

令和5年度 愛知県スマートシティモデル事業

リアル空間 & 仮想空間の回遊促進事業

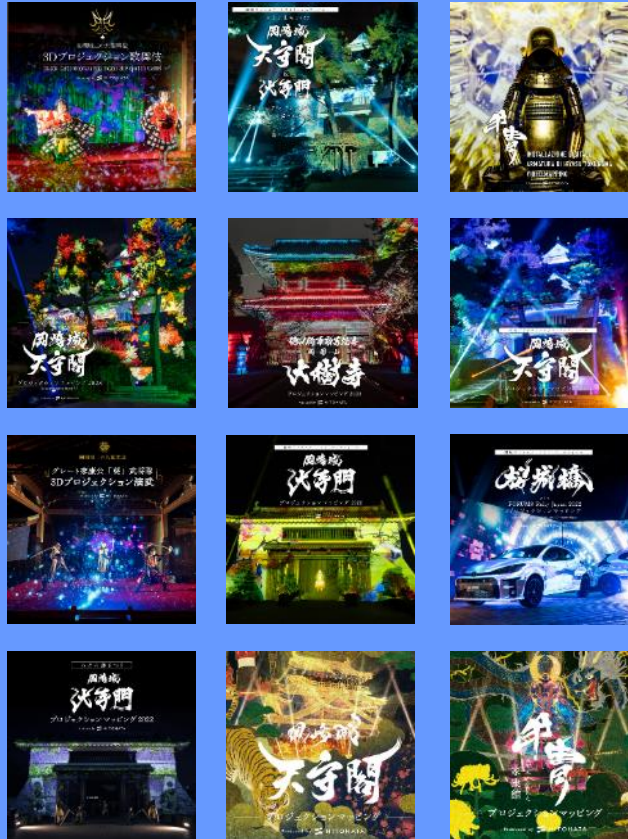
岡崎スマートコミュニティ推進協議会
(岡崎市 株式会社一旗 西日本電信電話株式会社)

1 背景・目的

都市再生に向けた まちなかウォークブル推進



貴重な文化資源の デジタル保存・活用



大河ドラマ館効果の まちなか波及



スマートシティ事業推進による課題解決の加速

2 「コンソーシアム設立」から「実証内容検討」へ

R2 SDGs未来都市
(ナイトタイムエコノミー推進)

内閣府



R3 既存観光拠点の再生・
高付加価値化推進事業

観光庁・文化庁

プロジェクト
シモンマップ
ング



AR
ゴーグル



コスプレ



ツアー
造成



R4 「日本博」岡崎
デジタルアートナイトフェスティバル

文化庁



メタバースを活用した文化観光の
DX推進に関する連携協定を締結



岡崎市、一旗、NTT西日本



徳川将軍家菩提寺成道山「大樹寺」

♡ 2 8378



岡崎城1645 EVOLUTION 天守閣・本丸

♡ 5 4978

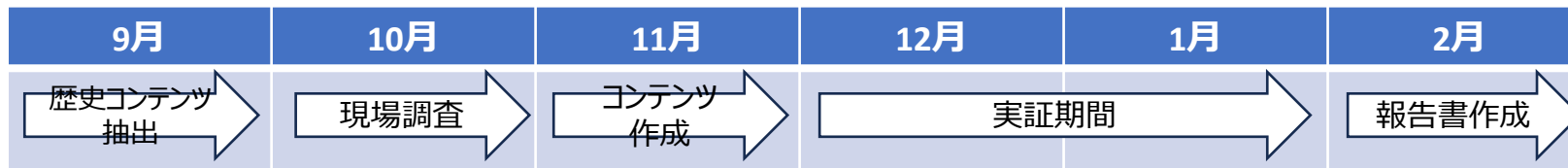
前頁を踏まえ回遊促進の実証事業を構築

3 実証実験の概要

リアル空間 & 仮想空間の回遊促進事業



- 【リアル空間】
- AR現場表示回数 **1034回**
 - 体験人数 **254人**
- 【仮想空間】
- 体験人数 **422人**
 - ECサイト波及人数 **263人**



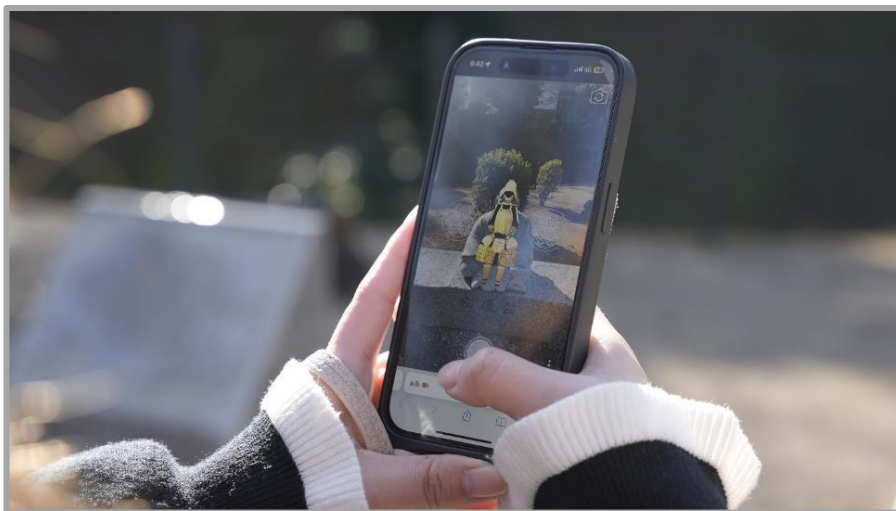
予め設定した現場の特徴的な構造物をスマホカメラで読み取ると動くARが出現



NTT「DOOR」に公開した岡崎城1645 EVOLUTION 天守閣・本丸に岡崎市ECサイトの看板が出現



上記と同様に、歴史コンテンツが5箇所で見覧可能



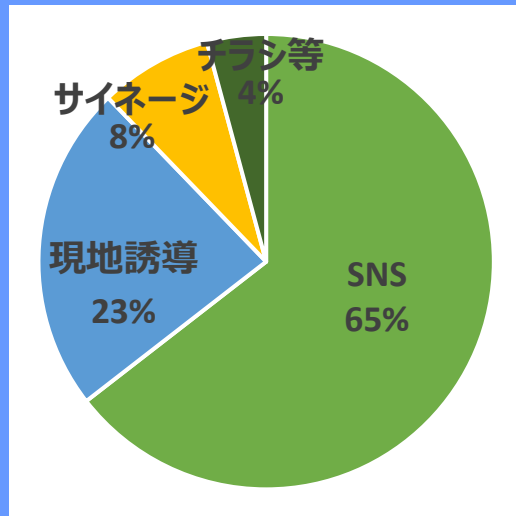
NTT「DOOR」に公開した岡崎城1645 EVOLUTION 天守閣・七間門にも岡崎市ECサイトの看板が出現



4 実証実験の成果と知見

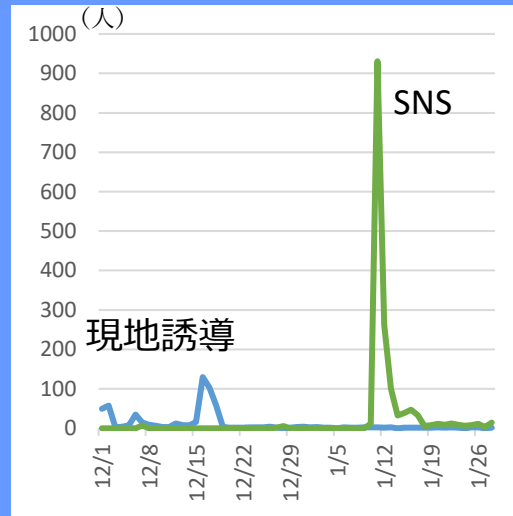
【流入元解析】

流入元QR使い分けで
流入経路把握

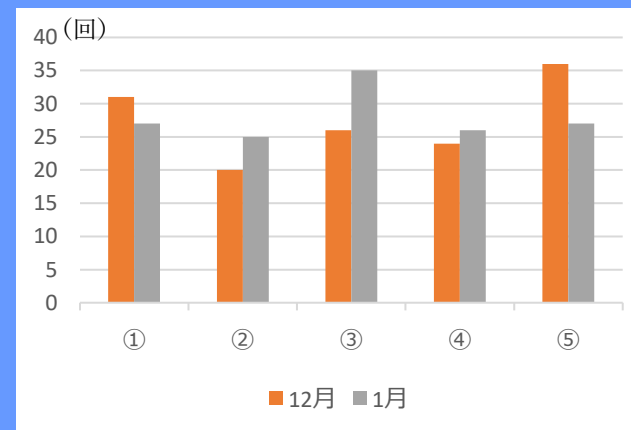


- デジタルイベントは、デジタルによる情報発信（SNS発信）の相性が良い。
- SNS発信は「高効果 & 低コスト」だが、効果の持続は1週間程度のため発信頻度に工夫が必要

SNS・現地の
日別アクセス解析



【スポット別AR再生数】



- ①と⑤は近いので再生が多い。
- ②は外れにあるため少ない。
- 1月は③が多い。

詳しくは。。。

6 事業総括と今後の展望

【事業総括】

本事業が実証実験であることを踏まえ、同様の事業を行う場合の留意点を、本市反省点と合わせて下表に記載

公民連携	市課題をよく理解する仲間と構築
回遊ルート設定	まちづくり部局の設定に上乘せ
スポット設計	離脱を防ぐためスポット間の距離に注意
ツール選択	ネイティブアプリでない手軽さ
ストーリー	時勢に沿ったストーリー構築
素材集め	ストーリーに合った素材を用意
関係課協力	1 担当課の単独の取組みにならない配慮
情報発信	デジタル施策はデジタル発信の相性よし
事後分析	データ取得は意外と困難 事後分析を念頭に事業構築が必要

【今後の展望】

□ AR事業の展開

本実証による有効性の確認を踏まえ、R6年度当初予算にてAR事業の実装を予算化

大河ドラマ終了後も歴史文脈でまちづくりを進めるため、左記事業総括に留意して事業実施の予定

□ スマート事業全体の展開

都市密度データ活用の拡張により都市経営を高度化

- ・ 機器制御
- ・ 見せる化
- ・ 改善改革
- ・ オープンデータ化