

〒107-8417 東京都港区赤坂 4-8-18 TEL:03-3475-9382 FAX:03-3475-9419

(21-7)

2009年3月16日

経済産業省2008年度「情報大航海プロジェクト」の実験報告
自由が丘にて、ITを活用した新しい地域活性化サービス「盛り上がりマップ」の効果を実証しました

株式会社東急エージェンシー（本社：東京都港区、社長：五十嵐 正）は、東京急行電鉄株式会社（本社：東京都渋谷区、社長：越村 敏昭）、日本電気株式会社（本社：東京都港区、社長：矢野 薫）、大学共同利用機関法人情報・システム研究機構国立情報学研究所（東京都千代田区、所長：坂内 正夫）と共同で、新しい街づくりを実現するサービス「盛り上がりマップ」を自由が丘駅周辺にて試行し、同サービスによって街を訪れるお客さまの滞在時間や回遊性の向上に効果があることを実証しましたので、別紙のとおりお知らせいたします。

実験概要**【実施場所】** 自由が丘エリア<実験協力店舗：52店>**【実施期間】** 2009年1月17日～2月8日**【実施内容】** ①「盛り上がりマップ」横の端末にPASMOをタッチ。PASMOのIDを活用してモニター登録

②「盛り上がりマップ」を閲覧しお店を検索

③自由が丘を回遊し足跡を残す。（お気に入りのお店にPASMOをタッチ）

④帰宅後、専用ブログに書き込み・閲覧→「盛り上がりマップ」にモニターの行動ログが反映

【各社役割】 東京急行電鉄（全体統括、モデルサービスの有効性に関する分析および評価）

日本電気（無線LAN端末による位置測定技術開発、モデルサービスの有効性に関する分析および評価）

国立情報学研究所（実世界の行動とネット上の行動を統合したユーザ特性推定技術開発、モデルサービスの有効性に関する分析および評価）

東急エージェンシー（サービス企画、コンテンツ開発、モニター管理、モデルサービスの有効性に関する分析および評価）

■ この件に関するお問い合わせ先

株式会社東急エージェンシー

広報部 高橋、西脇

TEL 03-3475-9382

URL www.tokyu-agc.co.jp

2009年3月16日

経済産業省2008年度「情報大航海プロジェクト」の実験報告

自由が丘にて、ITを活用した新しい地域活性化サービス「盛り上がりマップ」の効果を実証しました

東京急行電鉄株式会社

日本電気株式会社

大学共同利用機関法人情報・システム研究機構国立情報学研究所

株式会社東急エージェンシー

東京急行電鉄株式会社（本社：東京都渋谷区、社長：越村 敏昭）は、日本電気株式会社（本社：東京都港区、社長：矢野 薫）、大学共同利用機関法人情報・システム研究機構国立情報学研究所（東京都千代田区、所長：坂内 正夫）、株式会社東急エージェンシー（本社：東京都港区、社長：五十嵐 正）と共同で、新しい街づくりを実現するサービス「盛り上がりマップ」を自由が丘駅周辺にて試行し、同サービスによって街を訪れるお客さまの滞在時間や回遊性の向上に効果があることを実証しました。

本実証実験は、経済産業省2008年度「情報大航海プロジェクト（※1）（モデルサービスの開発と実証）」にて採択された「地域活性化を支えるe空間サービスーぷらっとPlatー（※2）」の一環で、自由が丘商店街振興組合の協力を得て、東京急行電鉄が発行する東急沿線情報誌「SALUS」等で募集したモニター683名と、自由が丘商店街の52店舗が参加しました。

「盛り上がりマップ」とは、街を訪れたモニターの行動や店舗内での様子、感想などを、モニターの携帯電話や各店舗のセンサー端末および専用ブログへの書き込みを通じて収集し、自由が丘駅前に設置されたデジタルサイネージ（大型液晶ディスプレイ）上などに表示するものです。これにより、自由が丘を訪れたお客さまは、商店街各店舗の賑わいなどを、デジタルサイネージ上で知ることが可能になります。

本年1月17日～2月8日までの実験期間では、『盛り上がりマップ』を通じてモニターに新たな気づきや発見を与えることが、街での滞在時間の延長や回遊性の向上に寄与できるか」を中心に、検証を行いました。

その結果、「盛り上がりマップ」稼働の前後で、対象地域におけるモニターの滞在時間の変化を計測したところ、稼働後には、1人あたり平均で約13分長く滞在していることが確認されました。また、モニターに対するアンケートでは、約86%の方が、「盛り上がりマップ」によって街を回遊しやすくなったと回答しました。

これらの結果から、「盛り上がりマップ」の導入により、商店街における滞在時間の延長や来店機会の増加などの効果が期待されます。

今後、東京急行電鉄では、東急線沿線の街をより一層活性化し、魅力を高めるため、「盛り上がりマップ」の沿線内の各商店街などへの導入、展開を検討していきます。

(※1) 情報大航海プロジェクト

インターネット等に蓄積された膨大な情報の中から、必要なときに必要な情報を解析できる情報基盤を実現するために発足された、経済産業省が推進するプロジェクトです。

情報大航海プロジェクトホームページ：<http://www.igvpj.jp/index/>

(※2) 「地域活性化を支えるe空間サービスーぷらっとP l a t e r」は「今だけ、ここだけ、あなただけ」の情報提供を通じて来訪者の新たな行動を誘発し、街の活性化や地域産業の育成に通じた地域型情報産業の新しいモデルの構築を目指したモデルサービスとして採択された事業です。

本実証結果についての詳細は、別紙の通りです。

以上

【お問合せ先】

東京急行電鉄株式会社 社長室 秘書・広報部	矢澤・恩田	電話:03-3477-6086
日本電気株式会社 コーポレートコミュニケーション部	大戸	電話:03-3798-6511
国立情報学研究所 企画推進本部 広報普及チーム	佐久間	電話:03-4212-2131
株式会社東急エージェンシー 社長室 広報部	高橋・西脇	電話:03-3475-9382

【お届け先】

東京急行電鉄株式会社: 国土交通記者会、横浜経済記者クラブ
国立情報学研究所: 文部科学省科学記者クラブ、科学記者会
株式会社東急エージェンシー: 東商記者クラブ

2009年3月16日

情報大航海プロジェクト

地域活性化を支えるe空間サービス ～ぷらっとPlat@自由が丘～



東京急行電鉄株式会社
日本電気株式会社
国立情報学研究所
株式会社東急エージェンシー

【別紙】

実証実験の概要

- * **狙い**：事業者が創り出すその街ならではの独自の経験と、来街者同士で創り出す新たな魅力を源泉として、「街の”鮮度”」を保ち、地域経済活性化を図る。そのために来街者と事業者が協創するプラットフォームをe空間と考え、今年度は街の盛り上がり状況を、自由が丘駅前に設置のデジタルサイネージ（大型ディスプレイ）や専用ブログで確認できる「盛り上がりマップ」サービスの有効性や実効性を検証した。
- * **仮説**：「盛り上がりマップ」からの情報でエリア内の商店やイベント等に対する来街者の関心が高まり、滞在時間が延長される。
- * **体制**：東京急行電鉄株式会社（全体統括）
国立情報学研究所、日本電気株式会社、株式会社東急エージェンシー（サービス開発、実証実験、技術研究・開発）
自由が丘商店街振興組合（協力）
モニター：683人（事前募集210、期間中参加473）、実験参加店舗：センサポスト設置52店舗、サイネージ設置1店舗



【別紙】

実証実験の流れ

- ①「盛り上がりマップ」横の端末にPASMOをタッチ。PASMOのIDを活用してモニター登録します。
 - ②「盛り上がりマップ」を閲覧し、お店を検索します。
 - ③自由が丘を回遊し足跡を残します。（お気に入りのお店のセンサポストにPASMOをタッチ）
 - ④帰宅後、専用ブログに書き込み・閲覧します。
- ⇒「盛り上がりマップ」にモニターの行動ログが反映されます。

自由が丘に来たら……

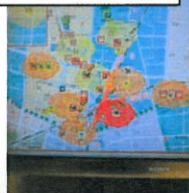
①「盛り上がりマップ」横の端末にタッチ



専用ブログサービス画面



②盛り上がりマップを見ながらお店を検索



色分けされた盛り上がり度

③自由が丘を歩きながらお気に入りのお店でタッチ



盛り上がりマップに表示された
店舗情報



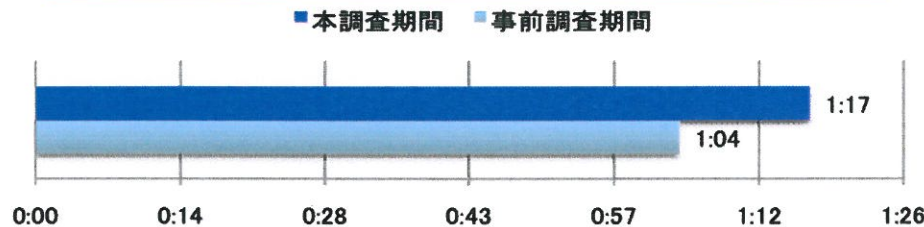
【別紙】

分析・評価内容

①回遊性評価：滞在時間の変化、来街頻度の変化、店舗巡り意向の変化

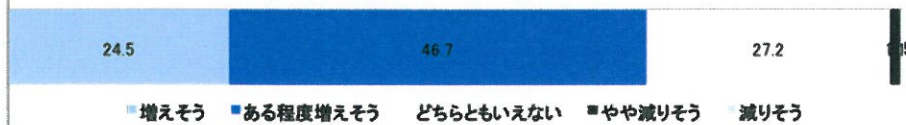
「盛り上がりマップ」稼動前の事前調査期間と、稼動後の本調査期間の比較分析より、自由が丘エリア内での滞在時間の変化を評価した(※)。併せて、モニターに対する事後アンケートにより、本サービスによる自由が丘エリア内での滞在時間、来街頻度、店舗回遊意向の変化を評価した。

本調査期間の滞在時間は平均1時間17分。
事前実験期間中に比べて約13分間伸張。



71%が「今後、自由が丘来街頻度が増えそう」

「ぶらっとPlat@自由が丘」利用による今後の自由が丘来街頻度の変化



86%が「紹介されたお店を巡ってみようという気持ちが高まった」

「ぶらっとPlat@自由が丘」利用による自由が丘エリア内店舗の回遊意向の変化



②収益性評価：商店街組織での今後のサービス導入・活用意向

自由が丘商店街振興組合の副理事長、システム担当の2名に対する本サービスの商店街組織での今後の導入・活用意向に関するヒアリング結果から評価を行った。

<主なコメント>

- ・盛り上がりマップは、イベント感が強く感じられ、商店街の賑わいや盛り上がりにも寄与、利用者も楽しそうであった。
- ・PASMOタッチによる訪店情報など、商店街の中での顧客の動きや行動特性を分析・可視化できることは魅力的で、新たなマーケティング施策として活用したい。
- ・今後の導入については、コスト面での評価はさておき、街の広告メディアとしての導入可能性はある。

(※：滞在時間の変化の評価について)

「盛り上がりマップ」稼動前の事前調査期間(1月17日～1月25日)と、稼動後の本調査期間(1月26日～2月8日)で、自由が丘での滞在時間の変化を比較。

・対象：実験前に募集した210名のモニター

・方法：回遊開始時と終了時に「盛り上がりマップ」横の操作端末にPASMOをタッチして滞在時間を計測。

【別紙】

分析・評価内容

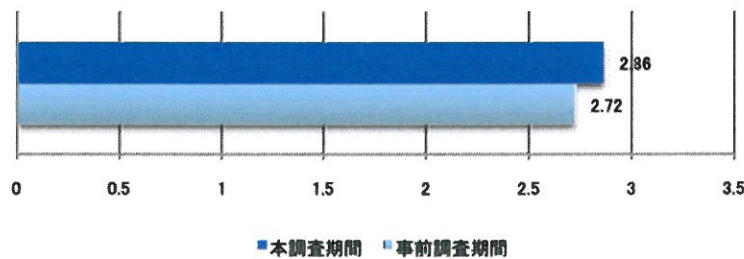
③ 利便性評価: 盛り上がりマップ利用件数、専用ブログ利用件数

実験期間中での参加モニター全数における「盛り上がりマップ(サイネージ)」の利用件数(タッチ数)および専用ブログ利用件数(書き込み件数)をベースに評価を行った。

実験期間参加モニター数 683名
(事前登録210名、現地参加473名)

実験期間中総タッチ数 2050回(サイネージ+店舗)
専用ブログ書き込み件数 1050件

一人当たり平均タッチ数は5%伸張



一人当たり平均タッチ数の事前事後比較

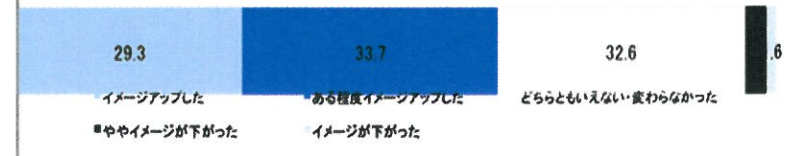


④ 集客力評価: 地域の魅力度やイメージの変化

事後アンケートに基づき、地域の魅力度やイメージがどの程度向上したかを指標として評価を行った。

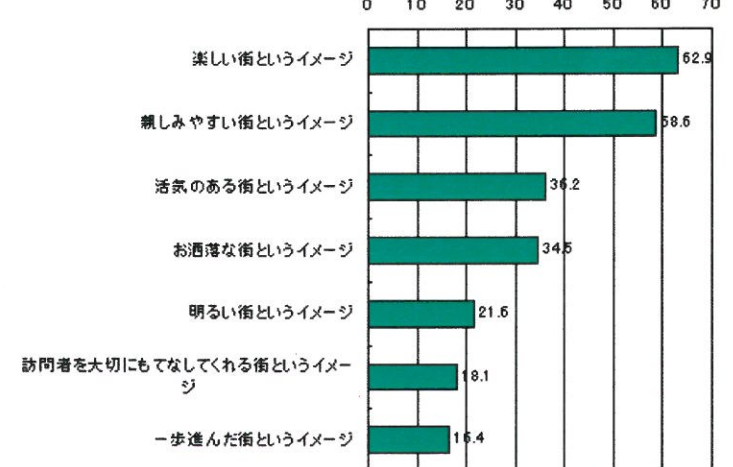
63%が”自由が丘のイメージがアップした”

「ぶらっとPlat@自由が丘」利用による自由が丘に対するイメージ変化



最も多く挙げられたのは「楽しい街というイメージ(63%)」
次いで「親しみやすい街というイメージ(59%)」

「ぶらっとPlat@自由が丘」利用によって強く持った自由が丘イメージ



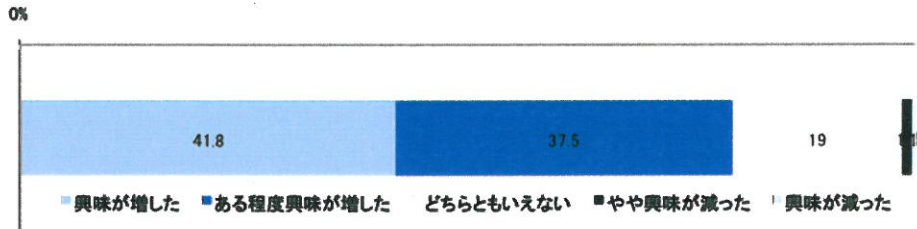
【別紙】

分析・評価内容

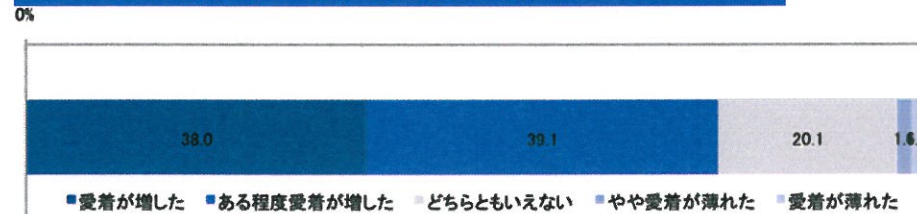
⑤地域性評価：来街者の興味喚起、地域ロイヤリティ変化

事後アンケートに基づき、来街者の自由が丘に対する興味喚起や、自由が丘に対するロイヤリティ変化を指標として評価を行った。

79%が”自由が丘に対する興味が増した”



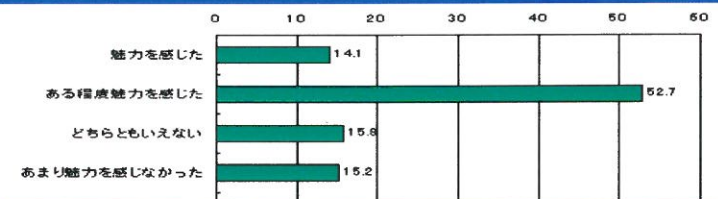
77%が”自由が丘に対する愛着が増した”



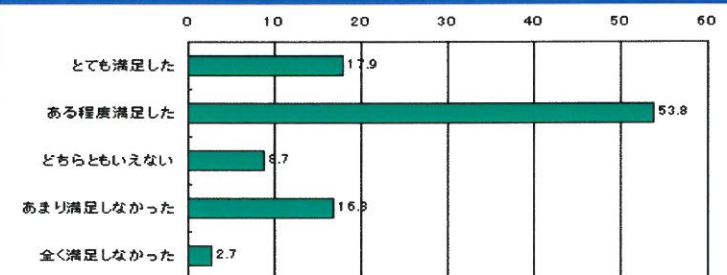
⑥継続性評価：サービス魅力度、利用満足度、今後の利用意向

事後アンケートに基づき、魅力度、利用満足度、今後の利用意向から評価を行った。

67%が”ぷらっとPlat@自由が丘に魅力を感じた”



72%が”ぷらっとPlat@自由が丘に満足した”



82%が”ぷらっとPlat@自由が丘を今後も利用したい”

