	ポータルサイト	住・職・遊	2500	4000	月間アクティブユーザー数（R6年度最終3か月のうち最大値）
	サイネージ	住・職・遊	-	5000	AIカメラによるカウント（立ち止まり人数）

■KPI 達成状況について

各年度の達成状況について、1年目2023（表2.3.4）、2年目2025（表2.3.5）に示す。1年目については各項目KPI目標値について達成をしている。2年目についてはサービス実装期間（日）、ポータルサイト月間人数が3月14日時点では未達だが、継続的サービスの実施によって達成見込みである。

表 2.3.4 2023 年度 KPI 達成状況

	評価分類	評価項目		① 目標値	1年目実績値
1	定量	サービスの実装期間(日)		122	122
2	定量	収集されたデータの種別数(件)		8	8
3	定量	取得先のプレイヤー数(社)		4	5
4	定量	実装サービスによる課題解決度	イベント参加者の回遊スポット数	110%	133%
5	定量	サービス利用人数(人)	合計	3500	5541
			LINE登録者数	2500	3538
			ポータルサイト月間人数	1000	2003

表 2.3.5 2024 年度 KPI 達成状況

	評価分類	評価項目		① 目標値	2年目実績値
1	定量	サービスの実装期間(日)		365	348
2	定量	収集されたデータの種別数(件)		25	26
3	定量	取得先のプレイヤー数(社)		8	16
4	定量	実装サービスによる課題解決度	合計	120%	139%
			イベント参加者の平均来訪頻度(見込み)	120%	177%
			イベント参加者の回遊スポット数	120%	153%
			イベント参加者に占める連携エリアユーザーの割合	120%	171%
5	定量	サービス利用人数(人)	合計	15500	18889
			LINE登録者数	6500	9789
			ポータルサイト月間人数	4000	3940
			サイネージAIカメラによるカウント	5000	5160

※3月14日時点。

### 3. 本事業の位置づけ

#### 3.1 エリア全体の取組の中での位置づけ

本協議会で定めた実行計画の中で実施項目として「情報連携」、「実証支援」、「スマートサービス」を位置付けている(図 3.3.1)。本事業については、「情報発信の不足」、「回遊性の不足」、「地域内地域間連携の不足」を注力課題として位置付けている。「情報発信の不足」については「情報連携」に関する項目として、情報発信体制の整備、ターゲットニーズに合致した情報配信を行う。「回遊性の不足」に関しては「情報連携」においてエリア情報の発信、「スマートサービス」において、回遊性向上につながるコンテンツ・体験の提供を行う。「地域内・地域間連携の不足」に関しては、「実証支援」においてのデータ基盤での連携、「スマートサービス」において地域内・地域間連携による観光・生活の満足度向上につながるサービス提供を行う。

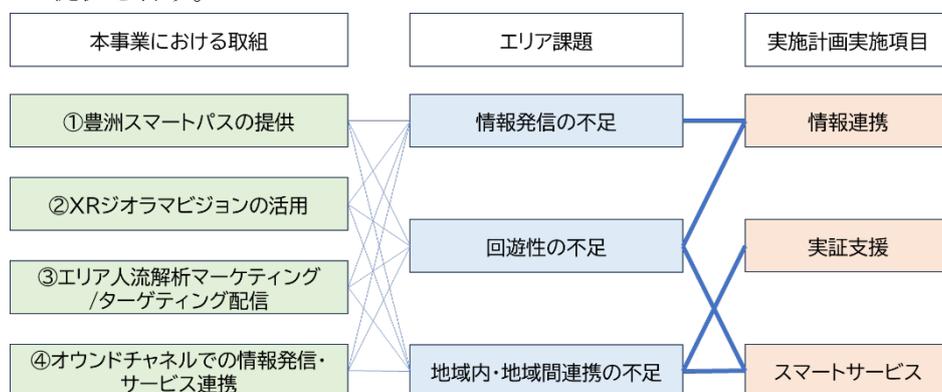


図 3.1.1 実行計画と本事業での取り組みの関係性

本事業においては課題解決に向け、下記の4つの実装サービスを行う。ここでは各実装サービスがどのエリア課題に対して、取り組むのかを整理する(表 3.1.1)。各実装サービス内容詳細については、4章において記載する。

表 3.1.1 課題と各実装サービスの関係性

	情報発信の不足		回遊性の不足		地域内・間の連携不足	
①豊洲スマートパスの提供	△	地域施設情報の発信	◎	エリア回遊性の向上	○	エリア事業者との連携強化
②XRジオラマビジョンの活用	△	地域施設情報の発信	○	エリア回遊性の向上	○	市民参加型まちづくり参加への心理的&時間的障壁の解消 まちづくりイメージの共有の難しさの解消
③エリア人流解析マーケティング/ターゲット配信	◎	地域情報配信の効果向上	○	来街者の高い直帰率、低い回遊性の改善	○	他エリアとの連携促進
④オウンドチャンネルでの情報発信・サービス連携	◎	情報発信の不足、協議会の取り組みが認知されていない ユーザーとの接点が不足、十分にリーチできていない	○	来街者が限定スポットに集中し回遊性が不足している	○	地域情報の相互連携

### 3.2 サービス・技術の位置づけ

各サービスは都市 OS 及び各技術ツールによって構成される(図 3.2.1)。

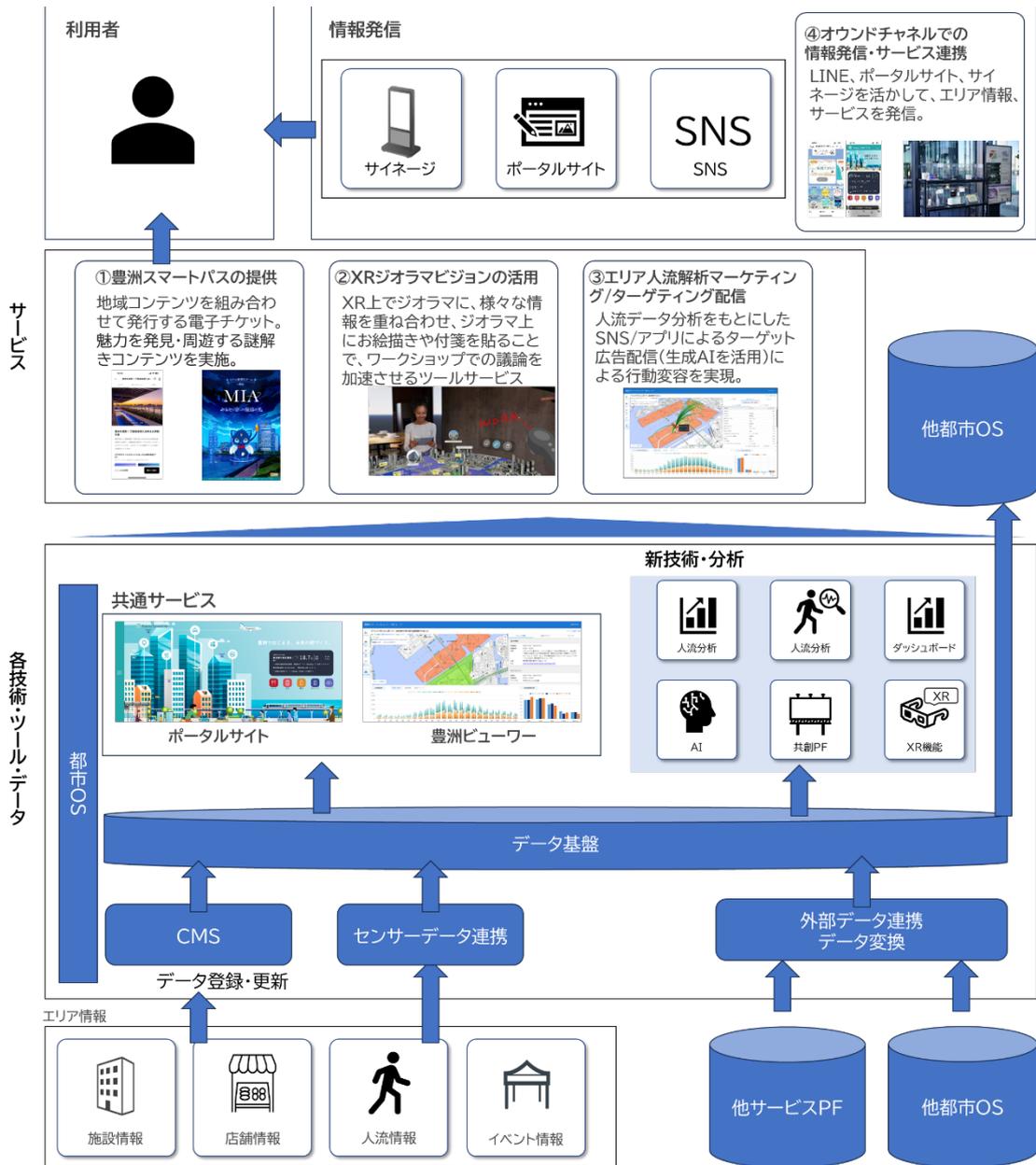


図 3.2.1 都市 OS と各サービスの位置づけ

都市 OS により、取組を高度化するエリアデータを共有化し、データ連携を行うことで、各スマートサービスの高度化及びエリア情報の各ステークホルダーへの共有・発信を実現し、まちの回遊性向上、情報発信の充実、エリマネ活動によるまちへの新たな付加価値創出が期待できる。また、他都市 OS や、他事業者が提供する PF とも連携することで、さらなるデータ充実を行う。

情報発信の仕組みとしては、SNS (LINE)、ポータルサイト、サイネージといったオウンドチャンネルを位置づけ、それぞれのタッチポイントで各ユーザーに情報発信を行うことを

想定している（表 3.2.1）。また、イベントや新規サービス等さらに広く、情報発信を行う場合には人流情報からの分析及び分析結果からのペルソナに合わせた情報発信戦略として、エリア人流解析マーケティング/ターゲティング配信を位置づけている。

表 3.2.1 都市 OS とスマートサービス

	LINE	ポータルサイト	サイネージ
イメージ			
役割	日常的に豊洲を訪れるユーザーに情報を届ける	豊洲SCの活動や、各取り組みの詳細情報を届ける	リアルでのタッチポイント

地域のコミュニティ形成、将来像を描く共有する仕組みとしてはオンライン、オフライン双方の取組で行い、オンラインでの共創まちづくり PF 及びオフラインでの情報共有を加速させるものとして、都市の情報を可視化する XR ジオラマビジョン、イメージを可視化する AI を位置づける。

将来的には、都市 OS とスマートサービスを構築・情報発信する機能が整っていることで、新たなスマートサービスの検討、導入がしやすい形を目指す。また、オンラインでの共創まちづくり PF やオフラインのワークショップを活かし、新たなサービスの種が生まれ、その実現に向けて、サポートする機能の充実も図ることで、ユーザーイノベーションによって新たなスマートサービスが生まれ、変化するエコシステムを目指す。

## 4. 取組内容

### 4.1 取組内容の詳細

本事業の実装サービスとして下記4項目を実施した（図 4.1.1）。各実装サービスの詳細については4.2にて示す。

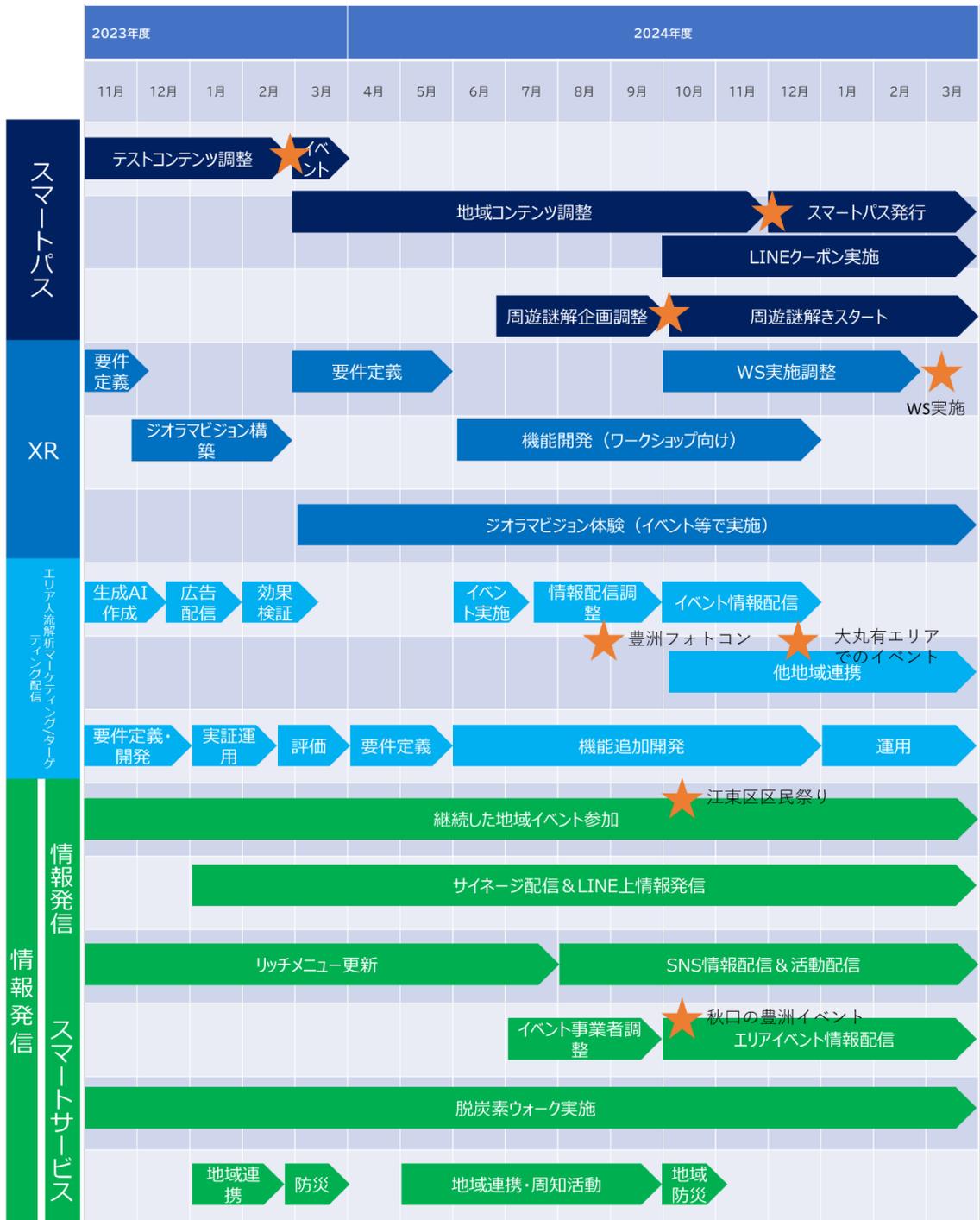
- ① 豊洲スマートパスの提供
- ② XR ジオラマビジョンの活用
- ③ エリア人流解析マーケティング/ターゲティング配信
- ④ オウンドチャネルでの情報発信・サービス連携



図 4.1.1 実装サービス

各実装サービスについては、表 4.1.1 に示すスケジュールに基づき実施をした。各実装サービス実施に向けて、各ステークホルダーとの調整を行った。豊洲エリアを中心に周辺エリア等のイベントに参加し、イベントと連携した取り組みの発信や、サービス体験等を行い、認知向上を図った。

表 4.1.1 実装サービス スケジュール



## 4.2 各実装サービスについて

本エリアに関しては、実装サービスが下記の通り複数になるため、①～④までの項目をそれぞれの実装サービス毎に記載を行う。また記載内容については図 4.2.1 に整理する。

### ① 実装サービスの詳細

サービス内容、取り組む課題、サービス詳細、データ連携図で整理する。

### ② 都民が得られた効果

サービスが提供する価値を整理する。

### ③ マネタイズするために必要な要素

ビジネスモデル図を用いて、サービス提供価値、マネタイズポイントを整理

### ④ 横展開できるエリアの特徴

横展開の可能性を整理する。

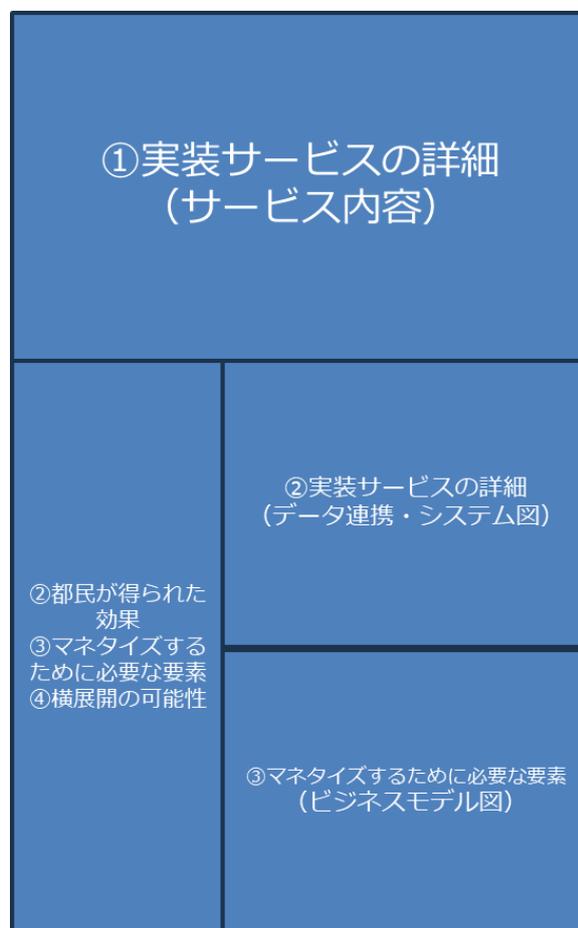


図 4.2.1 各実装サービスの内容

■実装サービス①スマートパス

- ・スマートパスはさまざまな移動手手段のチケットや施設の割引券、飲食のお得なクーポンなどのコンテンツを組み合わせて発行する電子チケット。
- ・2024年度は万葉倶楽部の温浴施設利用と CITABRIA の飲み物無料券、ドコモバイクシェアの利用券、謎解きの紹介を組み合わせたスマートパスを12/5に販売。



万葉倶楽部入浴割引券 + サイタブリア飲物券 + バイクシェア割引券 + 謎解き紹介

■解決する課題

- ・エリア回遊性の向上
- ・地域施設情報の発信
- ・エリア事業者との連携強化

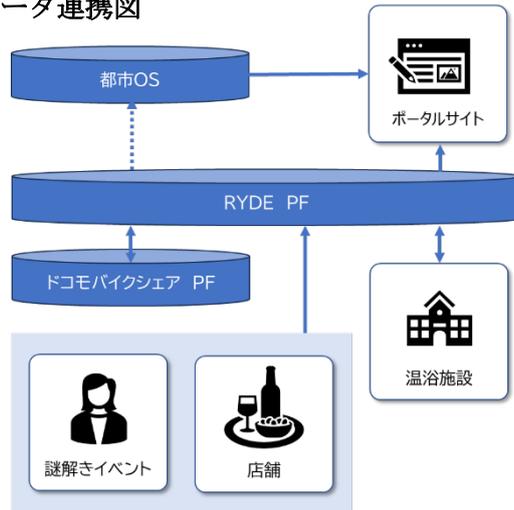
■サービスが提供する価値

- ・施設や移動手手段の利用チケットをワンストップで提供
- ・利用者にとっては割引価格での施設利用、事業者にとっては利用促進につながる

■横展開の可能性

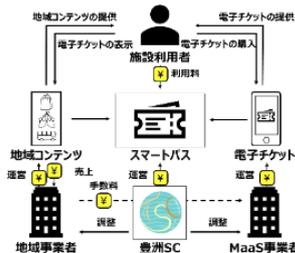
- ・来街者、住民、ワーカーなどあらゆるステークホルダーのニーズに即したスマートパスが考えられ、全国どこでも展開が可能
- ・観光促進、住民向けサブスクのいずれも地域内連携のベースがあるエリアが展開しやすい

■データ連携図



■サービスモデル

さまざまなコンテンツと移動手手段を自由に組み合わせてスマートパス発行による利用料の一部手数料を得るサービスモデル



■実装サービス①スマートパス-周遊コンテンツ「謎解き」

- ・謎解きを通じて豊洲エリアの歴史、まちづくりの流れ、魅力的なスポット等に触れることができる街歩きイベント。
- ・謎解きファン、観光客等に豊洲の魅力を感じてもらい、自ら発信してもらうことでより多くの人々にPRしていく。
- ・コミュニケーションを通じた場所への理解から興味や魅力の発見など、一度体験することによる再訪へとつなげる。
- ・10/19 にリリースし3月14日時点で2500人超の参加。



■解決する課題

- ・来街者が限定スポットに集中し回遊性が不足している
- ・参加型コンテンツ、継続利用サービス、将来的な収益源となるコンテンツが創出できていない

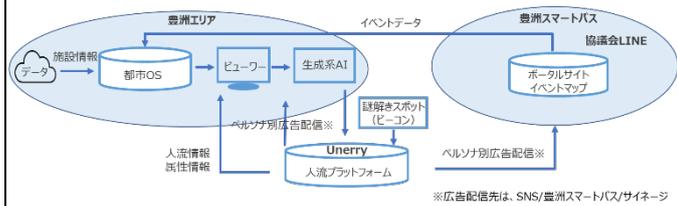
■サービスが提供する価値

- ・豊洲への来訪動機を提供することで豊洲エリアのにぎわいを創出する
- ・特定の商業施設等へ集中している豊洲来訪者に豊洲エリア内での回遊を促す
- ・豊洲の隠れた魅力を発見することで、再訪動機につなげる

■横展開の可能性

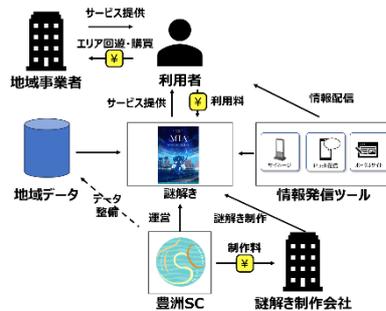
- ・魅力的なコンテンツが点在しているエリアではエリア周遊のきっかけとなる。
- ・他地域との連携や交通機関との連携も考えられ、幅広いエリアでの展開が期待できる

■データ連携図



■サービスモデル

- ・豊洲来訪者のニーズおよび趣味嗜好に合ったコンテンツを配信することにより、収益化につなげる
- ・ターゲット広告配信との連携やスマートパスのコンテンツ化、スマートサービスのコアユーザー獲得への布石としても期待できる



## ■謎解き参加者について

ここでは12月地点での実施結果、アンケート結果（回答数184）等を元に考察を行う。

・12月時点でキットは5,000部ほぼ配布完了し、謎解きLINEには1,900人（家族連れや代表者のみ場合もある）の登録をされ、うち半数強は豊洲エリアをクリア、豊洲エリアをクリアした人のうち半数が臨海エリアをクリアと周遊の効果があり、各施設でも謎解きを行っている様子が多くみられたといった反応があり、参加者及び施設側からも来年度の継続も望まれる声があった。

### ・参加年代について

当初20代、30代をメインのターゲット層と想定していたが、40代、50代のまち歩きを楽しむニーズが当初想定しているよりも大きく、ボリュームゾーンとなって、全体の参加者増につながった。

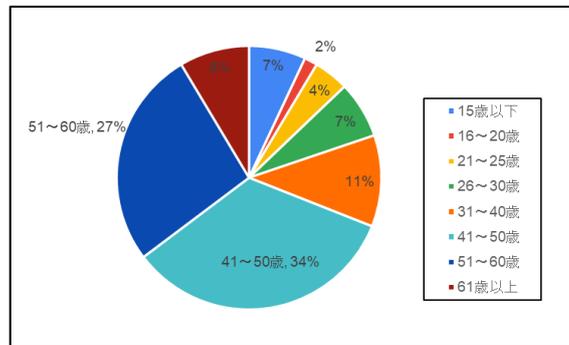


図 謎解きの参加年代

### ・参加者満足度

参加者の満足度は平均で6.9と非常に高かった。自由記述での印象に残った体験として、「産業遺構や、蒸気機関車の存在等新たに知れてよかったです。」や「豊洲ぐるり公園まで歩くのには躊躇ったけど、ここにしか見られない景色があつてよかったです。」等といった本実装サービスの狙いであった豊洲エリアの魅力の発信と回遊性向上を実現できた。

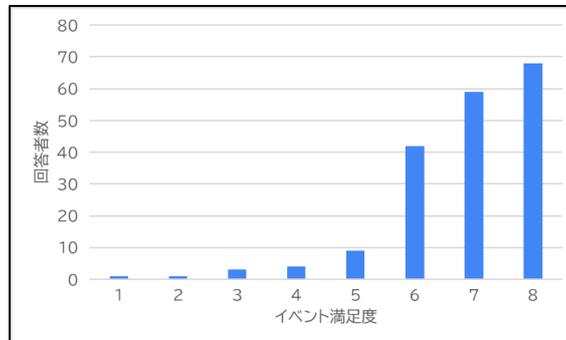


図 イベント満足度

## ■実装サービス②XRジオラマビジョンの活用

XR上にジオラマを構築し、さまざまな情報を重ね合わせて表示し、ジオラマ上にお絵描きや付箋を貼ることで、ワークショップでの議論を加速させるツールサービス



### ■解決する課題

- ・地域情報の発信
- ・エリア回遊性の向上
- ・市民参加型まちづくり参加への心理的&時間的障壁の解消
- ・まちづくりイメージの共有の難しさの解消

### ■サービスが提供する価値

- ・3D空間による感覚的なインプットの促進
- ・自由な視点、自由な書き込みによるワークショップの加速
- まちへの関心度向上、まちづくりへの参加しやすい環境

### ■横展開の可能性

- ・3Dモデルの構築やすでに地域情報がDB化されている地域であれば、横展開をしやすい。また、利用用途も地域に合わせて自由に活用することが可能

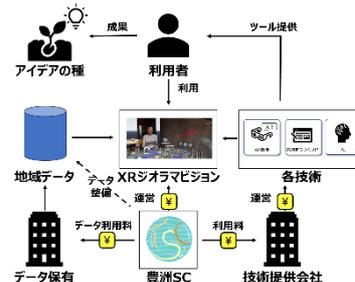
### ■データ連携図

都市モデルに各ワークショップ開催時に必要な情報を選択し、スマートグラス、タブレットに表示。



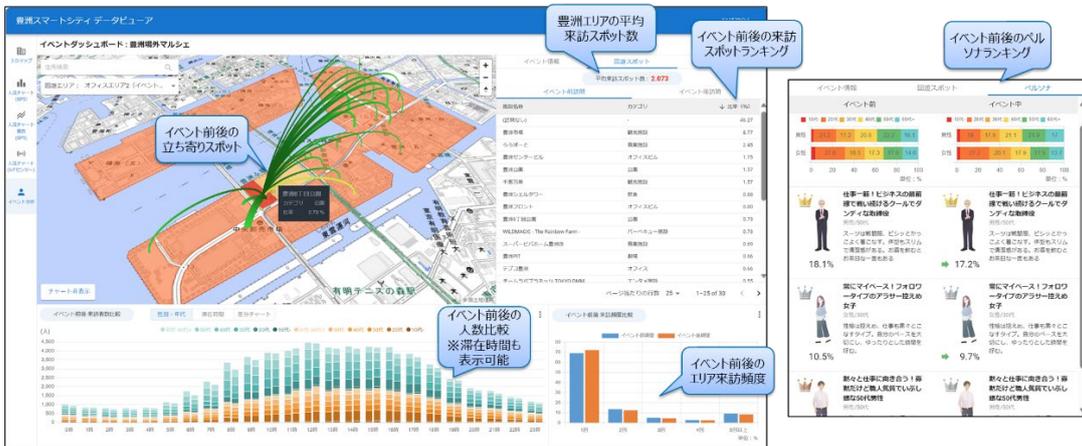
### ■サービスモデル

エリアマネジメントをより加速させるためのツールのため、単体でのマネタイズでなく、ここで生まれたアイデアでの地域活動でのマネタイズ、ツールの横展開でのマネタイズが期待される。



### ■実装サービス③エリア人流解析マーケティング/ターゲティング配信

豊洲来街者の人流データから行動嗜好をペルソナとして分類化し、その結果を踏まえて、効果的なターゲティング広告を行うことで豊洲来街者の行動変容を促すサービス



### ■解決する課題

- ・地域情報配信の効果向上
- ・来街者の高い直帰率、低い回遊性

- ・他エリアとの連携の解消

### ■サービスが提供する価値

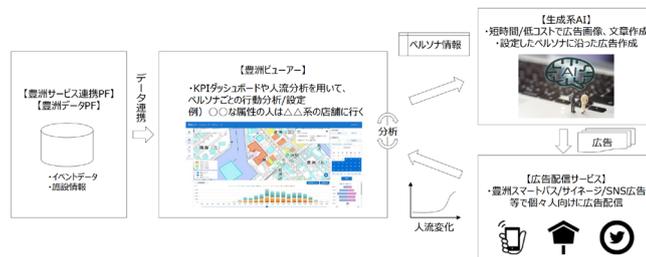
- ・豊洲来街者の行動把握
  - ・費用対効果の高い情報配信
- 豊洲来訪者数、頻度、回遊性をそれぞれ 120%以上向上

### ■横展開の可能性

・イベント情報がデータ化されていれば、それと組み合わせる人流データ等は全国どこでも取得可能なため、他エリアでのサービス展開は可能。ただし、人口が疎なエリアや高齢者の多いエリアはモバイル人流データ自体が少なく、効果は薄くなる可能性あり。

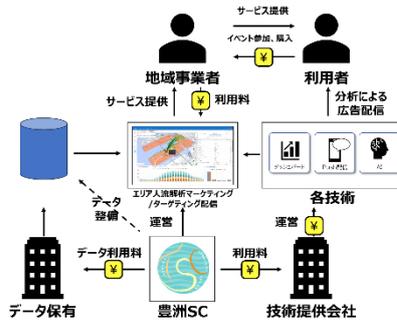
### ■データ連携図

データ PF に収集したイベント情報をモバイルの人流データと掛け合わせて分析。その結果を生成系 AI で配信ターゲットに沿った広告を作成、SNS 等で配信。



### ■サービスモデル

費用対効果の高い情報配信を行うことにより、地域事業者の集客を促進することで利用料（コンサル料含む）を得るサービスモデル



■実装サービス④オウンドチャンネルでの情報発信・サービス連携

(1) 情報発信全般

①LINE 公式アカウント・ポータルサイトの活用

- ・実証・実装サービスのリリースに合わせ、ポータルサイト記事にて LP を作成、連動して LINE メニューを随時更新。
- ・ポータルサイト記事を定期的に追加 (2024 年度で 20 本以上) するとともに LINE 内でメッセージ配信。
- ・SNS 広告に加え、リアルイベント等での告知により LINE 友だち登録者増加 (2023 年 11 月約 600 人→3 月時点約 9700 人)

②リアルイベントへの出展

- ・区民まつりや地域イベントに協議会ブースを出展し、チラシ配布等取り組みを紹介。



■解決する課題

- ・情報発信の不足、協議会の取り組みが認知されていない
- ・ユーザーとの接点が不足、十分にリーチできていない

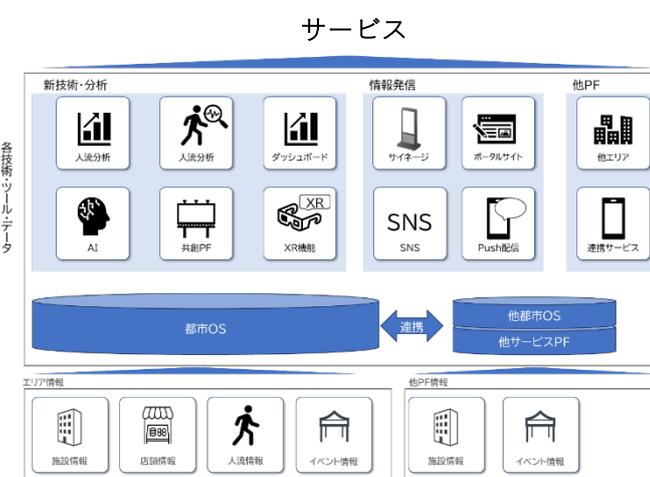
■サービスが提供する価値

- ・LINE により継続的にユーザーとつながることで、タイムリーな情報発信が可能となる
- ・提供サービスがメニュー化され、他のサービスへも誘導可能

■横展開の可能性

- ・全国で 9500 万人のユーザーを抱える LINE を活用することで全国どこでも横展開が可能
- ・LINE のメニュー機能を活かす観点では、複数サービスが展開できるエリアとの相性がよい

■データ連携図



■サービスモデル

既存サービスラインナップをより充実させ、PUSH 通知、SNS・サイネージ連動にて情報発信を行う。ビーコン連動配信など新たなサービスも開発していくことで、ユーザーの満足度向上、コアユーザーの獲得を図る。LINE はあくまでタッチポイントとして利用し個別サービスでの一部課金を想定するが将来的には LINE 会員としてのサブスクモデル課金も検討可能。

■実装サービス④オウンドチャンネルでの情報発信・サービス連携

(2) イベントマップ

・10月中旬以降の豊洲周辺のイベント情報を Palames 社の提供する DOKOIKO マップ上で情報発信、他社の HP 上にも埋め込み情報発信効果を高めた。(10/19 本公開)



豊洲全体のイベント情報 イベント内マップ

■解決する課題

- ・イベント情報の散逸、いつどこで何が行われるのかわからない
- ・イベント主催者や出展者の伝えたい内容が伝わらない

■サービスが提供する価値

- ・多数開催されている豊洲エリアのイベント情報の一元化
- ・イベントの詳細内容の情報発信支援

■横展開の可能性

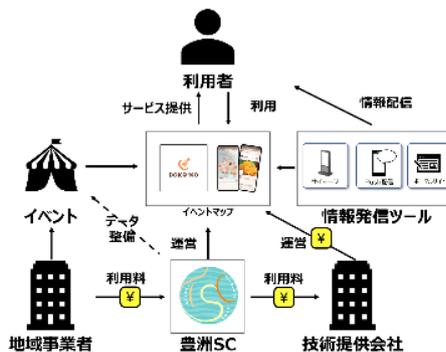
- ・豊洲エリアだけでなく、周辺エリアを合わせて横展開をすることで利用者への利便性向上が期待できる。
- ・出展者は簡易な CMS を通じてイベント主催者や伝えたい詳細内容を入力によって、イベントマップ上のみならずサイネージやポータルサイトで情報発信できる。

■データ連携図



■サービスモデル

・イベント情報を発信したい地域事業者から利用料を得るサービスモデル



### 4.3 取組の工夫

#### ・イベント中心としたサービスの展開

以下の観点からイベント中心としたサービスの展開を行った。

##### ① 豊洲ではイベントがたくさん行われている

豊洲では、公園や公開空地等の水と緑にあふれるオープンスペースが豊富にあり、そこで行われているイベント活動は、地域の人々との接点となる。

##### ② イベントで大きな人流が生まれている

イベントはエリアの中で、イベントの規模にもよるが、数千人の動きが生まれる。そのなかでまちの変化を捉えるにはイベントの状況を把握し、分析を行う必要がある。

##### ③ エリアの人々との接点創出

スマートシティのサービスをイベントの機会に周知、触れてもらい、スマートシティのサービスの提供を行う。

#### ・オフライン、オンラインでのユーザー獲得

2024年8月～2025年3月時点でのユーザー数の手段別の登録者数、ブロック数を図4.3.1に示す。

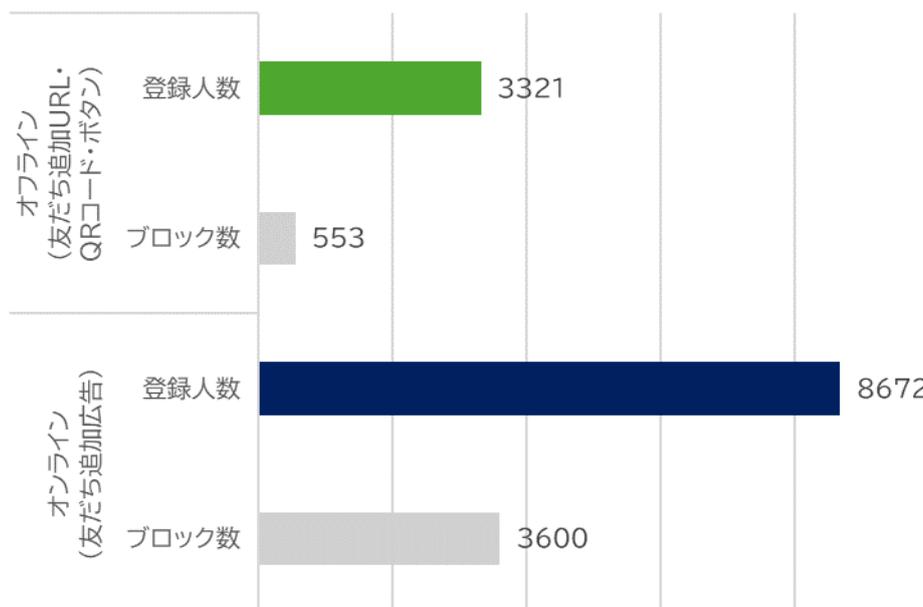


図 4.3.1 LINE 登録者数集計 (2024年8月～2025年3月)

LINE 登録者数増加に向けて、オフラインでのイベントの場等で活動の周知を行い、ユーザー獲得をしている。一方で、イベントの中でリーチできる人数はどうしても限りがあり、登録者数 3,321 人となっている。そこで、SNS を活用したオンラインでのユーザー獲得を行っている。これはターゲット広告で、できるだけ必要な人に情報をとどけ、多くの人数にアプローチが可能であり、登録者数 8,672 人となっている。一方で、登録者数に対するブロック数の割合である離脱率に着目するとはオンラインが約 42%、オフラインが約 17%の方が約 2.5 倍高いという結果が出ている。

今後はオンライン、オフラインどちらか一方が良いということはないが、スマートサービスの性質に合わせて、比重を選択し、LINE 側での Push 配信もセグメント配信などで、ユーザー獲得と離脱の防止を図っていく必要がある。

#### ・データ連携とフロントデザイン

さまざまなデータ連携を行う中で、取り扱うことが難しいのは共通の項目を持ったデータの取り扱いであった。例としてイベント情報をあげる。イベント情報は政府相互運用間フレームワーク (GIF) でパラメータが設定されているがそもそもこれに従っていることが少なく、従っていた場合でもイベント概要等のデータサイズ (字数制限) がそれぞれで異なる部分がある。そのため、単に情報を結合させるだけでは意味がなく、字数が異なる場合の処理が必要であった。もちろん、そのまま結合させることもできるが、その場合、フロント側での受け入れ方を考えていく必要がある。特に情報発信を行う際のフロント側でのデザインは記載文字数にスペース上文字数が限られているため、困難になる。

今後は TDPF 等での共通フォーマット整備や、AI 処理を行うことでデータ連携をよりスムーズになることが望ましいと考える。

#### ・スケジュール管理

豊洲スマートパス発行に際して、中心施設となる千客万来施設との協議、合意取り付けに時間を要し、当初発行予定から遅延した。開業当初の繁忙期の影響や担当者の交代などが主要因であったため協議の遅延はいたしかたないところだが、その影響で臨海部の施設と同様の協議を行う時間が厳しくなった。

エリア連携の要件を満たすために、並行して検討を進めていた謎解き街歩きの企画において臨海部エリアのスポットを活用したエクストラステージを設けることとした。

スマートパス自体では臨海部施設を対象施設にすることができなかったが、スマートパスにも含めた謎解きでは臨海部連携を実現でき、多くの参加者の満足度・評価を得ることとなった。

#### ・コスト管理

コストについては事業期間を通じて超過の可能性はなかった。

- ・リスク管理

スマートパスやイベントマップの取り組みにおいては関係事業者が多く、スケジュール調整が難航して遅延するなどのリスクが顕在化または予測された。

スマートパスについての対応は上述の通りだが、その他のサービスについては、予め10/19の区民まつりイベントをリリースのターゲットにすることを明示し、そこに向けたスケジュール管理を徹底することで予定通り10/19にサービス開始することができた。

- ・ステークホルダー調整

スマートパスでのスケジュール遅延はあったが、以前から地域団体との良好な関係を構築しコミュニケーションができていたのでステークホルダー調整は適切に進められた。

## 5. 今後の予定

本事業によって複数のスマートサービスの実装を行った。各実装サービスについては表 5.1 に 2025 年、2026～2028 で示すようにサービスの機能向上や活用の幅を広げていくことを想定している。

表 5.1 各スマートサービスの取組発展について

取組内容	2025	2026～2028（実装拡大フェーズ）
①豊洲スマートパスの提供	周辺エリア（臨海部）との連携	広域エリア（都、区）との連携
②XRジオラマビジョンの活用	複数分野での地域ワークショップへの活用	周辺エリアを含むワークショップ
③エリア人流解析マーケティング/ターゲティング配信	各種豊洲エリアイベントでのサービス活用 人流分析機能の拡張 更なる広告作成AIの機能向上	他エリアデータとの連携による機能拡大 利用シーン及び利用者の拡大
④オウンドチャンネルでの情報発信・サービス連携	イベント情報の充実 情報発信媒体の拡張	左の活動を継続することで接点拡大

また、各取組を進めている中で、スマートサービスを実施しやすい環境づくりや、新規スマートサービスが生まれる環境づくりが重要と位置づけ、場、道具、仕組みの3つのつくりの考えをもって進めていく。

### 1. 場づくり-地域活動を考える、実現する-

本事業において、イベント中心としたサービスの展開やワークショップの開催を行った。今後は対話・共鳴の場としてのコミュニティセンターの設立やイベントを行える場の提供、地域活動の情報発信の場づくりを行う。

### 2. 道具づくり-活動を支える機能、ツールを提供-

本事業において、都市 OS の拡張、情報発信、最新技術の活用し、より効果的なサービス提供を行った。今後も継続して、活動を支える機能、ツールを提供できるよう、都市 OS の拡張、情報発信、最新技術の活用を行う。

### 3. 仕組みづくり-活動を実現、持続させるエコシステム形成-

本事業において、地域共創 PF を活用して意見収集やを行い、各ステークホルダーとの調整のなかで課題、ニーズといったアイデアの種が生まれた。今後はこの活動で生まれたスマートサービスの種を実現、持続させるエコシステムの形成が必要と考える。その中では、集い、コミュニティが生まれる仕組みづくりや、エリアリソースを活用する仕組みづくり、まさに投資する仕組みづくりの構築を行う。