

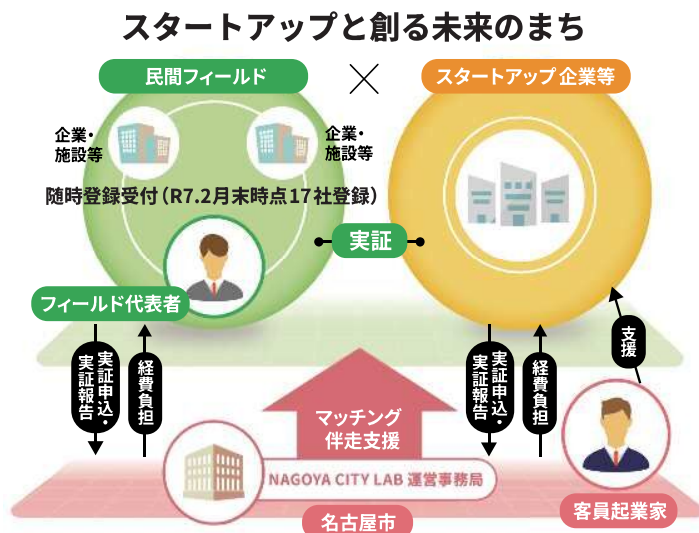
スタートアップと創る未来のまち

なごやまちなか実証

NAGOYA CITY LAB

→ NAGOYA CITY LAB 事業概要

事業スキーム



支援メニュー

- 実証費用の補助(実証経費に対する支援金の支払い)
※民間フィールド50万円、実証事業者250万円
- 実証計画策定・推進に係る専門的アドバイスの提供
- 事業拡大や成長を見据えたアドバイスの提供

実証実施への4ステップ

- | STEP | 期間 | 内容 |
|---------|---------|-------------------------|
| STEP 01 | 6~7月 | 提案内容の精緻化・民間フィールドとのマッチング |
| STEP 02 | 8月上旬~中旬 | スタートアップ等の採択 |
| STEP 03 | 9月~2月下旬 | 実証の実施 |
| STEP 04 | 3月 | 成果報告 |

→ R6年度実証プロジェクトレポート

→ ナディアパーク デザイン都市・名古屋のシンボルとして官民連携により整備された、高層の複合商業施設



イクスアール株式会社

実証事業者

イクスアール株式会社

実証プロジェクト名

MRアプリを活用した防災訓練プロジェクト

実証内容

GPSでは取得困難な屋内位置情報をMRゴーグルの空間認識技術を使って取得し、火災発生や煙の充満、スプリンクラーの作動など、現実で再現が難しい災害発生時の様子をMRゴーグル上に表示する「防災訓練 MRアプリケーション」を開発。体験会を通じて、より緊迫感のある効果的な避難訓練が実施可能か、MRゴーグルの操作性、システムの精度・安定性を検証。

検証成果

体験者アンケートの結果、MRアプリを使った訓練に対しては93.3%が「効果的」「とても効果的」と回答。MRアプリの緊迫感については96.7%が「リアル」「とてもリアル」と回答。MRアプリケーションにより緊迫感のある効果的な避難訓練が実施できることが実証できた。一方で、ヘッドセットの重さや眼鏡との併用による不快感、空間アンカーのズレが生じる技術的課題も明らかになった。

今後の展望

ホテルでの避難誘導、消防との連携による図上訓練体験、防災イベントでのスポット利用を想定。また同アプリの「屋内位置情報を取得して指定の位置に3Dモデルを配置させる」技術を使った屋内MRガイドアプリとしての展開も視野に入れて、技術検証と市場調査を進める。



MR避難訓練体験会の様子



災害時の様子をMRで表現



実証で使用した機材

→ なごや寺町エリア

東別院から西別院のエリアが対象となり、神社仏閣と門前町商店街や橘町大木戸跡がある



実証事業者

株式会社 palan

実証プロジェクト名

ARコンテンツ販賣創出プロジェクト

実証内容

AR作成サービス「palanAR」を用い、歴史的な要素やキャラクターを用いた観光周遊デジタルマップとAIによるガイドARコンテンツ、及び最新のXRデバイスによるコンテンツを地域のイベントで提供し、販賣やユーザーからのマネタイズを創出できるかを検証。

検証成果

2日間のイベントで、デジタルマップとARコンテンツは216名に体験頂いた。デジタルマップは外国人をターゲットとしていたが集客に課題があり、マネタイズには至らなかったものの、AIの精度やUX面など改善点が見つかった。一方で、Apple Vision Pro等のXRデバイスの体験コンテンツは満足度も高く(96%)、今後の事業化へのステップに繋がった。

今後の展望

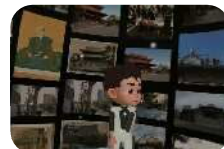
ARデジタルマップの利便性や体験価値を検証することができた為、本実証を経て既に他自治体などへの事業化に繋げることが出来ている。外国人集客に向けた課題は他事業者と連携する等で解決していく。またXRデバイスによるコンテンツはオペレーションコストの問題を解決しながら、パッケージ化し施設や自治体に今後提供していく。



AIガイドによるARコンテンツ



XRデバイスによる体験の様子



XRデバイスによるARコンテンツ

主催 名古屋市経済局イノベーション推進部
スタートアップ支援課

E-mail a3046@keizai.city.nagoya.lg.jp

問い合わせ先 NAGOYA CITY LAB 運営事務局

E-mail nagoya-machinaka@tohmatu.co.jp

URL https://nagoya-city-lab.jp/



CENTRAL JAPAN
NAGOYA CITY LAB



Spacewasp

実証事業者

株式会社 Spacewasp

実証プロジェクト名

サステナブル内装市場形成プロジェクト

実証内容

植物由来樹脂を用いたサステナブルな小空間（半個室部屋）を、同施設のレストラン内に設置し、来訪者に対してサステナブルな内装の購入についてアンケートを実施することで、サステナブルな内装に対する個人のニーズがあるか、市場を形成できるかを検証。

検証成果

1ヶ月で、51件の回答が集まった。回答者の属性は、学生6割、会社員3割、その他1割である。その中でも学生を中心に以下設問に対する肯定的な回答割合が高く、これらの結果から、個人向け、特に若年層に対してはサステナブルな内装に対する一定程度の購買ニーズがあることが推測された。
・サステナブルなものを買うことに興味がある＝59.1%
・弊社の内装を欲しいと思った＝はい、もしくはそれに類する回答(70.7%)

今後の展望

若年層への興味付けができることで、プロダクトの拡散効果が見込め、個人向けの市場を形成できる想定ができたのは非常に有意義である。また、空間のテイストとしては、ナチュラルな空間を望む比率が高いこともわかり、今後のプロダクト開発に大きく寄与する想定である。



半個室ブース①



半個室ブース②



自動製造システムの図



実証事業者

株式会社 Tokai Innovation Institute

実証プロジェクト名

“仕掛け”回遊創出プロジェクト

実証内容

大学の先端研究である仕掛け学を用いた「ついにしたくなる」仕掛け装置を複合的に活用した人流ソリューションが、利用者の行動変容の促進や人流増加等に繋がるかの検証。

検証成果

約2.5ヶ月の実証で2種類の仕掛け装置を用い、人流の変化を観察した。仕掛け1単独で階段利用率が約9%、仕掛け2追加で約12%向上した。プレスリリース後には、増加の観察されなかったエスカレーターの利用率が約25%向上した。アンケートの結果、仕掛けの面白さが4.6点/5.0点で、101名中100名が移動意欲を感じたと回答。遊び心による行動変容が確認された。一方で、仕掛け提示についての評価手法や人流促進の目的との整合性における課題が抽出された。

今後の展望

今後のサービス化に向けて、所有する仕掛け装置の数・組み合わせのバリエーションを拡充し、利用者の持続的な行動変容を目指す。またフィールド側の要望により柔軟かつ迅速に対応できる体制を検討し、ビジネスモデルの検証を引き続き進める。



大学知の社会実装スキーム図



試験設置中の様子(仕掛け1)



試験設置中の様子(仕掛け2)

REMARE

実証事業者

株式会社 REMARE

実証プロジェクト名

廃棄プラスチック回収・再生プロジェクト

実証内容

同社独自技術により成型した廃プラスチック再生素材によるサイネージ付きプラスチック製品回収ボックスを喫茶店「喫茶七番」に設置するとともに、それらを原料としたアップサイクル製品を同店舗にて販売することで、来訪者のリサイクルに係る行動変容に寄与するかを検証。

検証成果

約1ヶ月の実証期間で45L袋2袋分のペットボトルの回収に成功した。時間経過による回収量の増加と来店客17名のアンケート結果より、リサイクルに係る行動変容も十分に促進されることが明らかになった。アンケートでは回収ボックスの視認によってリサイクル意識が高まったという回答が多く見られた。また回収してほしいプラスチックとしてビニール袋を、回収ボックスの設置先の候補としてコンビニを望む回答が最も多かった。

今後の展望

回収ボックスの設置場所を変更しながら回収量を測定し、回収効率が高くなる設置場所の特徴を探索する。加えてコンビニ等のスペースが限られる設置場所のためにサイズを小さくする他、回収促進に向けたシステムの構築等を模索する。



実証スキーム図



回収ボックス設置時の様子



アップサイクル製品の販売の様子



実証事業者

株式会社 ユーリア

実証プロジェクト名

検査キットを活用した健康増進プロジェクト

実証内容

同社の即時尿検査キット「Yuurea」を円頓寺商店街にて配布し、検査結果に応じた対象店舗で利用可能なクーポンを配布することで、利用者の健康状態改善を図るとともに、同サービスの配布とクーポン配布の連携が同サービスの利用促進や店舗への再来訪促進につながるかを検証。

検証成果

12月の土日計5日間、イベント形式で検査キットの無料配布と検査結果を持ってきた方に対してクーポン配布を実施。トータルで検査キットの配布数336枚に対し検査の実施率は19%となった。また検査結果に応じたクーポンをトータル174枚配布し、利用率は31%となった。初回検査を実施いただくハードルが高いものの、検査まで実施していただいた方の多くはクーポンの引換から利用まで行っていたことが分かった。

今後の展望

実際に検査キットを配布して、検査キットを受け取った方であっても検査を実施するまでにハードルがあることが今回の実証で分かった。検査を実施してもらうための動機付けや、デジタルでのクーポン配布を行うなど配布方法の内容の見直しを検討し、継続性のあるビジネスモデルにするための検証を引き続き進める。



実証実験のフロー



検査の実施イメージ



イベントの様子