

# 大丸有エリアMICE実証事業(大手町・丸の内・有楽町地区 スマートシティコンソーシアム)

## ■都市課題

非日常のポテンシャル向上/MICE来街者のエリアでの滞在・体験価値向上に向けて、MICE関係者間で有効に情報連携・発信する仕組みがない

## ■解決方策

MICE主催者とも連携し、会場周辺エリアの情報発信として、デジタルエリアマップ等を通じた発信方法・仕組みの有効性を検証

## ■KPI

MICEサービス利用者からの満足度50%以上

## ■実証実験の概要・目的

MICE主催者や観光地域づくり法人(DMO)と連携し、MICE会場から周辺エリアへしみ出し・エリアを味わい尽くしてもらうための来街者向け情報発信の在り方検証を実施。エリアに散在するデータを収集、MICE来街者の属性・志向を考慮したコンテンツ選定等を行い、都市OS機能を活用し適切な情報を発信。

## ■実証実験の内容

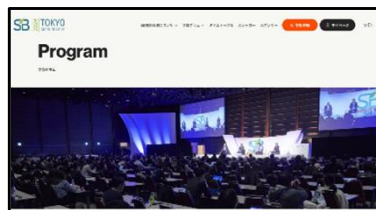
### エリアの魅力が伝わるMAP

既存のエリアデジタルマップをベースにデザインをデフォルメ、MICE関連コンテンツを重畳



### エリアコンテンツ発信用webサイト

MICE会場周辺で実施されているイベント等のエリアコンテンツを発信するためのwebサイトを構築



検証③ではMICEの公式HPにて会場周辺エリアMAPとして採用された他、公式配布物等も通じて情報を発信



当地区で開催されたMICEと連携し、MICE来街者に向けた周辺エリア情報の発信方法について上記構築物の有効性を検証。

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

■検証②：第77回日本臨床眼科学会：2023/10/6～9

■検証③：サステナブル・ブランド国際会議 2024東京・丸の内：2024/2/21～22

検証①でのエリアコンテンツ発信用webサイトのログ分析結果からマップでの情報発信可能性を見出し、以降検証②・③ではマップを活用した情報発信を強化。

⇒アンケートを通じて満足度・評価を調査

## ■実証実験で得られた成果・知見

### 【成果】

- デジタルマップへの利用者満足度 **《85%》** (KPI：50%以上を達成)
- マップの印象としても「楽しく見ることができる」という回答が多く、当初のコンセプトを達成



### 【知見】

検証①	・エリアコンテンツ発信手法としてはマップが有効であることを確認。 ・学会HPでも周辺エリア情報についての特集があったほか、他特集webサイトが存在。情報分散により発信効果が低迷。
検証②	・マップデザインの刷新とMICE主催者と連携した掲載コンテンツ収集を実施。 ・主催側との連携した情報発信チャンネルが限定的となり、閲覧数が低迷。
検証③	・主催側との連携強化により、情報発信チャンネルを拡大（公式HP内のマップとして採用・会場配布物や広報誌にも掲載）し、閲覧数を増加 ・アンケートでも十分な回答数を確保し、KPI：満足度85%を達成

## ■今後の予定

MICE来街者に対するデジタルマップを介したエリアコンテンツの発信については有効性を確認できたことから、情報発信の体制構築・仕組み化・重畳コンテンツの収集工数削減等の課題に対応しつつ、都市運営の高度化やMICEエリア来訪者の満足度向上の実現を目指し、取り組みを継続する。