

## 東京都オープンデータアプリコンテスト 参考アイデア一覧

子供・子育て	コロコロ台東区
課題設定	単身時代と同様の気軽さで外出できるようにする
課題設定の考え方	乳幼児のいる家庭の多くがベビーカーを使って外出したいと考えているが、実際に公共交通機関でベビーカーを使用しているのは乗客の 2%に過ぎず、世間にベビーカーが邪魔者扱いされがちなので外出を控えストレスを抱える母親が多い。 ベビーカーの認知を高め、利便性を多くの人に知ってもらうことで、これを解決できな いか。
サービス概要	ベビーカーを利用できるベビーカーマークのある店舗をマップで表示でき、ベビーカーのシェア情報も提供する
主に必要な情報	(1) 公共施設、駅などのバリアフリー情報 (2) ベビーカーマークのある店舗の情報
評価点	保護者の外出だけでなく、ベビーカー活用による旅行者の荷物運搬に応用できるなど、 解決できる課題も広がりがある。

障害者福祉	プッシュ型 No-MoRa-Shi アプリ
課題設定	トイレに困ったことがない人 0%を 5%に上げる
課題設定の考え方	2020 オリンピック・パラリンピックでは土地勘のない外国人が急増する。トイレの場所を知らない人に、その人にとって適切なタイミングで最適なトイレが探し出せるよう できないか。
サービス概要	ウェアラブルデバイスに自身のデータを事前に入力しておき、緊急度合いなどに応じた自分に適したトイレを見つけられる
主に必要な情報	(1) 施設のトイレ情報 (2) イベント情報 (3) 天気・気候情報
評価点	生理現象に対しプッシュ通知の観点を取り入れているのがおもしろく、混雑する前に促すことができる。

<b>障害者福祉</b>	このトイレ、メンテナンスされてるの？
<b>課題設定</b>	1人で外出している車椅子利用者がトイレのメンテナンス状況（清掃状況など）を把握できるようにする
<b>課題設定の考え方</b>	障害者がトイレを利用する際は、手すりにつかまって移動するという大変な作業があり、トイレでの転倒経験者が13%もいる。誰しも汚い床では転倒したくない。トイレに行きにくくしている要因の一つは、メンテナンスにあるのではないか。
<b>サービス概要</b>	IoTデバイスでトイレのメンテナンス状況を可視化（トイレットペーパーの残量をセンサーで把握しトイレ評価を指標化）することで、その状況を提供する。 利用頻度の多いトイレには管理予算を適切に振り分けることができ、ユーザー満足度もアップする。
<b>主に必要な情報</b>	トイレの位置情報
<b>評価点</b>	現実的な問題となるトイレ管理のコストにも目を向けて考えられている。

<b>障害者福祉</b>	日野市公共施設（トイレ）案内アプリ ぶるなび
<b>課題設定</b>	視覚障害者が必要な時にトイレの場所がわからない際に自力で探すことができる
<b>課題設定の考え方</b>	外出に必要なトイレなどの情報を得られないがために外出を諦めている人が多くいるという現状から、自力で行くことができることを重要視して情報提供できないか。
<b>サービス概要</b>	(1) 建物内のトイレの場所を振動（音声）で案内 (2) ブラインドトイレ探し選手権（※）を開催しアプリの訴求を図る ※ 視覚障害者と目隠しをした健常者がペアになり、アプリを利用してトイレまでのスピードを競い、使用後のフィードバックを受けて地図データを更新する。
<b>主に必要な情報</b>	(1) 建物内の地図データ (2) トイレ内の設備などの詳細位置データ
<b>評価点</b>	他の障害者への応用も期待できるうえ、訴求方法にまで言及していて、かつその方法が現実的であった。

<b>観光</b>	八丈フルーツレモン Web サイト
<b>課題設定</b>	八丈フルーツレモンの収穫体験ツアーができるように知名度を上げる
<b>課題設定の考え方</b>	新たな目玉農産物になり得る八丈フルーツレモンを、八丈島に来なければ味わえないプレミアムフルーツとして注目を集めることで、収穫期の冬の来島者を増やし、観光振興と農業振興を同時に果たせないか。
<b>サービス概要</b>	Web 上でレシピコンテストや在島高校生・卒業生による発信を実施する。 発信主体を高校生とすることで、卒業後にも地元に愛着を持ち関わることができ、地元での就職のための雇用基盤を作ることもできる。
<b>主に必要な情報</b>	八丈フルーツレモンの情報（調理法、栄養価など）
<b>評価点</b>	観光業の閑散期である 2 月と、八丈フルーツレモンの生産期である 2 月がマッチしていく可能性を感じられる。また、観光業と農業の連携による相乗効果で島内産業の活性化も期待できる。

<b>観光</b>	雨でも満足できるアクティビティメニュー
<b>課題設定</b>	スポーツ目的の来島者を増やし、ストイックなアマチュアアスリートにとっての聖地を確立する
<b>課題設定の考え方</b>	雨の多い気候だからこそシャワーラン、山がちな土地だからこそロードレースと、アマチュアアスリートの向上心やプライドを刺激する取組を発信することで、アスリートを中心とした来島者を増やすことはできないか。
<b>サービス概要</b>	全天候で楽しめるスポーツ情報を提供するウェブサイトを整備する。 スポーツ後の休息メニューとして温泉の情報や飲食の情報も提供し、八丈島の自然そのものを楽しんでもらえるようにする。
<b>主に必要な情報</b>	(1) スポーツイベントの情報 (2) 気候情報 (3) 観光スポット情報
<b>評価点</b>	従来は観光の妨げになっていた雨をハンドルと捉えず、逆転の発想をもってアイデアとしている点に斬新さやインパクトがある。

観光	八丈島島民図鑑 島の暮らしを伝えるウェブサイト
課題設定	20-30代の来島者の島での楽しみを充実させる
課題設定の考え方	サマーアクティビティ目的以外の観光客、とりわけ20-30代の来島者が少ない。その年齢層にマッチする観光資源を提供して来島者を増やすことで観光の振興を行えないか。
サービス概要	<p>観光資源として島の人々の暮らしにフィーチャーし、島民やその人たちの言葉をテーマにしたウェブサイトを作成する。</p> <p>サイトの1ページ目は島民の顔が並んだ島民図鑑とし、島民を年齢・性別別などでクラス分けすることで、同じような世代の人がそこにアクセスし、同じ世代の島民が興味を持つ島の情報にたどり着くことができるようとする。</p> <p>この仕組によって20-30代の若者層の帰島や初めて島に来る人たちに向け、島に対する親しみを生み出す。</p>
主に必要な情報	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 島民が撮影した島の写真（インスタグラム「#八丈島 島民図鑑」）</li> <li>(2) 観光振興に協力してくれる島民の情報</li> <li>(3) 観光スポットの情報</li> </ul>
評価点	普段は観光資源と捉えられにくい「現地の人」が資源であり、オープンデータにもなるというユニークなアイデア。人を見せれば、人は人についてくるという面白い発想で。島の知り合いができると、その思い出をもとにまた来るかもしれない。人をきっかけにするのは良いアプローチである。

観光	観光コンシェルジュアプリ
課題設定	来島者のリピート率を向上させる
課題設定の考え方	島の規模から滞在日数を増やすことは難しいかもしれないで、満足度を向上することで何度も島に来てもらえるようにし、観光消費を増加させられないか。
サービス概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 地元の人が教えてくれる特別な情報（カフェの町、居酒屋の町、星の町）をおすすめ観光ルートとして提供</li> <li>(2) 提供情報や対応者への評価をフィードバックし島民のホスピタリティも向上させる</li> </ul>
主に必要な情報	観光スポット情報
評価点	観光振興と人材育成の二面で活用が考えられている広がりのあるアイデアである。

観光	エリア別の産業を活かした特性を創出
課題設定	減少している観光消費を1割増やして商店街を元氣にする
課題設定の考え方	観光客が増えているにもかかわらず滞在時間が減少しているので、観光消費額が減少している。区内の地域によって活気の差があるので、回遊性を高め、滞在時間の延長、さらには消費の喚起につなげたい。
サービス概要	「体験したいこと」や「興味があること」を入力すると、各エリアの体験イベント情報などのおすすめの回遊コースを、個人の個性・嗜好に合わせレンタサイクルなどの交通手段と共に案内してくれる。
主に必要な情報	(1) アピールできる産業や伝統文化、コト体験情報などのエリアごとの情報 (2) レンタサイクル貸出場所 (3) イベント開催情報
評価点	伝統文化という「安心感」とアプリによるコース案内という「ミステリー感」を同時に感じてもらえる魅力的なサービスで、外国人観光客だけでなく、日本人観光客にも楽しんでもらえそうだ。

観光	ナイトタイムエコノミー
課題設定	観光客の滞在時間を平均2.0時間伸ばす
課題設定の考え方	インバウンド増加の反面、1人当たりの消費額が減少し、平均滞在時間も3時間と短い。日中だけでなく、夜も台東区に滞在してもらうことで消費を喚起（夕食、買い物）できないか。
サービス概要	(1) 夜間に楽しめる店舗情報やイベント情報を提供する (2) 夜間にサービスを提供したい人、夜間に店舗を貸し出したい人のマッチング
主に必要な情報	(1) 夜間に営業している店舗の情報 (2) 夜間に楽しめるイベント情報
評価点	日本での「コト消費」において弱い夜の体験に着目したうえ、今ある資源に対し切り口を変えて有効に活用しようという視点が良い。

観光	地域商店街活性化プラットフォーム
<b>課題設定</b>	商店街のマーケティング機能を強化し利益を2倍にする
<b>課題設定の考え方</b>	中心地の人口が減少しており、店舗の所有者や経営者の高齢化による空店舗の増加問題や後継者問題が顕著である。利益率が低い状況をマーケティングの強化で打開できないか。
<b>サービス概要</b>	(1) 各商店街が持つ売上額や来客数、店舗数やその種類といった情報を整理して提示し、商店街を実証のフィールドとして活用してもらう。そこで得られた研究結果を商店街にフィードバックする。 (2) 台東区が持っている店舗・技術と、マーケティングができる人・店舗経営をしたい若者をマッチングする。
<b>主に必要な情報</b>	(1) 店舗の情報 (2) 産業技術の情報
<b>評価点</b>	中小企業には、ヒト・モノ・カネが足りていないので、台東区全体を一つの大きな企業としてとらえ、そこにある商店街や店舗の対外的な機能を補っていくというアイデアは、とても良い。

観光	体験型サービスの充実
<b>課題設定</b>	外国人観光客の平均滞在時間を延ばし売上を年間800億円に増やす
<b>課題設定の考え方</b>	観光客の平均滞在時間が横ばいで増加しない中で観光客の1人当たり消費額は減少している。地域の魅力をコト体験でアピールし消費を喚起できないか。
<b>サービス概要</b>	着物の着付体験や蕎麦打体験などのコト体験情報を発信できるポータルサイトを整備し、体験型店舗のPRを充実させる。
<b>主に必要な情報</b>	(1) 体験型店舗の情報 (2) 銭湯の情報 (3) 外国語ボランティア人材情報 (4) 外国人観光客の嗜好情報
<b>評価点</b>	「体験型」は観光にとって大きな武器になるので、そこに着目したことが評価できる。

<b>観光</b>	TAITO GROOVE
<b>課題設定</b>	台東区民の一体感を増して台東区を盛り上げる
<b>課題設定の考え方</b>	区内の各エリアがお互いの繋がりを意識できていないので、取組が散発的に終わってしまう。 台東区一体で地域活性に取り組むことで、地域経済の活性化を図れないか。
<b>サービス概要</b>	スポーツ施設の情報や地域循環バス「めぐりん」の運行情報などの交通情報をもとに、台東区で一体となって取り組めるイベントなどの情報発信アプリを整備する。
<b>主に必要な情報</b>	(1) スポーツ施設の情報 (2) 地域循環バス「めぐりん」の運行情報
<b>評価点</b>	台東区への愛にあふれた発表で、台東区としての一体感・グループ感を持つことが大切だと意識を台東区に住む人たち自身が持つことが大事ではないか。

<b>観光</b>	おもてなし情報の可視化・オープンデータ化
<b>課題設定</b>	おもてなし規格の可視化・オープンデータ化
<b>課題設定の考え方</b>	外国人観光客と施設スタッフとのコミュニケーションが最大の課題だが、その対策である「おもてなし規格」が広まっていない。どんな場所でも外国人観光客が気軽に行けるおもてなしの可視化ができれば、外国人観光客を増やすことができるのではないか。
<b>サービス概要</b>	おもてなし規格の情報や資格保有店舗、おもてなしがしっかり行えているかの情報などをオープン化し紹介、他の様々なサービスに提供する。
<b>主に必要な情報</b>	台東区内のおもてなし規格所有情報
<b>評価点</b>	資格という太鼓判があると観光客は利用しやすいので、その情報がうまく提供できると消費喚起に繋がる。

<b>観光</b>	多言語対応 AI ガイドアプリ
<b>課題設定</b>	来日観光客に対して言語面でのサポートを充実させる
<b>課題設定の考え方</b>	来日観光客に対して言語面でのサポートが必要だが、まだ充分ではない。外国人観光客の言語マイノリティを解決することによって、訪日人員を増加できないか。
<b>サービス概要</b>	音声認識を利用して、台東区や観光に関するどんな質問にも応えてくれる音声返答サービス
<b>主に必要な情報</b>	(1) 観光スポット情報 (2) 公共施設情報 (3) 台東区循環バス「めぐりん」の情報
<b>評価点</b>	方向性は非常に面白い。マイノリティの方は将来の有望なメイン観光客となりうるので、そこへのサービス提供ができれば観光消費の刺激になる。

<b>観光</b>	台東のまち全体を掲示板に！
<b>課題設定</b>	江戸へのアクセシビリティを 25%まで高める
<b>課題設定の考え方</b>	台東区にはたくさんの伝統工芸や銭湯がある。そういった「江戸文化」への外国人の認知は現在 16.2%とまだ低く、この関心をアップできればさらに訪問する人は増え、観光消費の喚起につながるのではないか。
<b>サービス概要</b>	外国人観光客が江戸文化スポットについての情報を共有する掲示版を作成し、外国人が関心のある江戸文化を外国人に提供できる環境を整備する。
<b>主に必要な情報</b>	(1) 歴史情報 (2) 歴史的建造物の情報 (3) 文化体験イベントの情報
<b>評価点</b>	台東区の大きな観光資源である歴史の活用に着目している点が良い。

<b>観光</b>	銭湯ツーリズムの情報発信
<b>課題設定</b>	外国人の銭湯利用客を増やし、銭湯の体験が日本でやってみたかったランキング 3 位の現状から、やってみてよかったですランキング上位を目指す。
<b>課題設定の考え方</b>	外国人で銭湯を体験したいと考える人は多く、気兼ねなく銭湯が利用できるようになれば、銭湯が多くある台東区では、雷門や浅草寺以外の魅力になりうるのではないか。
<b>サービス概要</b>	<p>(1) 自分の位置情報からマップで銭湯の情報（営業時間、住所、料金）やマナー（タトゥーの可否やタオルの使い方）などの情報が取得できる。</p> <p>(2) 銭湯とのタイアップ情報（七福神めぐり、ジョギングコース）とともに提供する</p>
<b>主に必要な情報</b>	<p>(1) 銭湯の施設情報</p> <p>(2) 銭湯の利用の仕方の情報</p> <p>(3) イベント情報</p>
<b>評価点</b>	台東区に訪れる外国人観光客の 1 割が銭湯に訪れれば、銭湯自体の存続も図れ、日本の文化を守ることもできる。観光振興と文化の保存が両立できる着眼点はすばらしい。