

→ 名鉄瀬戸線沿線 エリア

栄町駅から瀬戸市に伸長する名鉄瀬戸線のうち、名古屋の中心地に近い栄町駅～大森・金城学院前駅までの沿線及び周辺の商業施設や名鉄グループが保有する複数のアセットが本事業の対象フィールドとなります。沿線主要駅の1日あたり利用者数の平均（2019年）は、栄町駅で約42,000人、大曽根駅で約35,000人など。

IDEA *able works*

実証事業者

株式会社IDEABLE WORKS

実証プロジェクト名

瀬戸線沿線アートギャラリー化プロジェクト

実証内容

コンテンツ配信型壁面ギャラリーサービス「2.5GALLERY」を活用して名鉄瀬戸線のアセットをギャラリープラットフォーム化することで作品等の販売に繋がるか、協賛企業の獲得等の新たなビジネスモデルを構築できるかの検証

検証項目

鉄道会社のアセットを活用したギャラリープラットフォームの収益性、ギャリープラットフォームを基盤としたビジネスプランの妥当性

実証成果

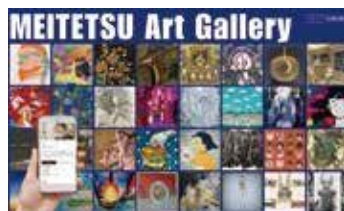
1日約10万人の乗降客が利用する駅構内がギャラリーとなり、予想を超える作品へのリーチ（総数3万を超える人気投票）を獲得し、ギャラリーとしての運用可能性を確認した。一方で、作品の販売に対しては十分な成果を得ることが難しく、展開する場所の特徴に合わせたギャラリー運営を検討する必要がある事が判明した。



駅構内に設置した2.5GALLERYの様子



コンテスト入選作品の車内掲示の様子



コンテストエントリーアート作品

今後の展開

新たな協賛企業を持つ特徴を活かしたギャラリープラットフォームを継続展開するにあたり、そこで実施できるイベント等の企画コンテンツを開発する必要がある。また、実施するためのスキームとビジネスモデルの検討を継続して進める。

artkake

実証事業者

株式会社artkake

実証プロジェクト名

瀬戸線沿線アートギャラリー化プロジェクト

実証内容

名鉄瀬戸線の駅構内やSAKUMACHI商店街での若手アーティストの作品展示が沿線利用者の来訪動機に繋がるか、アートシェアプラットフォーム「Enushi」におけるアート共同保有に対するニーズと顧客属性の検証

検証項目

「Enushi」の市場性、「Enushi」登録者やオーナー権購入者の属性と嗜好性

実証成果

オーナー権購入者の属性として、「アーティストと友人関係にある」或いは「SNSをフォローしている」という特徴があり、Enushiにアーティストを応援したいという動機で登録した人が8割以上を占めた。今回の実証期間を通してオーナー権が計88口、11人に購入され、ビジネスモデルの一定の市場性を確認した。



SAKUMACHI商店街での展示の様子 (1)



SAKUMACHI商店街での展示の様子 (2)



Enushiアプリのインターフェース例

今後の展開

ユーザー獲得に向けて、アーティストとファンが双方向でやりとりできるように、いいね機能やコメント機能の拡充を図る。また、登録画面からの登録までの遷移率が下がることから、登録のハードルを下げる検討を進める。

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

→ 実証プロジェクトレポート

— スタートアップ等が社会実証を推進できる環境をまちなかに整備し、先進技術の社会実装を促進することで、まちなかで社会実証が活発に行われる「世界の実証実験都市なごや」を目指し、2023 年度になごやまちなか実証「NAGOYA CITY LAB」において実施した 6 つの実証プロジェクトの成果を報告します。

那古屋エリア

海床ロボット
UMIDOKO
ROBOT



XXADE
X Transformation by Autonomous Drive Enabler



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室

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



名古屋錦二丁目エリア

DATAFLUCT



Sonoligo TOPPAN



問い合わせ先

NAGOYA CITY LAB 運営事務局

E-mail
jpngp0000007871@tohmatu.co.jp

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

名鉄瀬戸線沿線エリア

IDEA *able works*



artkake



CENTRAL JAPAN
NAGOYA CITY LAB



→ なごの 那古野エリア

古き良き下町情緒と新しい文化が融合したエリアで、名古屋駅および名古屋城から約1kmと、両拠点のほぼ中間地点に位置し、民泊需要を基点としたインバウンドの来訪者も比較的多く存在します。

海床ロボット
UMIDROK
ROBOT

実証事業者

海床ロボットコンソーシアム

実証プロジェクト名

堀川水上交通自動化プロジェクト

実証内容

限定された川幅で水位が時間帯によって変化する堀川における水上自動運転ロボット「海床ロボット」を活用した自動運転可否、海床ロボット上での円頓寺商店街の飲食店舗提供メニューやガイドによるまち案内に対するニーズの検証

検証項目

利用者のユーザビリティと満足度、運用事業者のユーザビリティ、既存マニュアルの実用性と汎用性、河川航行リスク要因

実証成果

「2日間18便83名が参加。参加者の53.6%が海床ロボットの乗船体験があることで那古野エリアへの来訪を周囲に勧めると回答し、導入ターゲットとなる事業者は操作性、スムーズな発着を評価した。一方で、水深の浅さに起因する運航障害2件、GPSに起因する障害1件が発生し、雨天航行時の乗り心地に係る課題も抽出された。

今後の展開

エリアの価値向上への貢献度は判明したが、河川での社会実装には解決すべき課題が多く今後も実証を重ねる必要がある。また市民が水面にアクセスしやすい環境整備（水深などの河川データ、バリアフリー棧橋など）も並行して求められる。



海床ロボットに対する取材の様子



海床ロボット乗船時の様子



海床ロボット上での飲食提供の様子

XXADE
X Transformation by Autonomous Drive Enabler

実証事業者

株式会社エクセイド

実証プロジェクト名

那古野パーソナルモビリティ自動運転プロジェクト

実証内容

自動運転システムADENUを搭載したパーソナルモビリティ（PM）に対する利用者ニーズと走行中の歩行者への影響、乗り捨て型パーソナルモビリティの導入がエリア内の回遊性促進や来訪者の満足度向上に寄与するかの検証

検証項目

利用者のユーザビリティと満足度、来訪者の満足度

実証成果

歩行者や自転車等が走る円頓寺商店街アーケード下にて自動運転PMは問題なく自動走行できた。自動運転PM利用者35名、乗り捨て型PM利用者計62名のヒアリング調査結果から、回答者の約65%が当エリアでのモビリティ利用意向を示し、利用時の支払い意思額は約63%が100～200円／回である事を確認した。

今後の展開

自動運転や乗り捨て型に対する乗車満足度は良かったが、「まだ歩けるから大丈夫」など気軽に乗車してもらえる工夫が必要であることも確認でき、日常生活と観光など利用目的に応じた機能やデザインを検討していく方針である。



自動運転PM



自動運転PM走行時の様子



自動運転PMに対する取材の様子

→ 名古屋錦二丁目 エリア

名古屋駅と栄駅の中間地点に位置し、マンション建設等が進みビジネス地区から都心の職住融合地区へと変貌を遂げている最中のエリア。これまで約20年に亘るまちづくり活動を地域一体となり取り組んでおり、近年エリアマネジメント体制を立ち上げ、企業・地縁組織・行政・大学等との連携を推進しています。

DATAFLUCT

実証事業者

株式会社DATAFLUCT

実証プロジェクト名

錦二丁目脱炭素リーディングプロジェクト

実証内容

環境コミュニティ型プラットフォーム「becoz challenge」を活用したエコなアクションのCO₂削減量可視化とアクションを通じて提供するクーポンが、脱炭素アクションの促進や消費行動促進等に繋がるかの検証

検証項目

利用者のユーザビリティ、クーポン発行の有用性、クーポン提供事業者の参画条件、協賛獲得条件

実証成果

約1.5ヶ月の実証期間で127名の参加者により約174kgのCO₂排出量を削減、参加者へのクーポン発行にあたり4事業者からの協力を獲得。クーポン利用については20枚程度を達成したものの、利用促進の観点における課題が抽出された。協賛獲得について整理する中でビジネスモデルの仮説を整理した。

今後の展開

サービスについて今後アプリ化（現在はWEB形式）することで参加者の継続率・UI/UXの向上を図る。またブランド効果だけでなく物が売れる・コストが下がる等の継続性のあるビジネスモデルの検証を引き続き進める。



becozチャレンジスキーム図



エコなアクション登録時の様子



ポイントで参加可能な街歩きツアーの様子

Sonoligo
TOPPAN

実証事業者

株式会社Sonoligo、TOPPAN株式会社

実証プロジェクト名

子どもたちの文化交流拠点 in 錦二丁目プロジェクト

実証内容

子ども個性診断サービス「コノコテラス」の診断結果に基づいた物販の実施や「Sonoligo Future」での文化体験機会の提供がエリアへの来訪促進に寄与するか、協賛企業の獲得に繋がるビジネスモデル構築に繋がるかの検証

検証項目

Sonoligo Futureに対する協賛獲得数、Sonoligo Futureの特定地域との連携による新規会員獲得、コノコテラスの利用者実績

実証成果

新たな協賛やコンテンツ案件を複数社から獲得した。また、名古屋市の子ども達ヘテラスを配布し、Sonoligo Futureに対して約9,000名の応募、コノコテラスに対して91名の利用実績が得られた。また、Sonoligo Futureとコノコテラスを連携した子ども向けのイベントに、40名の親子の参加があった。

今後の展開

実証成果を基に、Sonoligo Futureの協賛獲得に向け、TOPPAN株式会社と協力を継続する。SonoligoFutureとコノコテラスの連携を継続し、WEB上での診断結果を基にイベントレコメンドの価値を検証する。



Sonoligo Future上での連携の様子



コノコテラス利用時の様子



子ども向けイベントの様子