

## 東京都産野菜の地産地消促進プロジェクト

### 【実施主体】

アールイー株式会社、株式会社でいたらぼ、株式会社大治、一般社団法人東京野菜普及協会  
公益財団法人流通経済研究所、一般社団法人スマートフードチェーン推進機構、株式会社ITS  
リット・ジャポン株式会社

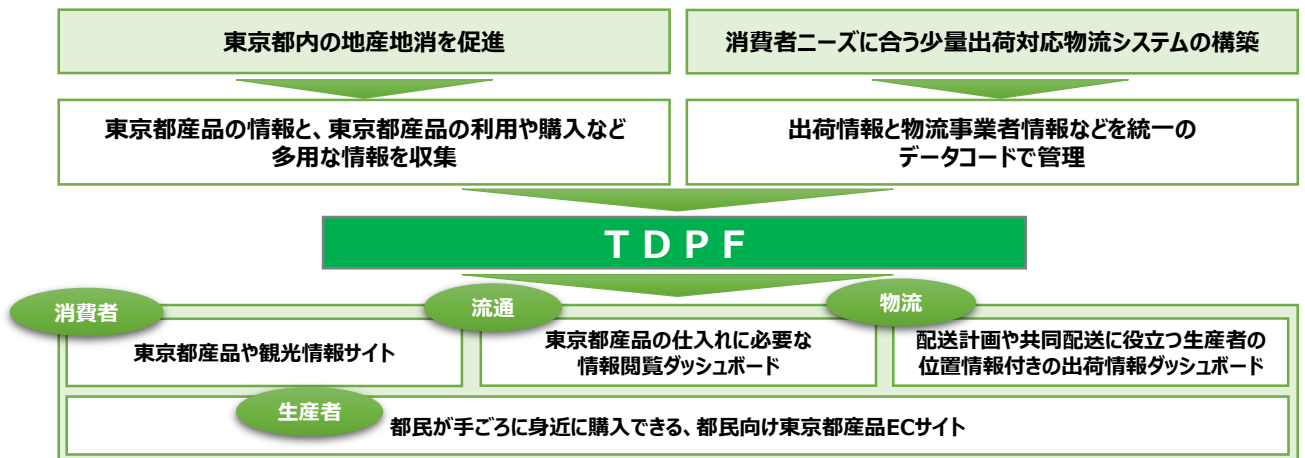
### 【実施内容】

#### ○目的

東京都産野菜の出荷情報や生産者情報等のデータを整備し、消費者・流通事業者・物流事業者  
に対して各種情報を提供することで、東京都産野菜の地産地消を促進する。

#### ○プロジェクト実施概要

- 消費者向けに、東京都産品がどこで購入できるかテキスト記事情報で展開し、観光やレシピ情報を  
WEB上で提供するとともに、ECサイトで持続的に東京都産品を購入・消費できるよう取り組む。
- 流通事業者向けに、東京都産品情報を一覧化し、生産時期や生産者情報などを詳細に確認で  
きるダッシュボードを提供する。
- 物流事業者向けに、統一のコードを使用して生産者の出荷情報を共有し、効率的な輸送計画や  
共同配送スキームを確立する。



## 防災・減災に寄与する「OMAMORI」プロジェクト

### 【実施主体】

株式会社ぐるなび（LIVE JAPAN事務局）

※その他の事務局企業：東急株式会社、東京地下鉄株式会社

### 【実施内容】

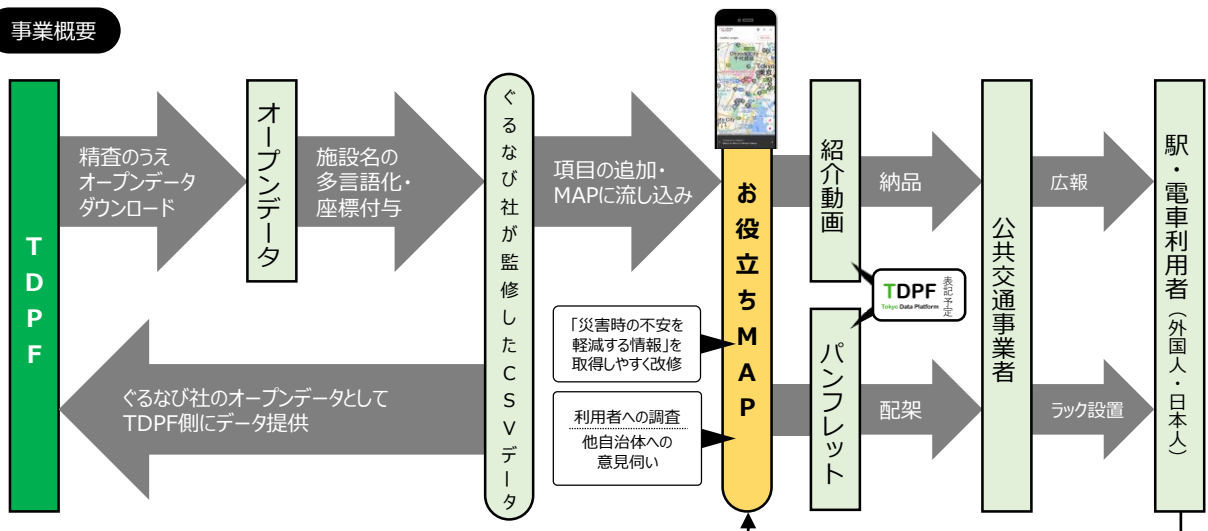
#### ○目的

災害時・緊急時に役立つオープンデータについて各施設の多言語翻訳や緯度・経度の座標を付与し、マップ上で見える化をすることで、外国人旅行者等の不安解消を目指す。

#### ○プロジェクト実施概要

- 訪日外国人向け観光情報サービスであるLIVE JAPANの「お役立ちMAP」の災害時・緊急時に役立つデータを充実させるとともに、英語以外の多言語情報（韓国語・簡体字・繁体字）を追加する。
- 公共交通事業者の協力を得て、当該サービスを紹介動画やパンフレットにて広報する。
- ユーザーとなる外国人及び日本人に対するWeb アンケート調査を実施するなど、本取組に対する意見を聴取し、検証する。

#### 事業概要



## 高齢者のフレイル予防・QOL向上に向けたおでかけ促進プロジェクト

### 【実施主体】

セコム株式会社、株式会社ディー・エヌ・エー、地方独立行政法人東京都健康長寿医療センター  
株式会社荒井商店、株式会社アライブメディケア、株式会社JTB、トラベルドクター株式会社

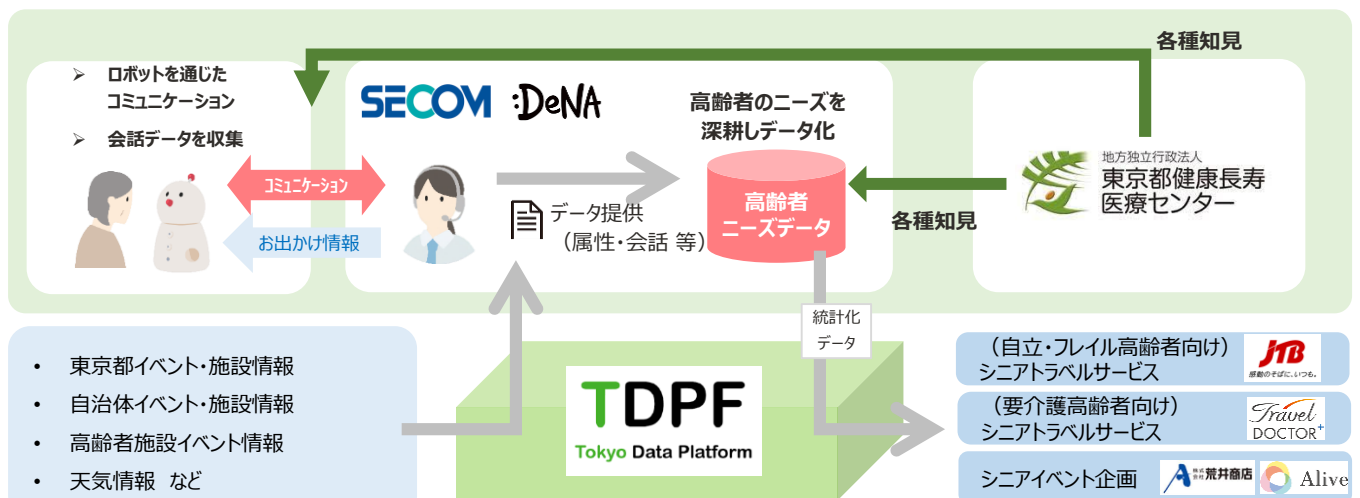
### 【実施内容】

#### ○目的

高齢者の外出に関するニーズを分析・データ化し、各種高齢者向けサービスに活用することにより、  
高齢者のフレイル予防・QOL向上につなげる。

#### ○プロジェクト実施概要

- 本人の同意を得た上で、ロボットを通じて、高齢者への外出関連情報の提供と日常コミュニケーションを実施し、得られたコミュニケーションデータや高齢者からのヒアリングデータなどを研究機関へ提供する。
- 情報提供及びコミュニケーションと、高齢者の外出に関する意欲向上・行動変容への関連性などを確認し、QOL向上への寄与度を検証することで、各種データと研究機関の知見・ノウハウをもとに統計化された高齢者のニーズデータを構築する。
- 高齢者ニーズデータをソリューション事業者へ提供し、高齢者のフレイル予防・QOL向上につながるサービス創出可能性について検証を進める。



# 「メタ観光マップ」を活用したにぎわい・回遊性の創出プロジェクト

## 【実施主体】

株式会社みずほ銀行、株式会社unerry、一般社団法人メタ観光推進機構

## 【実施内容】

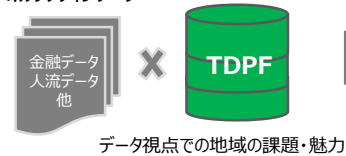
### ○目的

各種官民データを活用してまちの新たな魅力発掘・創出を実現するとともに、人流の増加、回遊を促すことで、まち全体のにぎわい創出を実現する。

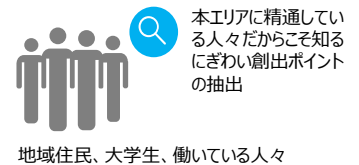
### ○プロジェクト実施概要

- オープンデータ、金融データ（統計データ）、人流データを掛け合わせ、地域の新たな魅力を発掘・再定義し、複合的・多層的価値を持つ「メタ観光マップ」(\*)を作成する。
- 「メタ観光マップ」を活用し、効果的なターゲティング広告・ガイドツアー等による情報発信を実施することで、「にぎわい創出」や「人流の回遊性」向上を図る。
- 地域の方々と連携し、各種アンケート・ヒアリング調査等を実施することにより、改善点、今後の展開に向けた方針を検討する。

オルタナティブデータ



メタ観光マップ  
複合的・多層的価値  
のデジタル一元化



#### メタ観光マップレイヤーの作成

各種データによる属性分析、新規にぎわい創出ポイントの抽出  
**地域の新たな魅力の発掘・再定義**

#### ターゲティング広告の高度化

金融・人流データを活用したターゲティング広告の高度化、情報発信  
**人流の回遊、分散化の促進**

#### 効果検証、改善・発展

メタ観光マップ、新ターゲティング広告の効果検証・分析  
**自走に向けた改善・実行の推進**

#### 住むひと

- 地域のまだ知られていない魅力、潜在ニーズの発掘
- 地域コミュニティ連携の推進

#### 働くひと

- 仕事だけではない新たに訪れてみたい魅力的なスポット・コンテンツの発見

#### 訪れるひと

- 特定の観光スポットやイベントだけでなく、新たに訪れてみたい魅力的なスポット・コンテンツの発見

#### 他エリア・自治体

- まちづくり、にぎわい創出における先進ユースケースとしての活用・展開

(※)「メタ観光マップ」・・・歴史・文化・自然など、地域の多様な魅力や価値ある情報をレイヤー（層）として地図上に重ねて表示することで、これまで認識されていなかった観光資源を可視化するオンライン地図

# 人流・金融・観光情報の統計データをもとにした周遊促進プロジェクト

## 【実施主体】

株式会社リクルート、株式会社ブログウォッチャー、株式会社みずほ銀行、ガリレオスコープ株式会社  
＜協力＞ 台東区、墨田区、一般社団法人墨田区観光協会

## 【実施内容】

- 目的
- 複数区で連携し、各種統計データをもとにした検討を地域内事業者とともに行うことで、効果的・持続的な周遊促進を目指す。

## ○プロジェクト実施概要

- 統計化した人流・金融・観光情報データを掛け合わせ、消費動向・観光動向の分析を通じて共通レポートを作成し、現状の見える化を実施する。
- 共通レポートをもとに、地域内事業者と周遊スポット選定等の企画ワークショップを行い、周遊促進キャンペーンを実施する。
- 周遊促進キャンペーンの結果をもとに、地域内事業者と振り返りワークショップを行い、各事業者で持続的な取組を協議する。

