

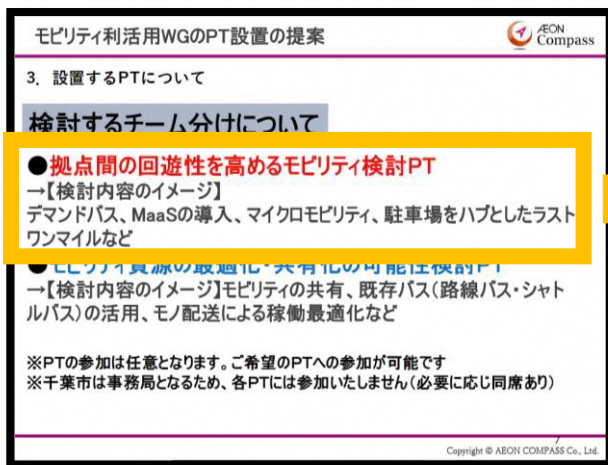
拠点間の回遊性を高める検討PT

・第2回PT

- ・開催日時 11/30（火）15：00～16：30
- ・開催方法 対面開催・web開催（ハイブリッド）
- ・アジェンダ
 - 1 検討内容の整理
 - 2 2021年度スケジュール
 - 3 コンテンツについて
 - 4 モビリティについて
 - 5 株式会社ドコモCSさまのプロジェクト提案書について
 - 6 サービスインに向けてのスケジュール

・第2回PTの結果まとめ

- ・今後の進め方について
 - モビリティを整備するだけでは回遊性を高めることはできないので、移動する目的であるコンテンツとモビリティの整備を両輪として回遊性向上に取り組む。
- ・今年度の目標
 - 2022年度に予定される実証実験のコンテンツとモビリティの案についてまとめる。
- ・幕張新都心の住民も参加でき、エリア外のお客さまを迎え入れるコンテンツを検討する。
- ・各モビリティには長所と短所があるので、それぞれの特徴を補完し合う移動環境の構築に取り組む。
- ・株式会社ドコモCS様より、2月からの実証実験についてのご紹介。



出典：第3回モビリティ活用WG イオンコンパス(株)資料

「拠点間の回遊性を高めるモビリティ検討PT」における検討内容のイメージ

モビリティの整備について

(デマンドバス、MaaSの導入、マイクロモビリティ、駐車場をハブとしたラストワンマイル等)

↓ but...

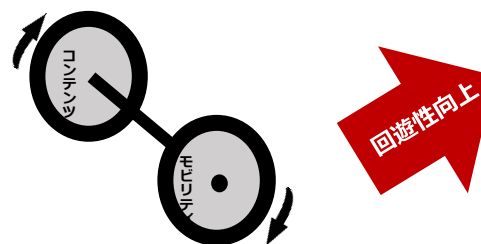
モビリティを整備するだけでは回遊性を高めることはできない。

= 移動する目的(コンテンツ)を整備し、移動を“作る” “デザインする”必要がある。



【進め方】

- ・ コンテンツとモビリティを両輪として回遊性向上に取り組む。



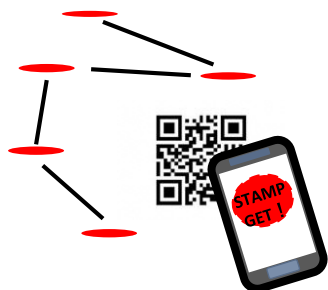
〈今年度の目標〉

2022年度に予定される実証実験のコンテンツとモビリティの案についてまとめる。

第2回PT コンテンツ案の検討

Webスタンプラリー

全てのチェックポイントを回ることで限定グッズをもらえる企画をイベント開始前に実施する。早めに来訪してもらい、周辺を回遊してもらう。



ビジネスマッチング

来街者に対して、街の情報や店の情報、コミュニケーション醸成情報を積極的に発信する。

例)街でデジタル名刺交換



各種イベントの戦略的な組立て

幕張メッセやZOZOマリンスタジアムで行われるイベントの組合せや時間を調整し、生まれた時間で周辺施設を利用してもらう。イベントと周辺施設での消費を一体的に考え、相互集客を行う。



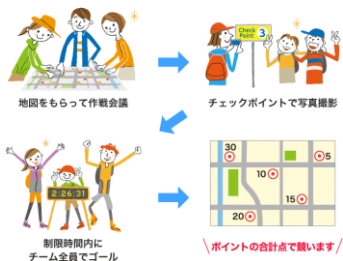
食べ（飲み）歩きチケット

複数の飲食店でお得に飲食できるチケットを販売し、滞在時間も訪れる店舗数も増やす。



フォトロゲイニング

地図上にあらかじめ設定されたチェックポイントを制限時間内で多く巡り獲得した合計得点を競うスポーツ。チェックポイント通過の証明に目印を撮影した写真を用いる。



駅混雑時のクーポン配布

イベントの開始前、終了後の駅が込み合う時間にお得なクーポン情報を配信し、お客さまの駅利用を分散させる。



セット割引・サブスクチケット

2施設以上の組合せ割引チケットを販売し、街での滞在時間を増やす。Webサイト（アプリ）上での販売とし、販売箇所を明確にする。



人気キャラクター撮影会

AR技術を活用して各施設で「人気キャラクター」と一緒に写真撮影する。



施設訪問ポイント付与

対象施設を訪れるだけでもらえるポイントを付与する。



住民割引サービス

千葉市（美浜区民？全市民？）在住が確認できれば物販、飲食、施設利用等に割引きを適用する。



第2回PT 各モビリティの特徴について

	運行ルートの柔軟性	時間の柔軟性	乗降場所の柔軟性	雨天時の利用	定額利用	ファミリー	大きな荷物	普通自動車運転免許不所持	予約なしで乗車	飲酒時の利用	利用データの取得 ※ODデータなど
路線バス	×	×	×	○	△	○	△	○	○	○	×
無料送迎バス	×	×	×	○	—	○	△	○	○	○	×
エリア内循環バス	×	×	×	○	○	○	△	○	○	○	×
タクシー	○	○	○	○	×	△	○	○	○	○	△
シェアサイクル	○	○	×	×	△	×	×	○	○	×	○
電動キックボード	△	○	×	×	△	×	×	×	○	×	○
次世代小型モビリティ	△	○	×	×	△	×	×	○	○	×	△
オンデマンド交通	○	○	○※	○	○	○	△	○	×	○	○

※フルデマンドの場合

※ODデータ…ある場所で乗車した旅客が、どこまで何人乗車しているかを集計したデータ



- ・各モビリティには長所と短所があるので、それぞれを補完し合う移動環境の構築に取り組む。
- ・コンテンツの活用に適し、回遊性向上につながるモビリティのあり方を検討していく。

拠点間の回遊性を高める検討PT

・第3回PT

- ・開催日時 12/21 (火) 15:30~17:00
- ・開催方法 対面開催・web開催 (ハイブリッド)
- ・アジェンダ
 - 1 コンテンツについての検討
 - 2 モビリティの検討
 - 3 次回PTに向けての検討課題
 - ・幕張新都心エリアでの“伸ばしたい”“伸ばせる”ユースケースの検討
 - ・パーク&ライド (情報提供・駐車場の把握・企業としてのメリット)

・第3回PTの結果まとめ

【コンテンツ】

- ・①複数イベントの同時多発的な組立てる②街全体を一つのテーマでジャックするなどのイベントを開催することで回遊性を高める。
→but... イベント開催日以外の回遊性をどう高めるかが課題となってくる。
- ・日々のユースケースから必要なモビリティを考える。

【モビリティ】

- ・既存交通と補完し合うモビリティのイメージを共有。

第3回PT 例) ①複数イベントの組立て

- ▶企画内容 : 各スポットで一日通しのイベント、時間別のイベントを組合せる。
 →同時にお得な電子チケットやスタンプラリー、各スポット間をめぐるモビリティ情報を提供する。
 →温泉やホテルプランと組み合わせて滞在時間を伸ばす。

▶コンテンツ案



第3回PT 例) ②街全体を一つのテーマでジャック

まくはりの夏休み(仮称)

- ▶ターゲット：京葉線沿線、海浜幕張の住民(30~40代ファミリー層)
- ▶企画内容：各スポットで共通テーマのもとイベントを開催
→同時にお得な電子チケット、スタンプラリーや各スポット間をめぐるモビリティを提示していく
- ▶コンテンツ案

■屋台 (夏グルメ・海浜幕張グルメ)



■夏のアクティビティ&リフレッシュ



■縁日 (子どもが楽しめるコンテンツ)



■イベント (盆踊り、ランタン...)



- ▶類似のイベントテーマ：ハロウィーン、クリスマス

【課題】 イベント開催日以外(≒平日)の回遊性をどう向上させるか

- ・ イベントは毎日開催できるものではない。
- ・ イベント開催日以外(≒平日)の回遊性向上について無視することはできない。

⇒ イベント開催日以外(≒平日)のコンテンツについて

ターゲット：住民、ビジネスマン、プロ野球観戦者ということになるか、、、

【考え方】

移動の動機としてイベントを開催するというよりは、

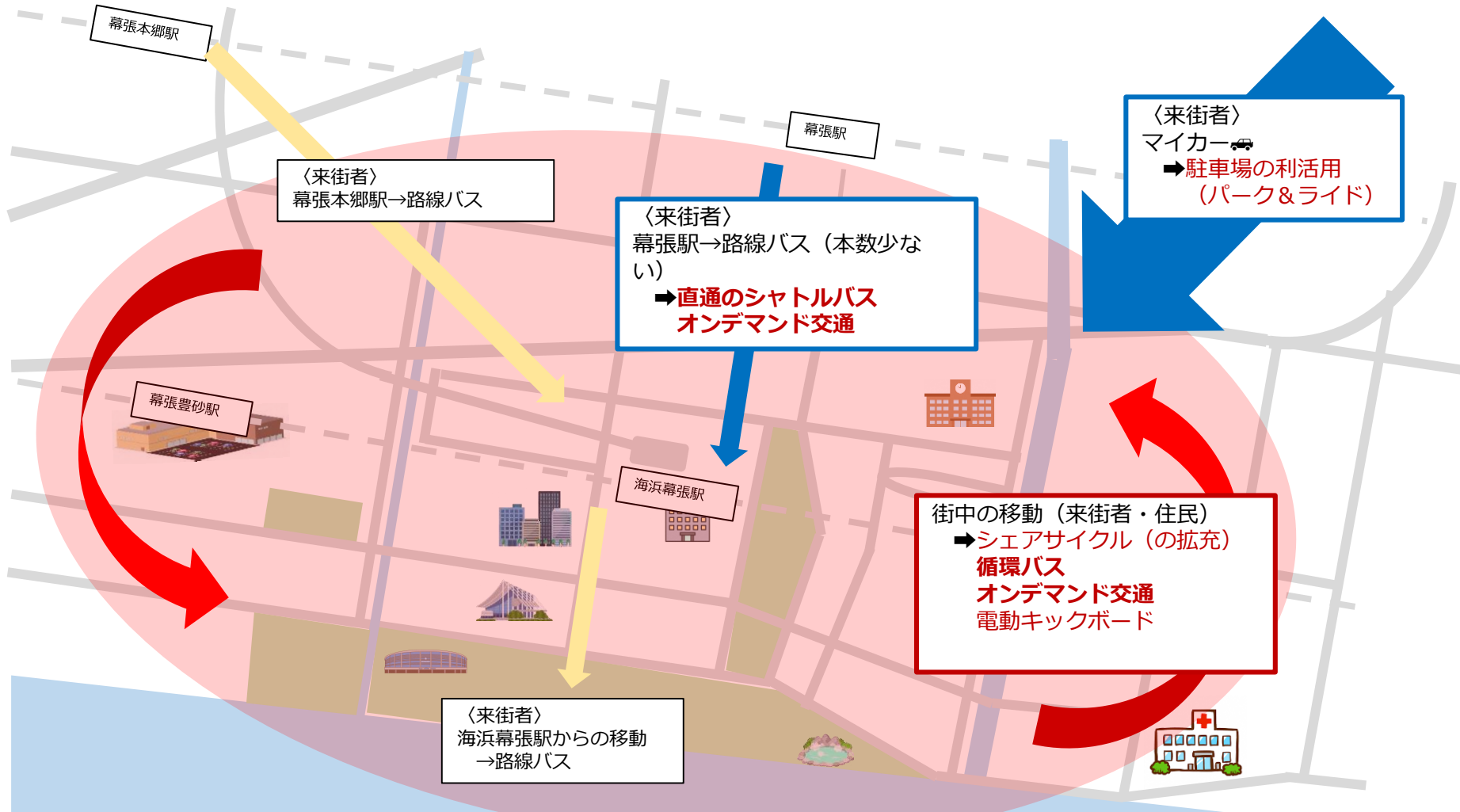
日々のユースケースから必要なモビリティを検討していく。

- ・ 年代
- ・ ターゲット
- ・ 来街目的

これらの分類から、今現在移動しているであろう場所、またモビリティが充実することによって可能になる、さらなる移動についてを考えたうえで必要なモビリティを検討する。

第3回PT ふさわしいモビリティのイメージ

既存モビリティと補完し合い、面的な移動環境を提供する。



拠点間の回遊性を高める検討PT

- ・ 第4回PT
 - ・ 開催日時 1/19 (水) 15:30~17:00
 - ・ 開催方法 web開催
 - ・ アジェンダ
 - 1 コンテンツについて
 - ・ 伸ばしたいユースケースについて
 - ・ 各施設の可視化
 - 2 モビリティの検討
 - ・ ユースケースから考える各モビリティの利用イメージ
 - ・ オンデマンド交通の各要素の検討
 - ・ シェアサイクル、駐車場の可視化
 - ・ 駐車場の利活用について
- ・ 第4回PTの結果まとめ

【コンテンツ】

- ・ 日々のユースケースから必要なモビリティを検討する。
→年数回のイベントやスタンプラリー、電子チケット等でさらなる活性化を図る。
- ・ 各施設を可視化し、日々のユースケースを深掘りする。

【モビリティ】

- ・ ユースケースから考える必要なモビリティについて認識合わせ。
- ・ オンデマンド交通の各要素（運行するエリア・台数・時間帯など）にあたり、株式会社ドコモCS様との意見交換。
- ・ 駐車場利活用(パーク&ライド)に関して、akippa様より駐車場シェアリングサービスのご紹介。

第4回PT ユースケースについて①

“イベント”という切り口は重要だが、日々のユースケースから必要なモビリティを考える。

➡年に数回のイベントを開催することでさらに回遊を盛り上げる。

=外からの人に来てほしい施設がユースケースの中にある、その施設を回ってもらうためのイベント、電子チケット、スタンプラリー等を実施していくというイメージになるか。

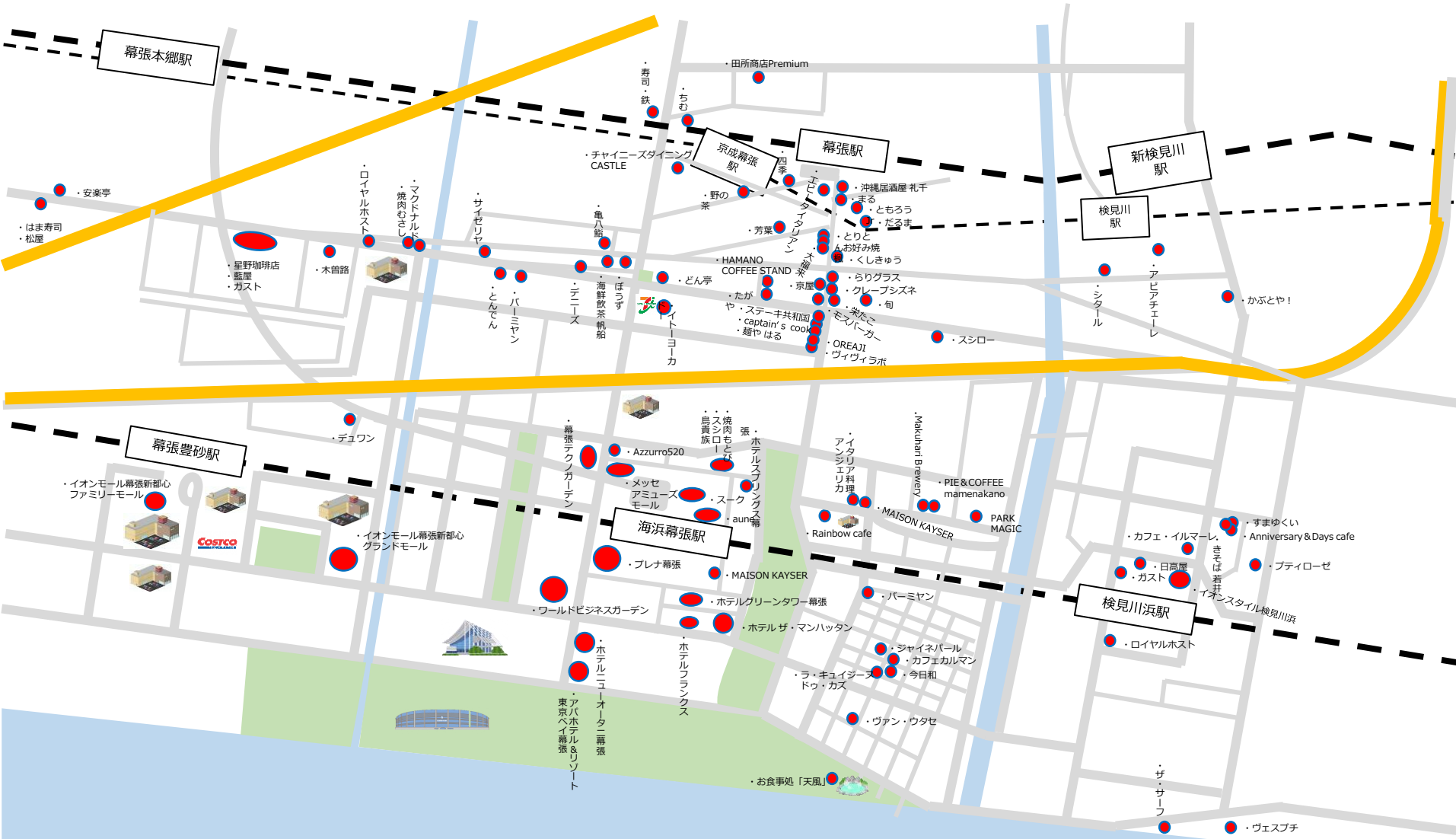
ターゲット	ユースケース	どこからどこへの移動か	想定されるモビリティ	その他検討事項
若者世代	幕張メッセのイベントなどの来訪者がイオンモールや周辺の商業施設に立ち寄る。	幕張メッセ ⇔ イオンモール 商業施設	<ul style="list-style-type: none"> ・オンデマンド交通 ・シェアサイクル ・循環バス 	<ul style="list-style-type: none"> ・SNSでの発信 ・割引のPR
学生	学校終わりから、次の予定までの間もしくは予定終了後に自宅へ直帰ではなく、おしゃれな自習スペースやカフェへ。映えスポットを開拓し、インスタで拡散。	学校 ⇔ 自習スペース 飲食店	<ul style="list-style-type: none"> ・シェアサイクル ・電動キックボード ・マイカー(親の送迎) 	<ul style="list-style-type: none"> ・空きオフィスの活用 ・空き状況お知らせ機能 ・モビリティの学割 ・情報展開ツール
ティーン 来街者	「エンタメ×社会貢献」 コミケ、ライブ、大規模オフ会イベントに社会貢献をプラス。 楽しんで地域のためになる体験を提供する。	幕張メッセ ⇔ 地域貢献活動場所 海浜公園	<ul style="list-style-type: none"> ・オンデマンド交通 ・シェアサイクル ・パーソナルモビリティ ・循環バス 	
子育て世代	子供を習い事教室に送迎する際、家と教室の単純往復となっていたが、習い事中に買い物や食事、各用事を済ませることで時間を効率的に使う。	自宅、習い事教室 ⇔ イオンモール 飲食店 小売店	<ul style="list-style-type: none"> ・オンデマンド交通 ・シェアサイクル ・循環バス 	<ul style="list-style-type: none"> ・住民割引 ・簡易的なオンデマンドの予約方法
主婦	習い事仲間と教室終了後に湯楽の里へ。温泉でさっぱりした後は、そのまま女子会を開催。夫や子供の帰宅が遅ければそのまま2次会へ。	●●教室 ⇔ 湯楽の里 女子会開催場所	<ul style="list-style-type: none"> ・シェアサイクル ・送迎バス ・友人の車 ・オンデマンド交通 	<ul style="list-style-type: none"> ・モビリティのアルバイト特典 ・スタンプカード →クーポン的なもの
働き盛り世代	アポイントで幕張を訪れたサラリーマンが帰宅前に商業施設や小売店に立ち寄ったり飲食店で食事をする。また、仕事が残っている場合はステーションワークでテレワークをする。	幕張メッセ ⇔ 商業施設 小売店・飲食店 テレワーク施設	<ul style="list-style-type: none"> ・循環バス 	<ul style="list-style-type: none"> ・雑誌での発信 ・ネットでの発信 ・割引のPR
家族連れお父さん	妻と子供がのんびり買い物しているときに、お父さんが一人で足を伸ばせるイベントとモビリティをセットで提供する。	商業施設 ⇔ 趣味嗜好に合わせた場所 <ul style="list-style-type: none"> ・自然好き ・新しい物好き ・体験型好き など 	<ul style="list-style-type: none"> ・オンデマンド交通 ・シェアサイクル ・超小型モビリティ 	<ul style="list-style-type: none"> ・パーソナライズされた情報連携方法

第4回PT ユースケースについて②

ターゲット	ユースケース	どこからどこへの移動か	想定されるモビリティ	その他検討事項
3世代家族	イオンモール等を拠点として、子ども、親、祖父母の3世代に渡って、幕張新都心エリアを楽しむ。子どもと親は幕張海浜公園でのアクティビティ(マリンスポーツ、マウンテンバイク、サッカー等)、祖父母は湯楽の里の温泉施設を楽しむなど、拠点の特性を活かして、モビリティを活用する。(イオンモールでは3世代で食事、JFAや海浜公園でのアクティビティ等)	イオンモール ⇨ 幕張海浜公園 湯楽の里	<ul style="list-style-type: none"> ・循環小型バス ・小型モビリティ ・送迎バス 	
シニア	サークルの参加や買い物などの後で、飲食店や小売店に立ち寄る。	コミュニティ施設 ⇨ 飲食店 小売店	<ul style="list-style-type: none"> ・タクシー ・オンデマンド交通 ・循環バス 	<ul style="list-style-type: none"> ・団地などへの周知 ・循環ルート
シニア	「地域とゆるやかにつながる・貢献する時間」 おひとりさま世代が増加。ゆるやかに地域とつながる機会を創出し、プライベートと仕事のはざまで、第三の居場所づくりにつなげる	自宅 ⇨ 地域貢献活動場所 飲食店	<ul style="list-style-type: none"> ・タクシー ・オンデマンド交通 ・循環バス 	
シルバー	「健康寿命延伸のための外出機会創出」 楽しみながら健康リテラシーを高めるコンテンツを設け、外出そのものが健康づくりにつながるとともに、地域コミュニティへの参画につなげる	コミュニティ施設 (公園、メッセ、モール等) ⇨ 小売り、食品スーパー クリニック	<ul style="list-style-type: none"> ・タクシー ・オンデマンド交通 ・循環バス 	
シルバー	免許は返納し、自転車も控えている。病院へは近くに住む子供に送ってもらおうが、便利な乗り物があればもっと自由に。	自宅 ⇨ 病院・クリニック 飲食店	<ul style="list-style-type: none"> ・タクシー ・オンデマンド交通 ・循環バス 	
運転免許センターに来た方	免許更新などで運転免許センターに来られる方は一定数いらっしゃるが、どこにも立ち寄りせずに帰ってしまう方が多いと想定される。運転免許センターから幕張新都心の各施設や幕張の浜を巡回する移動手段を提供し、回遊していただくように促す。	運転免許センター ⇨ 幕張新都心内の各施設 (飲食店・スーパー) 幕張の浜	<ul style="list-style-type: none"> ・循環小型バス ・小型モビリティ (少人数orパーソナル) 	
子供もいなくて友達もいない専業主婦他	バレンタイン通りを歩行者専用道路にし、交流空間にする。交流空間には居住者の交流を促す遊び場、住民が持ち寄った本のスタンド、簡易芝生でのヨガ(自由な空間にする)・・・等を設け、住宅街や空間内を次世代モビリティで移動する。	バレンタイン通り ⇨ 美浜プロムナード	<ul style="list-style-type: none"> ・歩行者と共存可能な小型モビリティ (複数人乗車orパーソナル) 	
	豊砂公園又は空地を活用したBBQ(デジサーフ) https://digisurf.co.jp/ や潮干狩り観光客 駐車スペース及びビール コール飲酒の関係で、自家用車での来場では無く、公共交通での来場を促す。(食材や飲物はイオンモールにて購入、帰りには温泉施設で入浴着替え)	アクティビティ施設 (BBQ・潮干狩り等) ⇨ イオンモール 飲食店・小売店 湯楽の里	<ul style="list-style-type: none"> ・ウーバーイーツ(ウーバー) ・貨客混載サービス ・オンデマンド交通 ・GSM 	パーク&ライドとの連携、食材持込、会場、モビリティサービスのセット商品の販売

第4回PT 各施設の可視化

例) 飲食店



第4回PT ユースケースから考える各モビリティの利用イメージ

出張で幕張メッセのイベントに。そのまま同僚と飲みに行くつもりだが、少しだけ残っている仕事を終わらせたいので、ステーションワークでテレワークをする。いつも海浜幕張駅前で飲んでいるので、今日は幕張駅周辺で新しいお店の開拓に。直通シャトルバスがあればより便利に。

運転免許センターに免許の更新をしに来たが、たまには足を延ばしてイオンモールでランチを食べ、海浜幕張駅まで行って、アウトレットで買い物をする。

子供をスクールに送る際、駐車場がすぐ満車になるので、一回出庫すると、再度停めることは難しい。時間ももったいないと感じていたが、シェアサイクルやオンデマンド交通を利用すればランチや買い物が可能になるので、時間の有効活用になる。

今までは家族に送ってもらい、病院と自宅の単純往復であったが、住民向けの循環バスやオンデマンド交通を利用すれば、温泉に行けたり、地域コミュニティへ参加できたり、買い物をする事ができ、積極的に外出するようになる。

マイカーor電車でイオンモールに来た家族。お母さんと娘はイオンモールで買い物をし、その間お父さんは乗ってみたかったパーソナルモビリティで海辺を散策。イベントが開催されており、参加後は温泉で汗を流す。帰りは汗をかきたくないのオンデマンド交通でイオンモールへ戻る。



第4回PT シェアサイクル、駐車場の可視化

HELLO CYCLING

ポートが相当数あり、他モビリティの乗降ポイントとなり得る場所とマッチしている。

駐車場

相当数あるが、情報発信や予約システム等が整っていない。→ 情報発信&予約システムを導入しパーク&ライドを実現

