

チャレンジ！！オープンガバナンス 2018 市民／学生応募用紙

地域課題タイトル (注 1)	No.	タイトル	自治体名
	- (事務局用)	ICT を活用した札幌都心部のまちづくり	北海道札幌市
アイデア名 (注 2) (公開)	特徴的なデジタルサイネージ空間を活用した「インタラクティブコンテンツ・コンテスト」		

(注 1) 地域課題タイトルは、COG2018 サイトの中に記載してある応募自治体の地域課題名を記入してください。

(注 2) アイデア名は各チームで独自にアイデアにふさわしい名前を付けてください。

1. 応募者情報

チーム名 (公開)	TEAM Enjoy!チ・カ・ホ		
チーム属性 (公開)	<input checked="" type="radio"/> 1. 市民によるチーム <input type="radio"/> 2. 学生によるチーム <input type="radio"/> 3. 市民、学生の混成によるチーム		
メンバー数 (公開)	3 名		
代表者情報	氏名 (公開)	工藤 智弘	
メンバー情報		廣瀬 岳史	

(注意書き) ※ 必ず応募前にご一読ください。

<応募の際のファイル名と送付先>

1. 応募の際は、ファイル名を COG2018_応募用紙_具体的チーム名_該当自治体名にして、以下まで送付してください。東京大学公共政策大学院の COG2018 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。admin_padit_cog2018@pp.u-tokyo.ac.jp

<応募内容の公開>

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、チームメンバー数、代表者と公開に同意したメンバー氏名、「アイデアの説明」は公開されます。
3. 公開条件について：
「アイデアの説明」でご記入いただく内容は、クリエイティブ・コモンズの CC BY (表示) 4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC (表示-非営利) 4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。
(具体的なライセンスの条件につきましては、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja>、および、<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>)
4. 上記の公開は、内容を確認した上で行います。(例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公表いたしません)
5. この応募内容のうち、「自治体との連携」は、非公開です。なお、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあります。

<知的所有権等の取扱い>

6. 「アイデアの説明」中に、応募したチームで作成・撮影したものではない文章、写真、図画等を使用する場合、その知的所有権を侵害していないことを確認してください。具体的には、法令に従った引用をするか、知的所有権者の許諾を取得し、その旨を注として記載してください。「自治体との連携」中も同様をお願いします。
7. 「アイデアの説明」中に、人が写りこんでいる写真を使用している場合、使用している写真に写りこんでいる人の肖像権またはプライバシーを侵害していないことを確認してください。

<チームメンバー名簿>

チームメンバーに関する情報を最終ページに記載して提出してください。(2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は本人の同意があるものを除き COG 事務局からは非公開です。詳細は最終ページをご覧ください。)

2. アイデアの説明（公開）

(1) アイデアの内容、(2) アイデアの理由、(3) 実現までの流れ、の三項目に分けて記入してください。

必要に応じて図表を入れていただいて結構です。

(1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、課題解決のために、何をやる社会的なサービス（活動）なのか、をわかりやすく示してください。これが将来実現した場合、魅力的で新規性があり、実践したり、活用したくなる、そしてその結果として、課題が解決される、そんなワクワク感のあるアイデアを期待します。2ページ以内でご記入ください。

<応募チームとして解決したい課題>

札幌市地下歩行空間（通称「チ・カ・ホ」）を盛り上げるため、チ・カ・ホのデジタルサイネージを今以上に有効活用して、歩行者が注目するような魅力的なコンテンツを生み出したい

<解決アイデアの内容>

特徴的なデジタルサイネージ空間を活用した「インタラクティブコンテンツ・コンテスト」

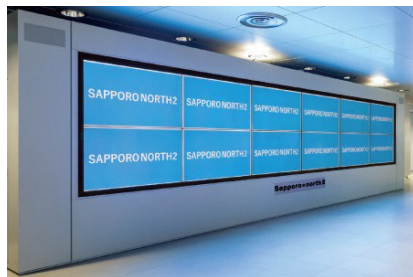
(1) 特徴的なデジタルサイネージ空間

札幌駅前通地下歩行空間（チ・カ・ホ）には、右図のようにイベント等に活用可能な広場と多様な形態のデジタルサイネージが各所に配置されています。中でもとりわけ特徴的なのが、中心部に位置する「北2条広場」（通称「Sapporo*north2」）です。

また、チ・カ・ホは、札幌市が策定した「札幌市 ICT 活用戦略」の中で、最先端のサービスが集積する「ICT 活用のショーケース」として位置付けられています。

(2) 表示枠を複数配置可能な大型マルチディスプレイ

Sapporo*north2 のサイネージは、1枚60インチの横型ディスプレイ計12枚により構成されるマルチディスプレイとなっており、コンテンツの表示枠を最大4つまで、自由な位置・大きさに配置することができます。



※出典（上図3点）：「Sapporo*north2」公式サイト（<http://www.sapporo-north2.com/space.html>）より、著作権者の許諾を得て一部加工の上で使用



※出典（上図）：Webサイト「チ・カ・ホ 札幌駅前通地下広場」(<https://www.sapporo-chikamichi.jp/about/#about3>)より著作権者の許諾を得た上で一部加工して使用

(3) サイネージに設置された各種センサー

Sapporo*north2 には以下のような複数のセンサーが設置されており（一部、近日設置予定）、単純な映像配信だけでなく、閲覧者からの入力を受け付けるインタラクティブなコンテンツが配信可能となっています。

- i. 音検知センサー：USB マイクから拾った音をトリガーとしてコンテンツを反応させることが可能
- ii. タッチセンサー：画面上部に設置された赤外線センサーにより、サイネージをタッチパネルとして使用可能。

※平成 30 年度内に設置予定

- iii. 人感センサー：赤外線レーザーにより広場内の人を検出し、サイネージ前の滞留者数をカウント可能

(4) アイデア：「インタラクティブコンテンツ・コンテスト」

i. 課題感

前述のとおり、チ・カ・ホには特徴的なサイネージが複数設置されていますが、一方で我々は、一利用者として「チ・カ・ホを活性化させるための有用なツールとして十分に有効活用されていない」と感じます。

例えば、チ・カ・ホ内の各サイネージの映像は行政情報や CM などが多く、特に Sapporo*north2 は複数のセンサーを備えている一方で、インタラクティブなコンテンツはごく限られたもののみとなっています。

また、チ・カ・ホは通行や周辺施設への連絡に利用されることから、サイネージの配信内容は素通りされることが多く、イベント開催時を除くと、立ち止まってサイネージを見る人は多くありません。

よって、通行者に対して強い訴求力を持つコンテンツが継続的に生まれるような仕組みを作ることで、サイネージや広場という資産を有効活用し、チ・カ・ホをさらに活気ある空間にすることができると考えます。

ii. 一次コンテスト：アイデア募集

上記の課題感を踏まえ、特に多機能かつ特徴的なサイネージを備えた Sapporo*north2 を舞台にし、**「思が近づいて、動かしたくなるサイネージ」**をテーマとしたインタラクティブなコンテンツのアイデアを募集します。

一次コンテストでは、アイデアベースでの応募を受け付け、資料提示・プレゼンなどを求めた上で下記の基準により審査を行い、2～3 作品程度の選考通過者を選定します。

- わかりやすさ：利用者にコンテンツの意図が伝わるか、また多くの説明なしに容易に操作ができるか
- サイネージ及び空間活用の有効性：センサーを有効活用したインタラクティブ性があるか、特徴的な画面構成を用いた独創性があるかなど、ツールの有効活用がなされているか
- ゲーム性・エンターテインメント性：ゲーミフィケーションの要素など、歩行者の興味関心を引き、足を止めさせるような面白さがあるか
- 情報発信力：扱う情報の有用性や、スマホとの連動のような外部発信など、歩行者の関心を引く情報発信の要素があるか。
- 実現可能性：広場の利用規約やコンセプト、機器仕様などに照らして実現可能なアイデアか

なお、アイデア募集に当たっては、各種機器の仕様や広場のコンセプト、利用規約などを広場管理者のご協力により取りまとめ、前提情報として提供することとします。

iii. 二次コンテスト：実開発

一次コンテストの通過者には、一定の開発期間を設け、実際にコンテンツの開発を行っていただきます。

開発された各コンテンツは全て、一定期間 Sapporo*north2 で配信し、歩行者が利用できるようにします。

各コンテンツの配信時間中は、**「広場に設置された人感センサーによってそれぞれの滞留者数を測定し、コンテンツの訴求力を客観的な数値データにして競うことで、最優秀作品を選定します。」**

iv. 入賞作品の特典

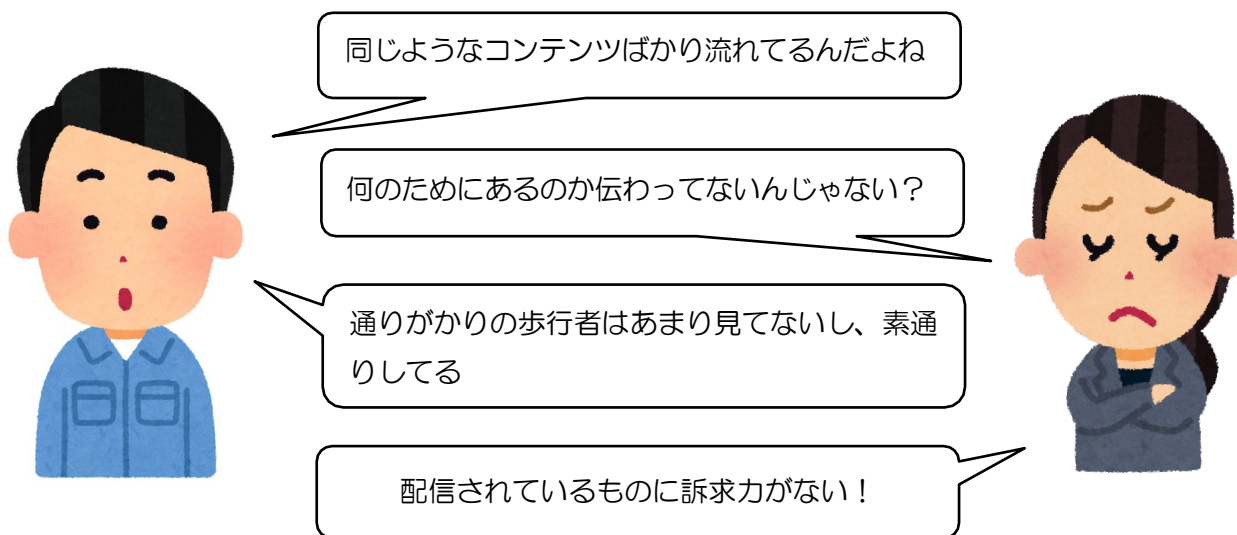
二次コンテストに進出し実際に開発されたコンテンツは、コンテスト後も一定頻度で継続配信されることとし、最優秀作品の開発者には賞金を授与します。

(2) アイデアの理由（公開）

このアイデアを提案する理由について、それをサポートするデータを根拠として示しつつ 2 ページ以内で説明してください。ここではアイデアの必要性、効果を確認します。データとは、統計類の数値データやアンケート・インタビューなどの資料や関連の計画、既存の施策などの定性データのことを総称します。データは出所を明らかにしてください。

(1) アイデアソンにおける参加者意見

札幌市・NoMaps 実行委員会主催の「さっぽろエリマネアイデアソン」では、チ・カ・ホのサイネージについて、参加者から以下のような声が寄せられました。

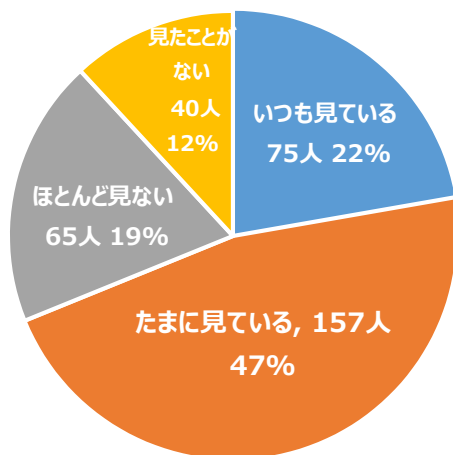


(2) チ・カ・ホ歩行者に対するアンケート結果

上記のような課題感に関連する情報として、札幌市が 2018 年 10 月にチ・カ・ホ歩行者を対象として実施したアンケートでは、以下のような集計結果が出ています。

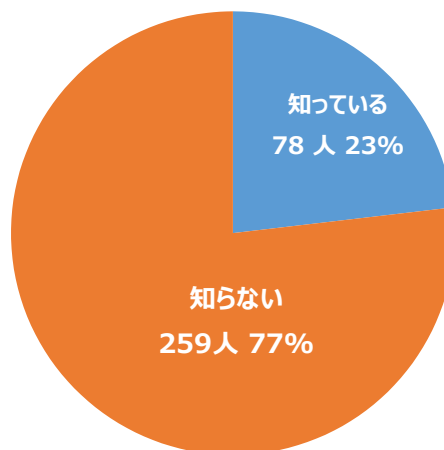
【チ・カ・ホのビジョン放映の閲覧状況】

Q：チ・カ・ホのビジョン放映は、ご覧になっていますか？



【チ・カ・ホのコンセプトの認知度】

Q：札幌市が取り組んでいる「札幌市ICT活用戦略」において、チ・カ・ホが、最先端のサービスを集積する「ICT活用のショーケース」として位置付けられていることを知っていますか？



アンケートによれば、「ICT 活用のショーケース」というチ・カ・ホのコンセプトを 8 割近くの人が知らないことが明らかになっており、サイネージの存在についても、先進的で多様な活用を目指して運用されていることが認知されていないということが予想されます。

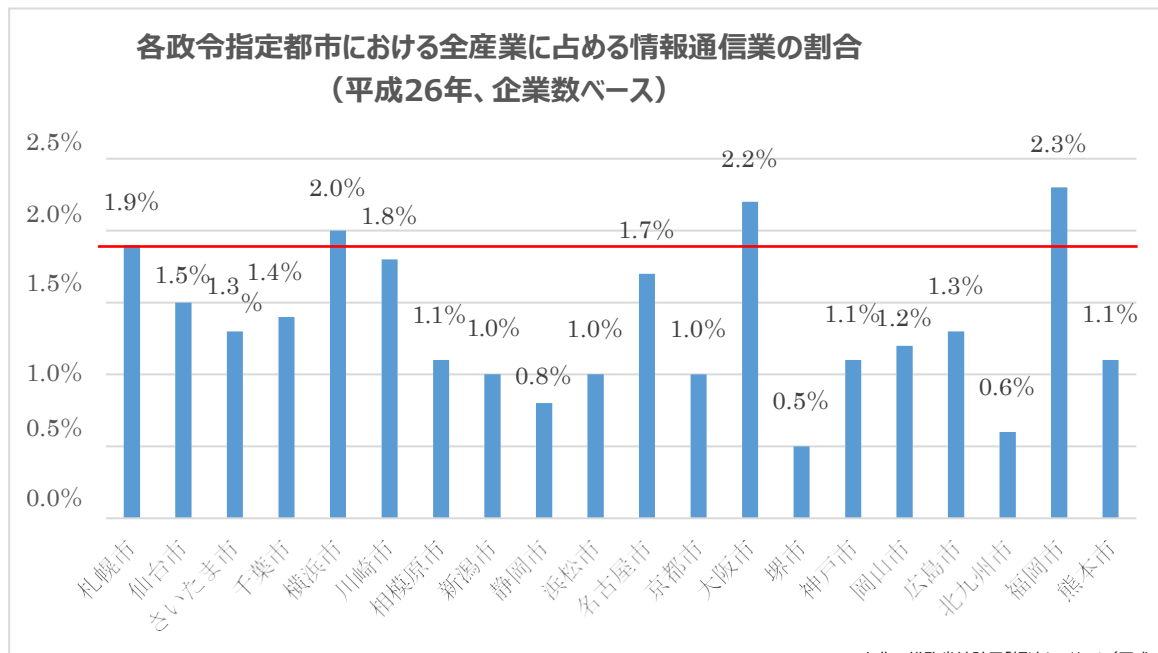
また、サイネージの閲覧状況に関しては、全体の 3 割以上の人々がほぼ見ておらず、見ていると答えた人の大半もたまに見る程度と答えていることから、恒常的に集客できるような訴求力のあるコンテンツとなっていないことが推測されます。

そこで、「ICT のショーケース」というコンセプトに合致したインタラクティブなコンテンツをより多く生み出すことで、広場の趣旨がより広く認知され、広場そのものへの興味関心につながるものと考えます。

また、インタラクティブ性のあるコンテンツは、「足を止めて操作することが前提のコンテンツ」であることから、それらが歩行者の関心を引くようなエンターテインメント性などを備えるものであれば、従来素通りしていた歩行者を引き留める訴求力を発揮するものと考えます。

(3) IT・クリエイティブ産業が集積する札幌市

札幌市は、下記グラフのデータなどでも示されるように、全国でも有数の IT 企業の集積地となっています。



また、札幌市は、ユネスコの「創造都市」に「メディアアーツ」(IT などの新しい媒体を用いた創造的活動)の分野で登録されるなど、文化芸術やコンテンツ産業なども盛んであり、多くの優れたクリエイターを輩出しています。

このように、札幌は IT・クリエイティブ産業に強みを持つ都市であることから、チ・カ・ホのサイネージのコンテンツを検討するに当たっては、地場のエンジニアやクリエイターなどから広くアイデアを募る仕組みを構築し、継続的に優れたコンテンツが生まれる土壌を生み出していくことが有用であると考えます。

(3) アイデア実現までの流れ（公開）

アイデアを実現する主体、アイデアの実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）の大まかな規模とその現実的な調達方法、アイデアの実現にいたる時間軸を含むプロセス、実現の制度的制約がある場合にはその解決策等、アイデア実現までの大まかな流れについて、2 ページ以内でご記入ください。ここでは実現可能性を確認します。

(1) 実現する主体

本アイデアのチームメンバーが中心となり、札幌市・NoMaps 実行委員会・その他市内関係団体などと連携・協力しながら実施します。

(2) 実施体制

札幌市では例年Sapporo*north2 運営業務の一環として、広場における ICT 活用の取組発信を目的としたイベントを企画・開催していることから、本アイデアに基づき実際にイベントを開催するに当たっては札幌市との共催とし、市の広場イベントの一環に位置付けていただくことで、必要な資源の調達にご協力いただくことを想定しています。

(3) 必要な資源の調達

	必要な資源	規模	調達方法
ヒト	イベント詳細についての企画・調整	2～3 名	本アイデアのチームメンバーを中心として稼働
	コンテスト応募者（応募予定者）への技術的支援	2～3 名	札幌市及び広場運営業務の受託事業者にご協力いただく想定
	コンテンツアイデアの募集段階からコンテスト当日までの事務局運営	10 名程度	本アイデアのチームメンバー、札幌市及び広場運営受託事業者、NoMaps 実行委員会等が協働で稼働
モノ	サインージ及びセンサー類の仕様や利用規約等を整理したマニュアル類（応募予定者への事前提供用）		札幌市のご協力の下、広場運営業務の受託事業者が業務内でご用意いただく想定
	コンテンツ募集要項		本アイデアのチームメンバーを中心として、協力団体から技術的な助言・支援をいただきながら作成
カネ	会場費		札幌市との連携体制の下、Sapporo*north2 を無償利用可能
	開発コンテンツの配信に係るシステム運用・保守費等		札幌市が行う通常の Sapporo*north2 運営業務において実施する想定のため、追加費用は不要
	最優秀作品への賞金	10～20 万円程度	札幌市広場イベントの一環としての開催により、Sapporo*north2 運営関係予算から捻出いただくことを想定

<実現までのスケジュール>

- 協力団体（札幌市・NoMaps 実行委員会など）との連携体制調整・確立：～平成 31 年 1 月下旬
 - 応募者がコンテンツを設計するために必要な情報（サインージ及びセンサー類の仕様や規約等）の定義・整理・マニュアル化：～平成 31 年 3 月下旬
 - コンテンツアイデア募集要項の作成：～平成 31 年 4 月下旬
 - イベント告知及びコンテンツアイデア募集期間：平成 31 年 5 月上旬～6 月下旬
 - 一次コンテスト開催：平成 31 年 7 月中旬
 - 一次審査結果公表：平成 31 年 7 月下旬
 - 二次コンテストに向けたコンテンツ開発期間：平成 31 年 8 月上旬～11 月上旬
 - 二次コンテスト期間（コンテンツ配信・集客測定期間）：平成 31 年 11 月下旬～平成 32 年 1 月下旬
 - 集客数の結果及び最優秀作品の公表：平成 32 年 2 月中旬
 - イベント開催結果のまとめ：～平成 32 年 3 月下旬
- ⇒結果を踏まえて開催内容を見直し、翌年度以降の継続実施を目指す