



Y-HACK! Gate

「みなとみらい21地区等イベント終了時の人流の分散による回遊性の向上」
実証実験 記者発表資料



株式会社 エヌアイデイ

2024年3月19日

◆ 背景・課題

- 大規模イベント終了時にイベント来訪者が他の施設等に立ち寄らず帰路につくことで、経済効果が限定的となるとともに、最寄り駅や周辺道路での混雑が発生している。

◆ 実施内容

- 下記ウェブサービスを活用し、イベント来訪者向けに情報提供することでみなとみらい21地区の飲食店(90店舗※)への立寄りを促すとともに、その行動過程を測定して可視化。

- ① デジタルマップ（店舗情報、空席情報）
- ② デジタルガチャサービス（来場者測定、来訪インセンティブ提供）
- ③ AIカメラによる自動空席判定

※ 横浜消防出初式2024では店舗改装による休業のため、参加企業が1店舗減少(89店舗)

◆ 対象イベント

第一期：サマーコンファレンス2023 GROWTH PARK

開催期間：2023年7月22～23日

会場：パシフィコ横浜国立大ホール・臨港パーク

第二期：横浜消防出初式2024

開催期間：2024年1月7日

会場：横浜赤レンガ倉庫・象の鼻パーク

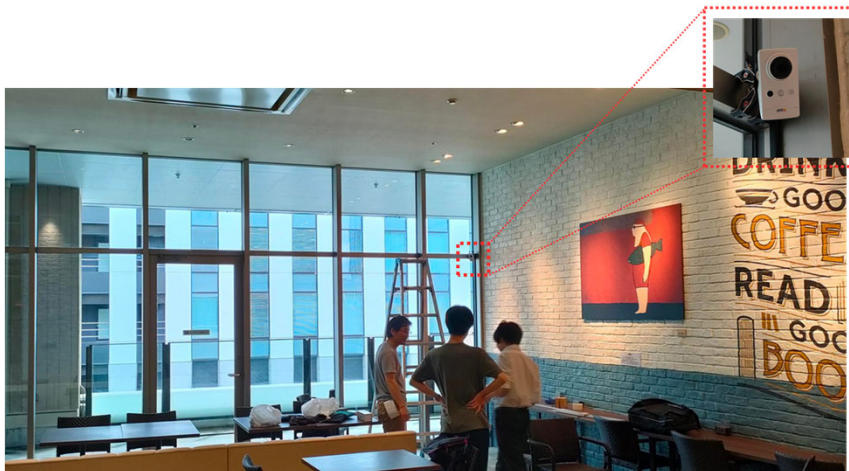
① デジタルマップ

周辺施設の店舗情報、空席情報、イベント情報などをデジタルマップに一括掲載



② デジタルガチャサービス

飲食店利用者が、店舗に設置した二次元(QR)コードを読み込むことで、プレゼント付きくじ引き(ガチャ)ができる機能で、店舗来店者数を測定



AIカメラ設置作業の様子 (イメージ)

③ AIカメラによる自動空席判定

一部店舗に設置したAIカメラで空席情報を提供。デジタルマップでリアルタイムに閲覧可能。

成果 1：実証実験参加者の9%を飲食店に誘導 ～みなとみらい21地区への誘客効果を可視化～

- 横浜消防出初式2024では、実証実験に参加者の9%を横浜赤レンガ倉庫周辺からみなとみらい21地区の飲食店に誘導
- 第一期の実証実験の結果を踏まえ、参加者へのプッシュ通知やイベント内容と連携したインセンティブを設定



出初式出展ブース



店舗の様子

項目	実績	誘客率
実証実験参加数	1,345組	100%
実証実験参加店舗来店数	118組	9%

■ 参加者へのプッシュ通知 (登録アドレスへのメール)



■ イベントと連携したインセンティブ (消防車ステッカー、消防服リメイクバッグ、ボールペン等)

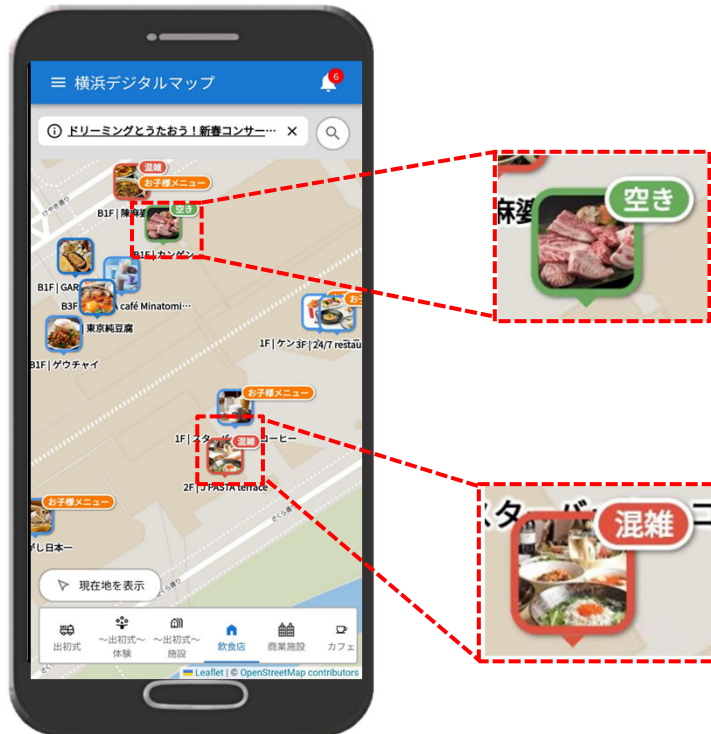


成果 2：空席情報の提供による誘導効果(アクセス2倍、来店1.6倍)を確認 ～AI技術を使った空席情報の提供効果を可視化～

- デジタルマップで店舗ごとの空席情報を提供
- 空席情報を提供している店舗とそうでない店舗を比較すると、1店舗あたりのデジタルマップアクセス数は2倍、来店数は1.6倍を記録

デジタルマップアクセス数	
空席情報提供店舗	4.06回/店
空席情報未提供店舗	1.98回/店

来店数	
空席情報提供店舗	1.94回/店
空席情報未提供店舗	1.19回/店



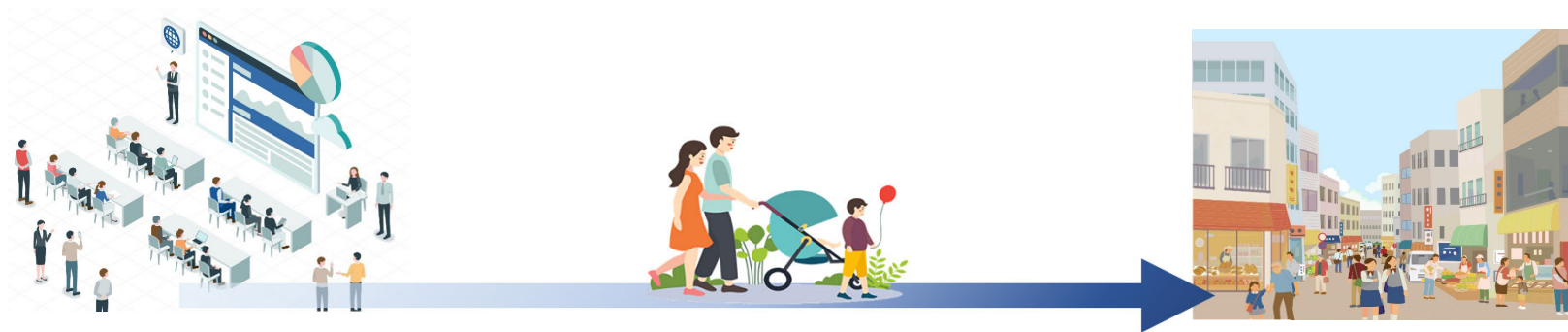
デジタルマップにおける空席情報表示

デジタルマップアクセス比率（空席情報未提供 vs 提供）

	空席情報未提供	空席情報提供
店舗数	73	16
アクセス数	145	65
アクセス比率	1.98	4.06

来店比率（空席情報未提供 vs 提供）

	空席情報未提供	空席情報提供
店舗数	73	16
アクセス数	87	31
来店比率	1.19	1.94



◆ 総評

今回の実証実験を通じ、デジタルマップを活用したイベント終了時の回遊性向上について、店舗情報や空席情報、イベントの内容と連携したインセンティブの提供をすることで、一定の効果を確認できた。

さらに、効果的なものにするために以下の継続的な仕組みづくりが必要

1 イベント主催者との連携

- ・ イベント会場からの効果的な誘客には、イベント主催者との連携が必要。
主催者には街への送客に対する動機付けとなるインセンティブ等の検討も必要。

2 地元関係者との連携

- ・ 店舗・団体等地元関係者の理解を得て、継続的な街のサービスとして成立させ、認知を得ることが必要。