

COG2025 応募内容確認書

ID	10-7-1
自治体名	東京都目黒区
自治体提示地域課題	データで掘り起こす“知られざる目黒の魅力”の再発見と発信
チーム名	東京都立産業技術大学院大学 田部井PT 目黒区チーム
アイデア名	街を「体験」に変える。参加型ローカルマップ・プラットフォーム「MeguroCal」
チーム属性	学生：学生（ ）だけで構成されたチーム
チームメンバー数	4
代表者	田井 弘次
メンバー（公開）	田井 弘次, 鈴木 佑弥, 松本 健二郎, YanYun Zen

【確認事項】

- < 応募のPDFファイル名と送付先 > 確認しました。
- < 応募内容の公開 > 確認しました。
- < 知的所有権・肖像権 > 確認しました。問題ありません。



アイデア名

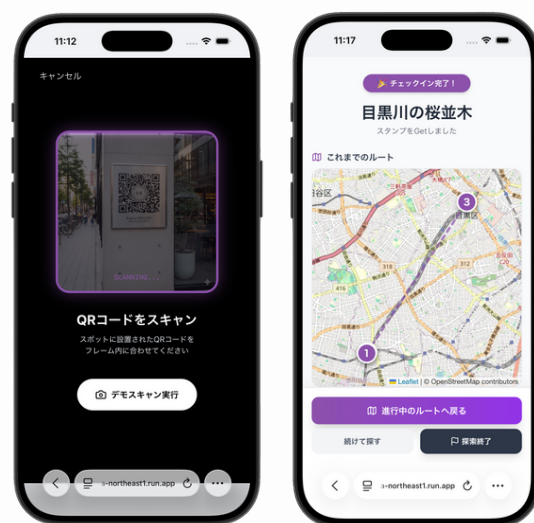
街を「体験」に変える。 参加型ローカルマップ・ プラットフォーム 「MeguroCal」

該当する自治体名

東京都目黒区

自治体提示の地域課題

データで掘り起こす“知られざる目黒の魅力”の再発見と発信



チーム名

東京都立産業技術大学院大学 田部井PT 目黒区チーム

1. アイデアの全体像

本提案の基本的な考え方

区民がクリエイターとなり、街を「体験」に変える。

参加型ローカルマップ・プラットフォーム「MeguroCal」

- 本プロジェクトでは、目黒区が挙げている「魅力の可視化」「多様な情報源の利活用」「区民視点の発信」といった課題に対して、区民が観光ルートを自ら構築し、訪街者に対して提案するローカルマップ・プラットフォーム「MeguroCal」を提案する。
- 目黒区の「歩きやすさ（Walkability）」と「知られざる目黒の魅力」を掛け合わせ、区民参加型で観光ルートを編集・発信するデジタルプラットフォームを構築する。
- 有名なスポットへの「点」での訪問で終わらず、区民だけが知る路地や名店、風景を繋ぎ合わせたストーリーのあるルートを「線」として可視化する。
- 街中に設置されたQRコードを通じ、行動のきっかけ（ナッジとゲーミフィケーション）を仕掛けることで、思わず「次の場所に行きたくなる」「楽しみながら歩く」探索体験を提供し、健康増進と地域活性化の循環を同時に実現する。

What（何を）

サービス名：区民参加型ローカルマップ・プラットフォーム「MeguroCal」

活動内容

- 「推しルート」のデジタル化：区民や通勤・通学者がクリエイターとなって、自分の好きな目黒区の風景・店・歴史を繋いだ散策ルート（例：7つのスポットを紹介する「目黒七福ルート」、目黒の坂を踏破する「目黒・坂コンプ」）を作成する。ガイドブックには載らないリアルな情報をプラットフォーム上で公開し、街の新たな魅力を可視化する。
- 「歩きたくなる」仕掛け：スタート地点となる商店街や公園などの「いつもの場所」にQRコードのチェックポイントを設置。チェックイン時に「5分歩けば、昭和レトロな喫茶店あり」「500m先に穴場の桜スポット」といった、つい行ってみたくなるナッジ情報を提供し、予定外の回遊と歩行を自然に誘発する。
- 「ディープな目黒」の体験：クリエイターが提供するローカルでニッチな情報は、定番スポットだけでは満足できない来街者の好奇心を刺激する強力なコンテンツとなる。これにより、「歩くほどに発見がある街」として、目黒区の新しい都市ブランドを確立する。

新規性

- 行政が作った画一的なマップではなく、「生活者の視点」をユーザー生成コンテンツ（UGC）として観光資源化する点
- デジタル情報で物理的な「歩く行動」をデザインする点

Who（誰が）

- 企画・運営・検証：目黒区のサポートの元、都立産技大チームが実施

Who（誰に）

- 「伝える」区民
 - 対象：目黒区に愛着を持つ在住者、在勤者、学生
 - 提供価値
 - 自身の「推し」情報を発信し、誰かに楽しまれることで、地域への愛着が高まる
 - ルート作成のための探索を通じて、自身も「つい歩いてしまう」健康習慣が身につく

提案するアイデアの内容

- 「体験する」訪街者・新規住民
 - 対象：目黒川の桜などの定番スポットに来た観光客、まだ街に不慣れな新規転入者
 - 提供価値
 - ガイドブックにない、リアルな「目黒」を知り、楽しむ
 - スポットを巡ることで、運動を意識せずとも自然と歩行量が増え、健康増進に繋がる
- 「場を提供する」地域事業者・行政
 - 対象：区内の商店、飲食店、公共施設、地元企業
 - 提供価値
 - QRコードのチェックポイントとなることで、目的外の新たな来客の獲得に繋がる
 - 点と点が繋がることで、地域全体の賑わいを創出する

When (いつ) & Where (どこで)

- 目黒区に向かう前、到着したとき、訪れるサービス
- いつもの場所で見つけた、QRコードを読んで、訪れるサービス

プラットフォーム利用の流れ



How (どのように)

ナッジとゲーミフィケーションを用いたコンテンツの生成：

- QRコードチェックインの実現
 - 目黒区内各所にQRコードを設置
 - QRコードを読みたくなる小さな報酬を提示する
 - トリビア：そのスポットにまつわるエピソードを紹介する
 - 限定コンテンツ：そのスポットにまつわる画像やスタンプを配布
- 歩きたくなる仕掛けづくり
 - QRコードを徒歩圏内に高密度に設置する
 - 次のQRコードを探すように仕向ける提案を行う
 - ミッション提示：クイズ形式で次のスポットを紹介
 - スタンプラリー：図鑑のように訪問したスポットを記録していく
 - レコメンド：ユーザーの関心に近いスポットを提案する
- 続けてもらう仕組み
 - ルートはユーザー生成コンテンツ（UGC）として自動生成、Webで共有
 - ルートの人気度を競うランキング
 - ルートの独自性を評価するゲーム性
 - 称号：アチーブメントごとに称号が入手でき、それを他人に表示することができる
 - 記録：距離や時間など定量的な数字を記録し、比較できるようにする
 - 自己分析：ルートの特徴を分析することで、自分の歩行特性を知ることができる



図.プラットフォームによる
ルート生成

2. アイディアの理由

理由の ポイント

「埋もれた観光資源」×「人流ポテンシャル」×「高いWalkability」

- **魅力と認知のギャップ**：アンケート調査では区民・来街者が認める「緑」や「商業」の魅力があるにもかかわらず、国際的な観光認知度が低い状況にある。
- **都市構造のポテンシャル**：人流データ分析に基づく、目黒区は「暮らしに適したエリア」かつ「区外からの訪問よりも区内からの外出が多いエリア」に分類される。一方で、区内全域が高い「歩きやすさ（Walkability）」を備えた都市構造であり、各地の観光資源と合わせて「歩く楽しさ」を提供できる「観光に適した街」のポテンシャルがある街と言える。
- **回遊型への変革**：以上より、多様な魅力を区民発で可視化するプラットフォームを提供することで、通過する街から「回遊・滞在する街」へと変革できる確実な素地があると考えられる。

魅力分析：多様な観光資源と低い国際的認知の乖離

目黒区が令和3年に区民および、区外居住者に対して行った、目黒区のまちに対する区民等の意識調査^[1]によると、区民は「桜並木など美しい景観がある」「みどりが充実している」などの緑地的価値を、区外居住者は「魅力的な店舗が充実している」「魅力を感じる商店街がある」といった商業的価値を高く評価しており、多彩な魅力が存在することが裏付けられている。

一方で、訪日外国人向け観光情報サイトであるJapan-Guide.comに掲載されている「Top attractions in Tokyo^[2]」の81件のリストの中には、目黒区のスポットが一つも掲載されていない。この事実は、目黒区には魅力的な資源があるにもかかわらず、対外的な発信やブランディングが不足していることを示しており、「隠れた魅力を掘り起こし、可視化する仕組み」の導入が必要であることを示している。

根拠と 裏付け

順位	項目	区民 回答者数=702	区外居住者	
			通勤・通学者 回答者数=300	来街者 回答者数=300
1	区外への交通アクセスが充実している（目黒区への交通アクセスが充実している）	66.1%	19.0%	17.7%
2	閑静な住宅地である（閑静な住宅地がある）	62.4%	34.7%	25.0%
3	治安の面で危険を感じるエリアが少なく、安心して過ごせる	58.7%	9.7%	10.0%
4	桜並木など美しい景観がある	50.4%	26.7%	30.3%
5	職場に行きやすい	44.2%		
6	まちに清潔感がある	31.9%	11.3%	11.3%
7	みどりが充実している	30.8%	12.0%	13.0%
8	高い建物が少なく、都内ではゆとりがある（高い建物が少なく、都市部ではゆとりがある）	30.1%	6.7%	5.3%
9	広場や公園など集える・憩える場がある	27.6%	13.0%	13.7%
10	地震・火災・水害など災害の心配が少ない	27.1%	3.3%	2.0%
11	公共施設や銀行などが充実している	26.5%	14.7%	7.7%
12	おしゃれで魅力的な店舗が充実している	24.9%	48.0%	58.0%
13	魅力を感じる商店街がある	24.1%	27.3%	24.7%
14	区内での移動手段が充実している	24.1%	7.7%	7.0%
15	歩きやすい歩道が整備されている	23.8%	20.0%	16.0%

※区民アンケート調査は無回答を除く。

※()内は区外居住者アンケートでの項目 ※区外居住者アンケートでは「職場に行きやすい」は項目として設けていない。

出典：目黒区「区民アンケート調査、区外居住者アンケート調査」（令和3（2021）年8月）

人流データ分析：「生活型」から「観光型」への移行ポテンシャル

第6回東京都市圏パーソントリップ調査^[3]の大規模データを用いて、特徴量を抽出する主成分分析を行い、その結果をポジショニングマップ*にプロットしたところ、現在の目黒区は暮らしに適した「生活型」かつ区外への流出が区内への流入より多い「区外志向型」のエリアであると想定された。

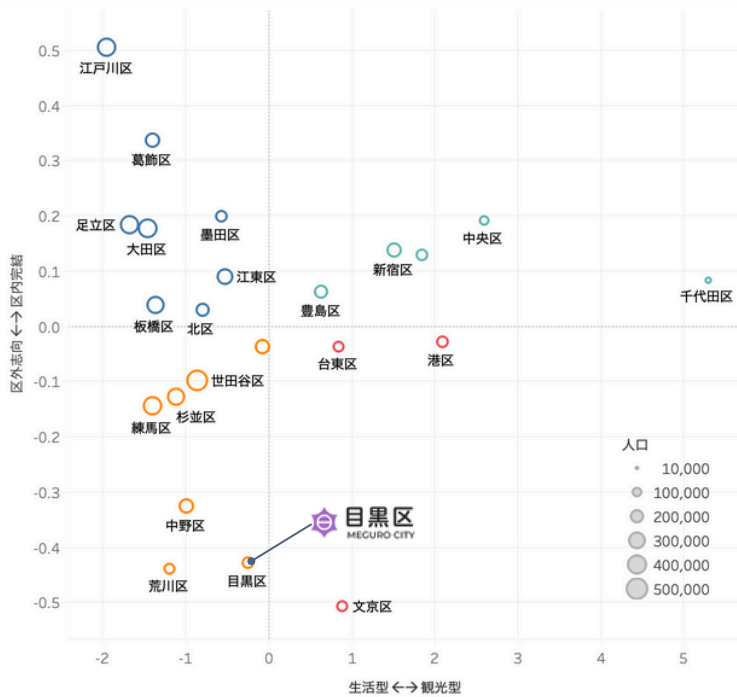


図. 目黒区のポジショニングマップ

出典：第6回東京都市圏パーソントリップ調査を元に集計

一方で、目黒区は文京区や台東区など、観光に適した「観光型」エリアに隣接した位置にあり、周辺からの流入を受け入れるポテンシャルを有していることが示唆される。現状は「特定のスポット（例：目黒川の桜）だけを見て帰る」状況と推測されるが、その周辺地域の魅力を提示することによって、「観光型」かつ区内で回遊する「区内完結型」のエリアヘシフトすることが予測される。

*ポジショニングマップについて

本プロジェクトで、23区の買い物などの私事に関する活動（トリップ）を分析した。分析にあたっては、各区の人口に対する、1. 区内で完結するトリップの量、2. 区外からの来訪トリップの量、3. 区内からの流出トリップの量を算出、それらを主成分分析により次元削減し、各区を流入量（生活型 vs 観光型）と流出量（区外志向 vs 区内完結）の軸で分解した。

歩きやすさ分析：サービス導入に適した都市構造

本提案の核となる「歩行」の実現可能性を検証するために、目黒区が公開するオープンデータカタログから区報「めぐの日記^[4]」掲載スポットの住所データを収集し、スポットごとのWalk Score^[5]（歩きやすさの指標）を算出した。その結果、大半のスポットがWalk Score 81以上という極めて高い評価を示した。これは、目的地までのアクセス性や周辺環境が高水準で整っていることを意味し、歩く動機付けを導入するだけで、散策の促進効果が発揮される環境にあると推測される。



図.めぐの日記WEBサイト上で紹介されているマッピング

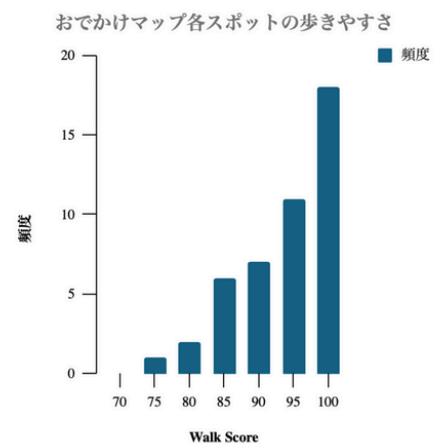


図.めぐの日記おでかけマップに登場するスポットのWalk Scoreの分布

現状分析：フィールドワークによる課題と魅力の発見

目黒区がホームページで提供している「めぐろウォーキングマップ^[6]」を使用し、チームメンバーで掲載されているルートを実際に歩いて検証した結果、以下の発見があった。

- **隠れた魅力**：実際に歩くことで、普段は行かないスポットなど新たな目黒区の魅力を発見できた
- **情報不足**：反面、掲載スポットが少なく、散策ルート上の見どころが乏しい
- **使いづらさ**：文字と画像のみの情報提供で、事前にGoogleマップへ目的地を登録する必要がある

3. 実現までの流れ

産官学民の連携による「共創型」推進体制

本プロジェクトは、プラットフォームの開発とデータ分析を都立産技大チームが主導し、行政のサポートのもと目黒区での実証実験を実施、コンテンツの生成を区民が担う役割分担で推進する。

- プロジェクト統括・開発・検証：都立産技大チーム
 - プラットフォームの開発、UXデザイン（ナッジ実装）、データ解析、効果検証
- 支援：目黒区
 - 実証フィールドの使用許可、Proof of Concept(概念実証、PoC)のための市民への呼びかけ
- コンテンツ作成：目黒区民、在勤・在学者
 - ルート情報の作成、サービステスターとしてのPoCへの参加

「あるものを活かす」ことでフェーズ0/フェーズ1の確実な実行を実現する

ヒト

- 都立産技大の学生が大学や研究室のリソースを活用し、プラットフォームの開発とフェーズ1の運営を遂行する

モノ

- 区民参加型のユーザー生成コンテンツ（UGC）を基本とすることで、コンテンツの調達コストをゼロにする
- システム基盤にクラウドサービスを使用することで、小さくはじめることのできるスケラビリティのある運用を行う
- 目黒区が公開している「みどりの散歩道^[7]」や「目黒の坂^[8]」などの既存情報を初期コンテンツとして活用する

カネ

- 高価なビーコンやセンサーではなく、安価で量産可能な「QRコード」を各スポットに置いていただくことで低コストでチェックポイントを大量に用意する
- フェーズ0および1では都立産技大のPBL活動の一環として、学内の活動費を利用し、外部からの大規模な資金調達を待たずに着手する

スモールスタートで成功モデルを作り、全域へ拡張する段階的なプロセス

- フェーズ0（開発・プロトタイピング: 2025年度、場所：都立産技大校内）
 - 2025年4月より、歩行意欲を高める各種手法について学内で調査検討
 - 2025年10月より、それら手法を取り入れたプロトタイピングを実施*
 - 2025年12月-2026年1月で、学内での予備実験を予定
- フェーズ1（実証実験: 2026年度、場所：目黒川周辺エリア（仮））
 - 2025年12月目黒区への提案を実施
 - 2026年1-3月で、実証実験に向けて協議
 - 2026年春に実証実験として桜シーズンの目黒川周辺でのパイロット導入を目指す
- フェーズ2（展開・拡張: 2027-2029年度、場所：目黒区全域）
 - フェーズ1での効果検証に基づき、対象エリアを住宅街や商店街全域へ拡大。飲食店などの地域事業者と連携することで地域活性化効果を高める。

実現する主体

必要な資源と調達方法

実現までのプロセスと時間軸

* MeguroCal
プロトタイプ



持続的かつ安全な運用のための想定リスクと対応策

- 歩きスマホによる事故
 - サービスの思想として、ルートのスタートとゴールでのみ開く設計とし、移動中に開く理由を作らない
 - QRコードは立ち止まって安全に読み込める場所に限定して設置する
- 適切なQRコードの管理
 - 改ざん防止：区や店舗の施設内など、改ざんリスクの低い場所への設置を検討する
- プライバシー・個人情報
 - 位置情報の取得は行わず、ルートの作成はQRコードの読み込みをトリガーとする
 - 個人情報の取得と管理に関しては「東京都立産業技術大学院大学における研究データの保存等に関するガイドライン」「東京都公立大学法人における個人情報の適正な管理に関する規程」に基づき、適切な運用を行う
- 効果検証
 - 各種施策が目指す効果をもたらすことを示すために、プラットフォームの利用ログと人流データを組み合わせて統計解析し、「どれだけ人が動き、健康効果があり、地域活性化に影響があったか」を定量的に検証、下記のSDGs目標に対して効果測定を行う
 - Goal 3（すべての人に健康と福祉を）：歩数や歩行距離から、運動習慣の定着度と健康増進効果を検証
 - Goal 11（住み続けられるまちづくりを）：地域スポットへのチェックイン数やリピート率から、地域への愛着の向上を検証
 - Goal 17（パートナーシップで目標を達成しよう）：公共施設・地域事業者の商店や飲食店の訪問数から、地域活性化の程度を検証

想定リスクと その対応策



出典：国連広報センター「持続可能な開発目標（SDGs）」

参考文献

- [1] 目黒区, 目黒区のまちに対する区民等の意識調査(令和3年), https://www.city.meguro.tokyo.jp/documents/792/0013_reference_1.pdf
- [2] japan-guide.com, Top attractions in Tokyo, <https://www.japan-guide.com/>
- [3] 東京都市圏交通計画協議会, 第6回東京都市圏パーソントリップ調査(平成30年実施), https://www.tokyo-pt.jp/special_6th
- [4] 目黒区, めぐりの日記, <https://www.city.meguro.tokyo.jp/kusei/kouhou/megurokuhou/megusdiary/index.html>
- [5] Walk Score, Walk Score, <https://www.walkscore.com/>
- [6] 目黒区, めぐろウォーキングマップ, <https://www.city.meguro.tokyo.jp/kenkousuishin/kenkoufukushi/kenkou/megurwalkingmap.html>
- [7] 目黒区, 目黒の坂, <https://www.city.meguro.tokyo.jp/bunkasports/areanavi/sanpo/index.html>
- [8] 目黒区, みどりの散歩道, <https://www.city.meguro.tokyo.jp/bunkasports/areanavi/sanpo/index.html>