

事例No.	3291
公表年度	R6
団体の属性	特別区
団体名	東京都文京区

事例区分	DX
------	----

タグ	<ul style="list-style-type: none">・ 観光・ ICT・ 新たな政策手法の確立・活用
----	--

事例種類	地域資源の活用
------	---------

事例内容・タイトル

デジタルマップ×地域資源を活用した自走型シティプロモーションモデル立証のための実証事業

出典

地方自治研究機構 先進事例調査研究（令和6年度）

デジタルマップ×地域資源を活用した 自走型シティプロモーションモデル立証のための実証事業

取組のあらまし

- 取組団体 東京都文京区
- 取組内容 デジタルマップを活用し文京区の地域資源「坂」をめぐる周遊促進イベントを開催。NFT アートとしての販売機能を内包し、自走型シティプロモーションを目指す取組。「文京共創フィールドプロジェクト」採択事業
- 推進体制 3名（令和5年度）
- 予算等 6,962千円（令和5年度）

1 東京都文京区の概要

- 人口 23万2,177人 令和6年1月1日現在（住民基本台帳人口）
- 職員数 1,862人 令和6年4月1日現在（一般行政部門）
- 総面積 11.29km² 令和6年1月1日現在（国土地理院「全国都道府県市区町村別面積調」）

図表 1 東京都文京区の位置図



出所：文京区ホームページ

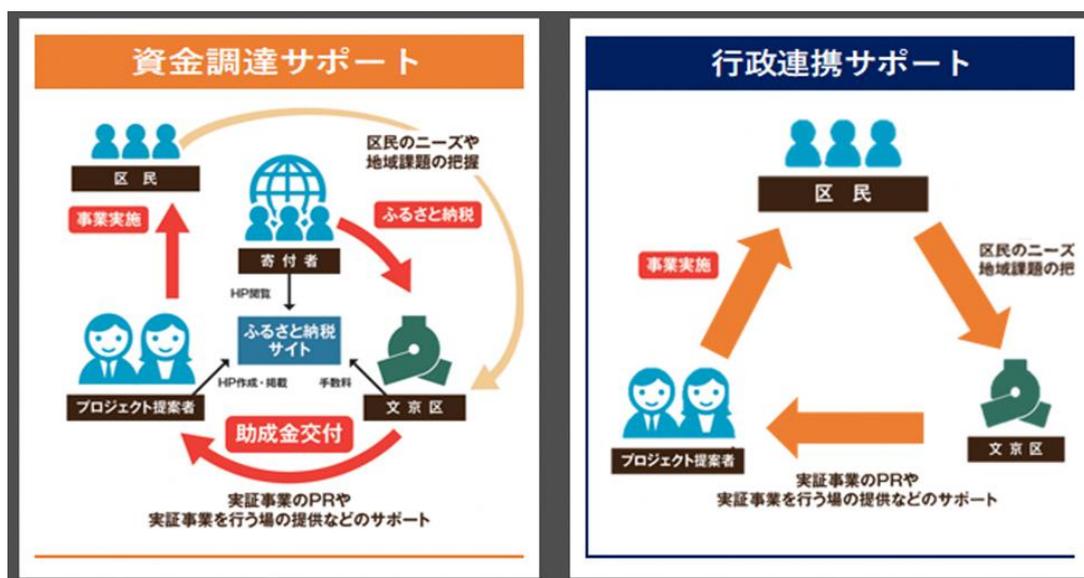
2 取組の背景・目的

(1) 地域課題解決を支援する「文京共創フィールドプロジェクト」

「坂の多いまち文京区の特性を生かした自走型シティプロモーションモデル立証のための実証事業」（以下、「自走型シティプロモーション実証事業」という。）は、文京区が実施する「文京共創フィールドプロジェクト（B+¹）」（以下「B+」という。）の令和5年度採択事業として実施された。運営は「ジオ・マーク株式会社」が担った。

B+では、地域課題や社会的課題の解決を目的としたスタートアップ企業や大学等が実施する先進的・画期的な技術等を活用した実証事業の実現を支援している。令和4年度から始まった事業で、令和6年度で3期目を迎えている。B+の支援内容は、大きく分けて「資金調達サポート」と「行政連携サポート」に分類される（図表2）。「行政連携サポート」では、先進的・画期的な技術等による実証事業について、企業等及び文京区の関係部署とのマッチング支援、区有施設等での実証実験の場の提供、広報物を活用した実証事業の周知等の支援を行っていた。「資金調達サポート」では、「行政連携サポート」の支援内容に加えて、ガバナメントクラウドファンディングによる資金調達支援を含んでいる。

図表 2 文京共創フィールドプロジェクトの支援内容



出所：文京区ホームページより当機構作成

¹ 「B+」は事業の愛称。
「文京区と一緒に」、「文京区の価値をプラスにする（高める）」の意味が込められている。

（2）自走型シティプロモーション実証事業に対する文京区としての期待

文京区では、多彩な地域資源を活用した観光振興を重要な課題と捉えていたが、「坂」を地域資源とした観光需要の不確実性、地域資源を活かした効果的な観光プロモーションの不足、補助金などの外部支援に依存せず、自立して運営できる持続可能な観光モデルの未確立、などが理由で、課題解決が困難であった。地域資源を生かしながら補助金に依存しない自走型の観光事業が実施可能か検証するため、自走型シティプロモーション実証事業に至った。

文京区は、当事業の推進に向けて、区の広報媒体や SNS を活用し当事業の積極的な周知を図るほか、庁内の観光担当部署や観光協会等の事業関係者への協力依頼を実施した。

3 取組内容

（1）自走型シティプロモーション実証事業の概要

自走型シティプロモーション実証事業は、文京区の坂の魅力を活用し、坂をデジタルイラストマップ「GEO MARKS²」にマークし情報発信することで認知度を高めるとともに、坂ゆかりの NFT を各スポットで販売し、持続的な運用の実現可否を検証する事業である。

観光客に向けては、当実証事業は、「時間旅行者『京丈文哉』の名坂物語」のタイトルのもと令和6年1月15日（月）～3月17日（日）までの期間で開催された。当実証事業が、参加者に提供する体験の流れ及び特徴は以下の通りである（図表3）。

- ① デジタルイラストマップで魅力的なスポット（坂）を発見する
- ② 参加者は興味のある坂のピンをタップすることで、坂にまつわる物語を画像と共に楽しむことができる（図表4）。
- ③ 実際に、現地を訪問
- ④ デジタルイラストマップ上で現在地を確認しながら現地に向かう
- ⑤ スマホの GPS を利用し、現地でチェックイン
- ⑥ NFT を購入し、現地での体験や思い出をデジタル保存

現地でチェックインした参加者のみが NFT を購入できる。人気声優を起用したデジタル音声 NFT や人気クリエイターが手掛けたアート NFT 商品等が取り揃えられている。

² 「ジオ・マーク(株)」が開発したデジタルマップ制作管理クラウドサービス複数の自治体や観光協会でも利用され、地域の魅力発信に加え、観光窓口の対応負荷軽減、エリアガイドのペーパーレス化等で効果を上げてきた。

4 成果・課題

(1) 取組の成果

自走型シティプロモーション実証事業がもたらした成果として、以下の点が挙げられる。

ア 地域の魅力的なスポットに収益性を付与した点

メジャーな観光地ではないものの、特定のファン層に支持される「坂」に着目し、新たな観光資源としての可能性を見出した点が評価される。坂自体が入場料などの従来の方法で収益を生むことは難しいが、NFTを活用することで収益化を試みた点に工夫が見られる。今後は、この手法による事業の継続可能性を検証することが課題となる。

イ 観光客の周遊データを蓄積できた点

NFT スポットでのチェックイン回数は 873 回に達し、NFT の売上は 139,460 円を記録した。アンケート結果から、声優やデザイナーなどの作り手のファン層は、今回の設定価格（1,000 円）が妥当であるとの認識していることが示された。

(2) 今後の課題

本取組により、「坂」の魅力をシティプロモーションに活用する可能性が確認できたことを踏まえて、今後は、来訪者のアクセス回数や経路などの行動履歴データを活用したイベント設計の実現可能性を検討する必要がある。また、「坂」以外のニッチな観光施策によりリピーターを確保できるかについても、引き続き検証が求められる。

関連・参考資料

文京区ホームページ「文京共創フィールドプロジェクト（B+）」

<https://www.city.bunkyo.lg.jp/b001/p005974/index.html>

ジオ・マーク株式会社ホームページ「GEO MARKS(デジタルイラストマップ)」

<https://app.geomark.co.jp/bunkyoku-saka>

READYFOR ホームページ「地域の宝の収益化と持続可能性を実証したい」

<https://readyfor.jp/projects/bunkyo-saka>